

**UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZÁN**

**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE SOCIOLOGÍA**

**CARRERA PROFESIONAL DE SOCIOLOGÍA**



**LÍMITES Y POSIBILIDADES DE LA FORMALIDAD EN PEQUEÑOS  
COMERCIANTES: ESTUDIO DEL CASO DEL MERCADO MODELO  
DE HUÁNUCO**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO  
EN SOCIOLOGÍA**

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS**

**TESISTA:**

**DIONICIO VERAMENDI FRANZ ALBERT EMANUEL**

**ASESOR:**

**DR. SAQUICORAY AVILA PEDRO PABLO**

**HUÁNUCO - PERÚ**

**2023**

## **DEDICATORIA.**

Dedico la presente tesis a mi madre y a mi padre, quienes me han apoyado en toda mi carrera profesional a través de su cariño, amor y consideración. La alegría de adentrarme en diferentes espacios académicos a lo largo de mi corta vida, son experiencias que no hubieran sido posible sin el apoyo de ambos. Gracias a mi madre y mi padre he podido mantenerme día a día trabajando en mis proyectos personales relacionados a la carrera y sobre todo he podido seguir desarrollando la labor de investigador que tanto me apasiona.

A mi madre Magna, le dedico este trabajo como una respuesta a todo el amor incondicional que me ha brindado desde que tengo uso de razón, la manera en la que me inculcaba valores tales como la perseverancia y responsabilidad, necesarios para conseguir superarme día tras día, dando resultados positivos en mi formación profesional y permitiéndome fortalecer mis capacidades.

A mi padre Víctor, le dedico este trabajo por todo el apoyo que me brindó desde que pude ingresar a la universidad, sus recomendaciones expresadas a través de un carácter serio y justo, me han permitido forjar una personalidad fuerte en beneficio de mi futuro profesional.

## **AGRADECIMIENTO.**

La presente tesis compone un proceso sumamente largo de maduración respecto al perfil profesional que estoy formando. Cuando doy una mirada hacia atrás, reconozco todos los miedos que tuve que pasar para poner a prueba todos los conocimientos que he obtenido como sociólogo a lo largo de los años que he estado cursando la carrera. Por ello, considero necesario agradecer a las personas que me acompañaron durante mi formación académica.

A mi familia en general. A mi querida abuela Lucila, quien es uno de los pilares más grandes en mi vida y que me ha motivado a seguir adelante a través de sus palabras, manteniéndose siempre orgullosa de los logros que he podido cosechar a lo largo de mi carrera universitaria.

A mi tío Felidad, quien me ayudó a abordar adecuadamente la siguiente investigación, además de rescatar muchos consejos que me apoyaron anímicamente, haciéndolo una persona clave durante todo este proceso.

A mi asesor de Tesis en la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP), el magíster Percy Bobadilla, quien logró que mis alcances en materia de investigación sociológica puedan madurar en gran medida. A Julian Mezarina, mi Jefe de Prácticas del Taller de Investigación en la PUCP, quien me ayudó muchísimo con sus orientaciones, sus comentarios, la bibliografía compartida y demás alcances sobre mi investigación.

A mi asesor de Tesis en la UNHEVAL, el doctor Pedro Pablo Saquicoray, quien confió en mi investigación y me apoyó en el desarrollo de esta durante las fases más complicadas de esta, gracias a su paciencia y dedicación en apoyo de la producción académica.

A mis amigos y amigas más cercanas, aquellos a los que conozco desde el colegio, a quienes conocí en mi etapa universitaria y a quienes la vida me dio la fortuna de conocer durante, a todos ellos les agradezco su confianza y apoyo durante esta etapa, cada consejo y momento de aliento ha sido de gran ayuda para sobrellevar la carga de desistir y ralentizar este proceso, gracias a ellos me he podido mantener firme en esta investigación.

Y no puedo finalizar sin recalcar lo clave que ha sido el apoyo de cada una de estas personas, a nivel académico, formativo, personal, entre otros. Su aporte a mi trabajo ha sido de gran ayuda y estaré sumamente agresivo por ello.

## **RESUMEN.**

En la presente investigación se ha realizado un estudio que busca analizar el fenómeno social de la informalidad desde una perspectiva sociocultural, la cual es una alternativa diferente a los estudios que habitualmente analizan dicho fenómeno, los cuales se demarcan en áreas diferentes a la que la sociología puede ofrecer. Según lo expresado, se realizará una selección concreta de casos en los que se analizaron los testimonios de aquellos pequeños comerciantes del Mercado Modelo de Huánuco, los cuales fueron entrevistados bajo los criterios de una muestra probabilística estratificada, la cual permitió segmentarlos para los fines de la investigación, la cual se demarca en conocer sus trayectorias de vida y su habitus social. Además, para realizar el análisis de la muestra y los casos concretos, se utilizaron las técnicas de observación y entrevista respectivamente, con la finalidad de ahondar en los elementos internos que configuran al pequeño comerciante. Cabe destacar que, los resultados obtenidos en la presente investigación buscan evidenciar la existencia de ciertas limitaciones relacionadas al espectro cultural y una significativa relación con el ingreso o no, al sistema formal, por parte de los pequeños comerciantes; lo cual, demuestra que los limitantes que dificultan el ingreso hacia lo formalidad no sólo están ligados a los sectores y parámetros tradicionalmente estudiados y evaluados, sino que se deben tener en cuenta aspectos más personales para analizar transversalmente el fenómeno de la informalidad, como vienen a ser los aspectos socioculturales.

**Palabras clave:** Informalidad, formalidad, valores culturales, aspiraciones y expectativas.

## **SUMMARY.**

In the present research, a study has been carried out that seeks to analyze the social phenomenon of informality from a sociocultural perspective, which is a different alternative to the studies that usually analyze this phenomenon, which are demarcated in areas different from what sociology can offer. According to what was expressed, a concrete selection of cases will be made in which the testimonies of those small traders of the Mercado Modelo de Huánuco were analyzed, who were interviewed under the criteria of a stratified probabilistic sample, which allowed segmenting them for the purposes of the research, which is demarcated in knowing their life trajectories and their social habitus. In addition, for the analysis of the sample and the specific cases, observation and interview techniques were used, respectively, in order to delve into the internal elements that make up the small trader. It should be noted that the results obtained in this research seek to demonstrate the existence of certain limitations related to the cultural spectrum and a significant relationship with the entry or not, to the formal system, by small traders; which shows that the constraints that hinder the entry into formality are not only linked to the sectors and parameters traditionally studied and evaluated, but that more personal aspects should be taken into account to transversally analyze the phenomenon of informality, such as sociocultural aspects.

**Keywords:** Informality, formality, cultural values, aspirations & expectations.

## ÍNDICE.

DEDICATORIA.....	I
AGRADECIMIENTO.....	II
RESUMEN.....	III
SUMMARY.....	IV
INTRODUCCIÓN.....	- 1 -
1. CAPÍTULO I: Planteamiento del problema de investigación.....	- 5 -
1.1. Fundamentación del problema y formulación del problema.....	- 5 -
1.1.1. Fundamentación del problema.....	- 5 -
1.1.1.1. Objeto de estudio.....	- 8 -
1.1.2. Formulación del problema.....	- 8 -
1.1.2.1. Problema general.....	- 8 -
1.1.2.2. Problemas específicos.....	- 9 -
1.2. Objetivos.....	- 9 -
1.2.1. Objetivo General.....	- 9 -
1.2.2. Objetivos Específicos.....	- 9 -
1.3. Justificación e importancia.....	- 9 -
1.3.1. Justificación.....	- 9 -
1.3.2. Importancia.....	- 10 -
1.4. Viabilidad y limitaciones.....	- 11 -
1.4.1. Viabilidad.....	- 11 -
1.4.2. Limitaciones.....	- 11 -
2. CAPÍTULO II: Marco Teórico.....	- 12 -
2.1. Revisión de estudios realizados.....	- 12 -
2.1.1. Antecedentes geográficos.....	- 12 -
2.1.2. Antecedentes del problema de investigación.....	- 15 -
2.1.2.1. Tesis de Licenciatura, “Efectos de la informalidad en ventas de abarrotos, en las micro y pequeñas empresas del distrito de Huánuco”. (Diana Chaparro, Jenit Rodríguez & Rudy Ruiz).....	- 15 -
2.1.2.2. Tesis de Licenciatura, “Magnitud de la economía informal en el Perú y el mundo”. (Paulino Barragan Arqué).....	- 16 -

2.1.2.3. Proyecto de investigación - (CIES), “Evasión tributaria e informalidad en el Perú: Una aproximación a partir del enfoque de discrepancias en el consumo”. (Jorge De la Roca & Manuel Hernández) -	17 -
2.1.2.4. Investigación científica, “Causas y consecuencias de la informalidad en el Perú”. (Norman Loayza).....	18 -
2.1.2.5. Investigación científica, “De la oportunidad del empleo formal al riesgo de exclusión laboral, desigualdades estructurales y dinámicas en los mercados latinoamericanos de trabajo”. (Juan Pablo Perez & Minor Mora)....	19 -
2.2. Bases teóricas.....	20 -
2.2.1. La economía informal.....	20 -
2.2.2. Los trabajadores informales independizados.....	21 -
2.2.3. Las particularidades dentro de los componentes socioculturales. ....	22 -
2.2.4. El emprendimiento como determinante sociocultural. ....	25 -
2.3. Marco teórico.....	27 -
2.3.1. Aproximaciones a las categorías de lo formal e informal, ¿qué se entiende por formal o informal?.....	28 -
2.3.1.1. La conceptualización de la informalidad. ....	28 -
2.3.1.2. La conceptualización de la formalidad.....	29 -
2.3.1.3. Perspectivas multidisciplinares de la informalidad.....	32 -
2.3.1.4. Los impedimentos para adecuarse al sistema formal.....	34 -
2.3.1.5. Los espacios de desarrollo del fenómeno de la informalidad. ....	35 -
2.3.2. Las aspiraciones y expectativas de los pequeños comerciantes frente a la informalidad.....	36 -
2.3.2.1. La toma de decisiones y el accionar de los sujetos. ....	38 -
2.3.2.2. El autoempleo y la tenacidad en la búsqueda de objetivos. ....	39 -
2.3.3. La construcción de la cultura informal. ....	41 -
2.3.3.1. La evolución de los comportamientos socioculturales.....	41 -
2.3.3.2. La pluridimensionalidad de la informalidad. ....	43 -
2.3.3.3. La tradicionalidad del fenómeno de la informalidad. ....	44 -
2.3.3.4. Los valores culturales.....	45 -
2.3.3.5. La transgresión de valores dentro de los nuevos espacios de convivencia social. ....	46 -
2.3.3.6. La migración interna como un proceso de cambio sociocultural. ....	47 -
2.4. Definición de términos básicos.....	49 -
2.4.1. Economía informal. ....	49 -

2.4.2. Comercio informal.....	- 49 -
2.4.3. Comerciante informal. ....	- 49 -
2.4.4. Mercado de abastos.....	- 49 -
2.4.5. Desborde popular.....	- 50 -
2.4.6. Microempresa. ....	- 50 -
2.4.7. Ambulante.....	- 50 -
2.4.8. Autoempleo.....	- 50 -
2.4.9. Autoempleado.....	- 51 -
2.4.10. Valores culturales. ....	- 51 -
2.4.11. Aspiraciones personales.....	- 51 -
2.4.12. Costumbres. ....	- 51 -
2.4.13. Conductas. ....	- 51 -
2.5. Hipótesis. ....	- 52 -
2.5.1. Hipótesis general. ....	- 52 -
2.5.2. Hipótesis específicas.....	- 52 -
2.6. Operacionalización de variables, dimensiones e indicadores.....	- 53 -
2.6.1. Identificación de variables. ....	- 53 -
2.7. Definiciones operacionales, matriz de operacionalización de variables.....	- 54 -
3. CAPÍTULO III: Marco metodológico.....	- 58 -
3.1. Nivel y tipo de investigación. ....	- 58 -
3.1.1. El tipo de investigación. ....	- 58 -
3.1.1.1. Según el propósito o finalidades perseguidas, investigación básica. ...	- 58 -
3.1.1.2. Según la clase de medios utilizados para obtener los datos, investigación documental.....	- 58 -
3.1.1.3. Según el nivel de conocimientos que se adquieren, investigación descriptiva. ....	- 59 -
3.1.1.4. Según las conceptualizaciones básicas, investigación cualitativa.-	- 59 -
3.1.2. Nivel de investigación. ....	- 60 -
3.2. Diseño de la investigación. ....	- 60 -
3.2.1. Diseño y contrastación de hipótesis.....	- 60 -
3.2.2. Esquema de la investigación.....	- 60 -
3.3. Determinación del universo, población y muestra.....	- 61 -
3.3.1. Universo o ámbito de estudio. ....	- 61 -



3.3.2. Población o selección de casos. ....	- 61 -
3.3.3. Muestra. ....	- 61 -
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos. ....	- 61 -
3.4.1. Técnicas de recolección de datos. ....	- 61 -
3.4.1.1. Observación. ....	- 61 -
3.4.1.2. Entrevista. ....	- 62 -
3.4.2. Instrumentos de recolección de datos. ....	- 62 -
3.4.2.1. Instrumento de la observación. ....	- 62 -
3.4.2.2. Instrumento de la entrevista. ....	- 62 -
3.4.3. Procesamiento y presentación de datos. ....	- 62 -
3.4.3.1. Técnicas de procesamiento de datos. ....	- 62 -
3.4.3.1.1. Evaluación crítica. ....	- 62 -
3.4.3.1.2. Discriminación de datos. ....	- 62 -
3.4.3.1.3. Tabulación de datos. ....	- 63 -
3.4.3.2. Procedimiento. ....	- 63 -
3.4.3.2.1. Trabajo de campo. ....	- 63 -
3.4.3.2.2. Trabajo de gabinete. ....	- 63 -
4. CAPÍTULO IV. Resultados y discusión. ....	- 64 -
4.1. Los valores culturales que reproducen los pequeños comerciantes. ....	- 64 -
4.1.1. Componentes socioculturales tradicionales. ....	- 67 -
4.1.1.1. Las costumbres asociadas al trabajo cooperativo que los pequeños comerciantes consideran haber mantenido a partir de su inicio como trabajador independiente. ....	- 69 -
4.1.1.2. Las conductas asociadas al trabajo cooperativo propias de las zonas urbanas que los pequeños comerciantes consideran haber mantenido a partir de su inicio como trabajador independiente. ....	- 70 -
4.1.2. Componentes socioculturales transfigurados. ....	- 72 -
4.1.2.1. Las costumbres asociadas al trabajo cooperativo que los pequeños comerciantes consideran haber adoptado a partir de su inicio como trabajadores independientes. ....	- 73 -
4.1.2.2. Las conductas asociadas al trabajo cooperativo de las zonas urbanas que los pequeños comerciantes consideran haber adoptado a partir de su inicio como trabajador independiente. ....	- 74 -
4.2. Las aspiraciones o expectativas que poseen los pequeños comerciantes. ....	- 75 -
4.2.1. Las competencias interpersonales. ....	- 77 -

4.2.1.1. La búsqueda por el crecimiento del negocio.....	- 78 -
4.2.1.2. La búsqueda por ascender en la escala social. ....	- 79 -
4.2.2. Las competencias intrapersonales.....	- 81 -
4.2.2.1. La autodeterminación de los pequeños comerciantes por aumentar su capital económico.....	- 82 -
4.2.2.2. El autodesarrollo como capacidad para aprovechar las oportunidades de crecimiento personal.....	- 84 -
4.3. Acceso al sistema formal. ....	- 86 -
4.3.1. Flexibilidad laboral. ....	- 87 -
4.3.1.1. Horas semanales que laboran los pequeños comerciantes. ....	- 88 -
4.3.1.2. Horas laborables semanales que los pequeños comerciantes desearían tener.....	- 89 -
4.3.2. Seguridad social.....	- 90 -
4.3.2.1. Comerciantes que cuentan con seguro médico. ....	- 92 -
4.3.2.2. Puestos comerciales aptos para el desarrollo de actividades.....	- 93 -
4.3.3. Independencia laboral. ....	- 94 -
4.3.3.1. Ingreso familiar mensual.....	- 96 -
4.3.3.2. Ingreso total mensual de la actividad comercial independiente... -	97 -
CONCLUSIONES.....	- 100 -
RECOMENDACIONES. ....	- 103 -
BIBLIOGRAFÍA.....	- 106 -
ANEXOS.....	- 111 -
MATRIZ DE CONSISTENCIA.....	- 113 -

## ÍNDICE DE TABLAS.

<b>Tabla 1:</b> Razones por las que un empleador o trabajador independiente es informal. ...	- 22 -
<b>Tabla 2:</b> Microempresas por número de trabajadores: resultados y comparación. ....	- 26 -
<b>Tabla 3:</b> Características de la reforma agraria. ....	- 47 -

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.

<b>Ilustración 1:</b> Ubicación satelital del departamento de Huánuco en el mapa geográfico del Perú. ....	- 12 -
<b>Ilustración 2:</b> Exteriores del mercado modelo de Huánuco. ....	- 13 -
<b>Ilustración 3:</b> Interiores del mercado modelo de Huánuco. ....	- 14 -
<b>Ilustración 4:</b> Área de textiles del mercado modelo de Huánuco que presenta gran participación femenina que ha reconfigurado los espacios a su disposición. ....	- 85 -
<b>Ilustración 5:</b> Pasajes del mercado modelo de Huánuco en el que se muestran los espacios poco prácticos en el que los pequeños comerciantes desarrollan sus actividades. ....	- 94 -

## ÍNDICE DE GRÁFICOS.

<b>Gráfico 1:</b> Conocimiento de los beneficios de trabajar en Huánuco. ....	- 71 -
<b>Gráfico 2:</b> Expectativas y aspiraciones de los pequeños comerciantes. ....	- 76 -
<b>Gráfico 3:</b> Manifestaciones de los pequeños comerciantes respecto a la búsqueda de un mejor posicionamiento social, status y/o estrato social. ....	- 81 -
<b>Gráfico 4:</b> Horas laborales de los pequeños comerciantes en su jornada diaria. ....	- 88 -
<b>Gráfico 5:</b> Conformidad respecto a los horarios manejados en el mercado modelo de Huánuco. ....	- 89 -
<b>Gráfico 6:</b> Declaraciones respecto a la percepción que tienen los pequeños comerciantes sobre los seguros sociales. ....	- 91 -
<b>Gráfico 7:</b> Relación entre la independencia laboral y los negocios familiares. ....	- 95 -
<b>Gráfico 8:</b> Comerciantes cuyas familias poseen un ingreso mayor/menor al promedio de la canasta básica familiar. ....	- 97 -
<b>Gráfico 9:</b> Pequeños comerciantes cuyos ingresos independientes representan o no, la totalidad de los ingresos familiares mensuales. ....	- 99 -

## **INTRODUCCIÓN.**

Los factores socioculturales no son un aspecto determinante que la literatura haya rescatado y tomado en cuenta para el estudio y análisis del fenómeno de la informalidad, esto podría deberse al contexto actual en el que nos encontramos, un contexto en el que no se prioriza el factor sociocultural que en esta investigación se está tratando de reivindicar como procedimiento de análisis sociológico. Si realizamos una breve revisión de la literatura enfocada en el análisis del fenómeno de la informalidad nos daremos con la sorpresa de que los estudios enfocados en este tema datan de décadas atrás y son un tanto reducidos; es por ello que, Adams y Néstor (1994) afirman que: “Respecto al tema de la informalidad no ha habido hasta la actualidad un enfoque que tome en consideración, la dimensión cultural de la misma. Vale decir, que incorpore en su análisis las motivaciones sociales y económicas del mundo de la informalidad” (pag.14). Si bien las motivaciones económicas si han sido un aspecto abordado en determinados estudios sobre la informalidad, las motivaciones sociales como eje de estudio y las variables que esta abarca, realmente han sido menores en comparación a la anterior.

La presente investigación buscará promover la inserción de nuevas bases y fundamentos teóricos respecto al análisis de la informalidad, por lo que su desarrollo se verá influenciado por la búsqueda de un análisis sociológico del mismo; ya que sostiene la hipótesis general (planteada a partir del desarrollo de la investigación) de que los factores que limitan o no, el acceso al sistema formal por parte de los pequeños comerciantes del mercado modelo de Huánuco (al igual que ciertos grupos que poseen características similares) guardan relación con ciertos elementos socioculturales, los cuales influyen en la toma de decisiones que realizan y que son impulsados por los valores culturales, aspiraciones y expectativas que los comerciantes poseen. De esta forma, se quiere demostrar que el ingreso o no, a la formalidad por parte de los pequeños comerciantes informales, está limitado por elementos que no solo se relacionan a los ámbitos legales, políticos (como podrían ser los procesos burocráticos para formalizar un negocio pequeño) o componentes meramente económicos, sino que se encuentran dentro de aspectos socioculturales relacionados a las conductas adquiridas por los comerciantes a través de los diferentes procesos y dinámicas sociales que ellos han atravesado durante el transcurso de su vida y/o el ejercicio práctico de sus labores comerciales independientes en espacios determinados; por ejemplo, los mercados populares que se ubican en el corazón de las urbes, siendo focos económicos importantes para los consumidores de a pie. Según lo

expuesto, se buscará abordar de la misma manera los diversos matices que posee la informalidad, ya que este fenómeno social suele reproducirse y ser percibido de forma positiva o negativa según casos específicos; por ello, en materia sociológica es necesario realizar un análisis al respecto para así poder descubrir la existencia de factores que impiden el ingreso a la formalidad que no están sujetos a demarcaciones meramente positivas o negativas.

En el primer capítulo se abordará el planteamiento del problema. En este apartado se visualizará todo lo concerniente al problema de la investigación y se describirá la necesidad de evaluar el fenómeno de la informalidad bajo una perspectiva sociocultural, haciendo énfasis sobre aquellos comerciantes con una tradición cultural sumamente arraigada en valores y principios de las zonas rurales de las que algunos provienen y/o guardan vinculaciones cercanas a estas. También se planteará de forma concreta las interrogantes y los objetivos que posee la presente investigación a lo largo de su desarrollo, lo cual demarcará el orden a seguir para una comprensión adecuada del fenómeno de la informalidad, mientras se busca responder y cumplir con cada planteamiento expuesto. Además, se buscará ahondar en la viabilidad e importancia de la presente investigación dentro del área sociológica, con la intención de que se pueda crear mayor valor a la perspectiva de análisis que se ha utilizado para investigar el fenómeno de la informalidad, con la intención de que más adelante y a raíz de lo desarrollado se puedan sentar las bases de un precedente que permita realizar trabajos más profundos respecto a este fenómeno y a las problemáticas existentes a su alrededor. Sumado a ello, se expondrán las limitaciones que se han presentado durante el desarrollo de la investigación para demarcar los alcances que se hayan podido obtener durante la aplicación de la misma.

El segundo capítulo, el cual corresponde al desarrollo del marco teórico, estará orientado primordialmente a la recopilación de información primaria y secundaria para profundizar en todos los aspectos que rodean al problema fundamental de la investigación, por lo que se partirá desde la revisión de los antecedentes teóricos referentes a trabajos internacionales, nacionales y locales sobre la informalidad, para así delimitar el curso de la investigación en materia sociológica y corroborar los alcances que se han obtenido a raíz de otros trabajos afines al del tema presentado. En este apartado, también se realizará un acercamiento a las bases teóricas que sostendrán y reforzarán las hipótesis que se han construido durante el proceso de la investigación, las cuales estarán desarrolladas en función de los trabajos teóricos y empíricos que han sido desarrollados en distintas áreas y

disciplinas que poseen un alto grado de afinidad a la sociología, con la finalidad de complementar el estudio de la informalidad; sobre todo, a los trabajos y estudios sociológicos que han abordado el análisis de la informalidad desde perspectivas socioculturales en la que el sujeto social, el cual opera en la informalidad, es el eje del análisis hecho y no un agente secundario de estudio. Además, en este capítulo se incluirán las hipótesis (central y específicas) que han demarcado el curso de la investigación durante su transcurso, las cuales marcan el direccionamiento que se ha seguido, con la finalidad de que sean corroboradas y contrastadas en un futuro, como consecuencia del análisis y posterior conclusión realizada en la investigación. También se incluirá la operacionalización de las variables, dimensiones e indicadores en conjunto con sus definiciones operacionales; con la finalidad de que puedan ser desarrolladas con la información recopilada dentro del marco teórico, ya que la operacionalización de las variables permitirán ejemplificar con mayor precisión los aspectos que se han considerado necesarios para abordar el análisis de la informalidad desde una perspectiva diferente, que en este caso sería la sociocultural.

En el tercer capítulo se buscará detallar y ahondar en los aspectos metodológicos de la presente investigación, partiendo de la premisa que este trabajo posee un enfoque cualitativo, ya que este tipo de investigación se aplica cuando el tema del estudio ha sido poco explorado, no hay una amplia literatura científico-social al respecto, no se ha investigado el fenómeno en cuestión dentro de un grupo social determinado, entre otros; es por ello que en esta investigación cualitativa se evidencia a la informalidad en grupos urbanos segmentados que desempeñan actividades en el sector comercial y que guardan estrechas similitudes en el desempeño de sus labores. Además, en este apartado se describirá el nivel y tipo de investigación, partiendo primero de que es una investigación básica, ya que se caracteriza por la búsqueda de la fundamentación de una teoría asociada al fenómeno de la informalidad; por tanto, la finalidad de este tipo de investigación radica en formular nuevas teorías, complementar las existentes, incrementar los conocimientos científico - sociales, para posteriormente aplicar el conocimiento teórico en favor de un posible estudio práctico sobre el fenómeno de la informalidad.

En este capítulo se definirá que la abstracción científica se realizará utilizando el “Método Lógico Inductivo”, ya que esta investigación partirá del análisis de casos particulares para conseguir conocimientos generales, estudiando al pequeño comerciante y con ello poder comprender a la informalidad. Cabe destacar que, dentro de este capítulo, se

seleccionará también la muestra poblacional que definirá el número de comerciantes a entrevistar y así ofrecer resultados aptos para responder las interrogantes de la investigación, teniendo en cuenta que se utilizarán las técnicas e instrumentos propios de la investigación cualitativa como sería el caso de la observación y la entrevista.

El cuarto capítulo estará enfocado exclusivamente en la discusión y contrastación de los resultados que se han obtenido a través de la aplicación y procesamiento de las diversas técnicas y herramientas de recopilación de datos, para ello se tendrá en cuenta la literatura y bibliografía que se ha podido recopilar a lo largo de la investigación con la intención de que a través de estas se puedan responder a las hipótesis planteadas. Cada uno de los resultados que se han desarrollado en este cuarto capítulo se encuentran demarcados en base a las variables, dimensiones e indicadores en los cuales se ha subdividido esta investigación. Cabe destacar que dentro de cada división en este capítulo se han añadido algunas fuentes que permiten comprender con detenimiento los resultados sobre el ingreso o no a la formalidad por parte de los pequeños comerciantes del mercado modelo de Huánuco como consecuencia de factores socioculturales reproducidos dentro de entornos urbanos, lo cual permitirá tener una visión más clara sobre los resultados que se han podido encontrar durante el desarrollo de la investigación.

Finalmente, la presente investigación planteará una serie de conclusiones a las cuales se han podido llegar como consecuencia de la contrastación de resultados y la discusión teórica realizada. Las conclusiones presentadas en este apartado definirán claramente si es que se lograron resolver las interrogantes propuestas en la presente investigación, de esta manera se podrán afirmar o negar las hipótesis planteadas y con ello se podrá precisar los resultados que se han obtenido. Posterior a ello, se plantearán también una serie de recomendaciones y/o sugerencias, las cuales estarán ordenadas en función a la comprensión del fenómeno de la informalidad a través de factores socioculturales en los pequeños comerciantes, después de ello se buscará crear una línea de acción que permita afrontar a este fenómeno dentro de la zona elegida como estudio de caso, esperando que los alcances de una investigación cualitativa puedan ser utilizados de manera fortuita dentro del distrito de Huánuco.

## **1. CAPÍTULO I: Planteamiento del problema de investigación.**

### **1.1. Fundamentación del problema y formulación del problema.**

#### **1.1.1. Fundamentación del problema.**

El crecimiento de la informalidad hoy en día mantiene una gran presencia en nuestro país. Según un informe de la INEI en el año 2018 se identificó que el Perú posee aproximadamente 6,6 millones de personas desenvolviéndose en el sector informal de la economía, estas unidades representan una quinta parte del producto bruto interno (PBI) del país. En este informe de la INEI se menciona que el aparato informal, en aporte, contribuye al sector comercial en un 26%. Sumado al hecho de que el Perú es un país diverso y heterogéneo se puede mencionar que los fenómenos sociales que se manifiestan dentro del mismo, son muy variados y de orígenes particulares. Esta investigación buscará adentrarse en las particularidades que se presentan para que un comerciante se formalice, optando por una mirada sociológica, en la que se consideren a los elementos socioculturales como base.

La escasa literatura relacionada a esta área en concreto<sup>1</sup> sobre la cultura de lo informal, se presenta como un reto para esta investigación. Los temas existentes relacionados a la informalidad son diversos, entre los cuales destacan: El crecimiento demográfico, escasez de trabajo, trabas burocráticas en el proceso de formalización, comportamientos y conductas de los pequeños comerciantes, falta de trabajo especializado, expectativas de vida, criterios de costo y beneficio, niveles de sobrevivencia, la búsqueda del trabajo flexible, oferta y demanda de los productos comerciales, entre otros. La visión sociológica de esta investigación buscará analizar estos elementos que se hacen presentes en la vida social de pequeños comerciantes y como estos responden a comportamientos que estos manifiestan en su entorno social, condicionando su acceso a la formalidad.

La informalidad es un fenómeno social que posee un carácter multidisciplinario, es por ello que sus alcances son de gran interés para el campo de las ciencias sociales, ya que estos surgen de las distintas perspectivas y enfoques académicos que coexisten hoy en día. Por tal motivo, no es de extrañar que exista una gran variedad de trabajos académicos que buscan estudiar y entender la informalidad; no obstante, los aspectos que más se estudian son aquellos de carácter económico, político y jurídico, es por ello que un enfoque sociocultural sobre el fenómeno de la informalidad ofrece una perspectiva diferente.

---

<sup>1</sup> Los estudios sobre informalidad con enfoque en los aspectos socioculturales son escasos, algunos autores destacados que desarrollan este tema son: Francisco Durand/ El Perú fracturado: formalidad, informalidad y economía delictiva. Alberto Flores Galindo y Carlos Iván Degregori/ la polémica desplazada / Osmar Gonzales Alvarado. José Matos Mar/ Desborde popular y crisis del estado.



Independientemente del debate que gira alrededor de la informalidad, lo que se pretende en esta investigación es realizar un trabajo que responda al por qué no se ha llegado a una percepción positiva, sobre la aceptación práctica de la formalidad por parte de los pequeños comerciantes, ¿es acaso que el estado bosqueja demasiadas trabas y/o barreras que lo impiden, o tal vez son los comerciantes quienes prefieren no formalizarse? ¿qué factores objetivos o subjetivos están influyendo o no en la aceptación de la formalidad como práctica laboral? Estos cuestionamientos atienden a una respuesta que no está condicionada por parámetros regulatorios o económicos, sino que trascienden en la formación humana y las experiencias de vida como determinantes de elecciones futuras.

Para fines de esta investigación, debemos entender que el Perú y los procesos que se han desarrollado dentro del mismo, poseen distintas interpretaciones. Según Durand: “Las rutas y senderos que se han desarrollado en el Perú devienen en la conformación de una “estructura socioeconómica descoyuntada”, con un estado frágil, donde lo formal no predomina y muchos de los peruanos han adoptado e interiorizado una cultura de transgresión.” (Durand, 2007, pag. 39). La cultura de transgresión que se ha ido desarrollando en el Perú se ha interiorizado tanto que las personas tienden a adoptar actitudes que pueden llegar a limitarlos de tal forma que condicionen significativamente el curso de sus vidas. Entonces, ¿existe una relación entre la cultura de transgresión y la informalidad?, según en el enfoque de la marginalidad podemos encontrar ideas que refuerzan una respuesta afirmativa sobre esta interrogante; ya que el factor étnico ha jugado un papel importante en el contexto social del Perú, porque en ciertas etapas concretas el ser “cholo” era considerado por las clases privilegiadas como sinónimo de ser retrasado e ignorante, adjetivos peyorativos que se sumaban al concepto de pobreza que estas clases sociales privilegiadas en su gran mayoría asumían, lo cual, robustecía las connotaciones de marginados sociales. (Adams y Valdivia, 1991, pag. 116). Como resultado de la marginación social de estos sectores populares y de los comerciantes emergentes, se establecieron posiciones de subordinación; las cuales, no vendrían a ser una limitación que se relacione en primera instancia con el acceso a la formalidad, pero que instiga a desarrollar una mirada más crítica sobre ello, ya que servirá para identificar patrones en las conductas sociales relacionadas a la marginación, lo cual proporcionaría una hipótesis, en la que los primeros comerciantes emergentes podrían haber interiorizado conductas o una cultura de rechazo a lo formal, por una supuesta relación y asociación con aquellas clases dominantes que los marginaban.

Un informe que fue desarrollado por la Organización Internacional del Trabajo en conjunto con la OMC señala que el sector informal genera ciertos obstáculos para los países en vías de desarrollo, lo cual impide a tales países beneficiarse de la apertura del comercio, ya que se crean trampas de pobreza para los trabajadores que están en la transición entre dos empleos; además, el empleo informal tiene una gran presencia en estos países en desarrollo y hace que muchos trabajadores carezcan casi por completo de seguridad en el empleo, tengan un bajo nivel de ingresos y no cuenten con ninguna protección social. (OIT, 2009). Si abordamos la premisa anterior sobre los obstáculos que ocasiona la informalidad, se puede notar que la intención de la OIT es la de velar por los intereses estrictamente laborales de los trabajadores para contrarrestar esos obstáculos, aspectos tales como la seguridad laboral, remuneraciones y protección social sin duda son importantes para crear espacio de trabajo sostenible; sin embargo, los aspectos socioculturales deberían ser tomados en cuenta para el análisis de la informalidad.

Un rasgo esencial de la economía peruana es su heterogeneidad, la cual se manifiesta en todos los sectores de la producción y el mercado. En el ámbito comercial, esta heterogeneidad se manifiesta de forma tangible en la coexistencia entre diferentes comerciantes que ejercen sus labores de formas distintas al del resto dentro de un mismo espacio determinado, por ejemplo, un mercado distrital donde encuentras desde vendedores de frutas y verduras hasta comerciantes de electrodomésticos en puestos continuos; a pesar de ello, el hecho de que estos pequeños comerciantes compartan un determinado espacio laboral no significa que posean metas similares, ya que cada uno posee intenciones diferentes; no obstante, el hecho de compartir espacios comunes ejerciendo labores durante varias horas al día, varios días a la semana, meses y en algunos casos años, hace que se formen relaciones, conductas y hábitos entre los comerciantes. Sin embargo, las nuevas conductas de estas personas, son diferentes al de las personas pertenecientes a procesos socioculturales como el de la migración, en donde se reflejaban conductas y comportamientos sociales de ayuda mutua entre pares. De esta manera, las conductas y comportamientos que las personas de las áreas urbanas han desarrollado actualmente, se asocian a la apropiación del espacio, donde no hay una visión común y prevalece la individualidad, esto sería la consecuencia por transgredir y alterar los valores culturales asociados a lo formal y recíproco.

Los pequeños comerciantes cuyos negocios no están registrados, no pagan impuestos y no se rigen por las leyes, reglamentos, normas y estatutos vigentes, ¿no son,

acaso, competidores desleales directos de quienes operan en la legalidad y pagan sus impuestos y rinden cuentas ante la ley? Al evadir sus deberes tributarios privan al Estado de los recursos necesarios para atender las necesidades sociales, entonces, ¿el estado realmente facilita el acceso a la formalidad para estos pequeños comerciantes, o, por el contrario, el estado limita el acceso para quienes desean ser formales? De ser así, se plantean nuevas interrogantes, por ejemplo, ¿por qué el estado facilita el acceso a la formalidad a quienes no quieren formalizarse, o, por el contrario, por qué el estado limita el acceso a la formalidad? Cada respuesta conlleva a más preguntas y cuestionamientos, para lo cual, es deber de la sociología buscar un consenso entre esas disyuntivas, basándose en principios como la crítica, descripción y explicación de los fenómenos sociales que se desarrollan, analizando la cultura y trascendencia de vida de los implicados.

Una de las contribuciones en materia sociológica que surgen a raíz de la presente investigación, es la de demostrar y exponer los matices y gradualidades que posee la informalidad, ya que algunos pueden ser percibidos de forma positiva y otros de forma negativa durante la práctica. A pesar de las distintas connotaciones negativas que se le ha dado, se debe tener en cuenta que en ciertos aspectos la informalidad permite a determinadas personas ejercer un trabajo que independientemente de las irregularidades que pueda incumplir, logran beneficiarlos y les permiten auto sustentarse, para luego, generar un capital e ingresar al sistema formal. Lo particular de esta situación es que la característica mencionada anteriormente no se puede categorizar como algo bueno o malo, al menos no de manera precipitada, es por ello que se debe estudiar a la informalidad de una forma diferente, a través de un enfoque sociocultural que valore las aspiraciones y motivaciones que poseen los comerciantes, y como esto determina o no, su acceso a lo formal y la aceptación de la informalidad dentro de la cultura popular que han adoptado.

#### **1.1.1.1. Objeto de estudio.**

- Conocer los factores que posibilitan la aceptación de la informalidad en la cultura popular de los pequeños comerciantes del mercado modelo de Huánuco.

#### **1.1.2. Formulación del problema.**

##### **1.1.2.1. Problema general.**

- ¿Cuáles son los factores que permiten la aceptación de la informalidad en la cultura popular de los pequeños comerciantes del mercado modelo de Huánuco?

### **1.1.2.2. Problemas específicos.**

- ¿Qué tipo de valores culturales reproducen los pequeños comerciantes del mercado modelo de Huánuco que influyen en su aceptación o no de la formalidad?
- ¿Cuáles son las aspiraciones o expectativas de los pequeños comerciantes del mercado modelo de Huánuco para acceder o no a la formalidad?

## **1.2. Objetivos.**

### **1.2.1. Objetivo General.**

- Investigar la existencia de factores que permiten la aceptación de la informalidad en la cultura popular de los pequeños comerciantes del mercado modelo de Huánuco.

### **1.2.2. Objetivos Específicos.**

- Identificar los valores culturales reproducidos por los pequeños comerciantes del mercado modelo de Huánuco que influyen en la aceptación o no de la formalidad.
- Evidenciar que las aspiraciones o expectativas de los pequeños comerciantes del mercado modelo de Huánuco influyen en su acceso o no a la formalidad.

## **1.3. Justificación e importancia.**

### **1.3.1. Justificación.**

La justificación de este estudio se debe a la carencia de investigaciones respecto al análisis sociocultural de la informalidad. Hasta ahora, como puede fundamentarse en la literatura empírica y teórica del ámbito, no se han profundizado los estudios en materia sociológica respecto a dicho fenómeno, por lo que el carácter precursor de esta investigación permitirá generar nuevos espacios para la investigación de este fenómeno latente. Si realizamos una revisión breve de la literatura enfocada en los aspectos socioculturales de la informalidad nos daremos con la sorpresa de que los estudios enfocados en este tema datan de décadas atrás, es por ello que se debe incorporar el análisis de las motivaciones sociales y económicas del mundo de la informalidad. (Adams y Néstor, 1994, pag. 14). Por ende, la importancia de esta investigación radica en el análisis particular de la informalidad como respuesta a factores y valores socioculturales tales como las aspiraciones y expectativas que poseen los pequeños comerciantes, tomando en cuenta la dimensión cultural en la que se desarrollan. A partir de ello se podrá evidenciar un aspecto diferente para el análisis de la informalidad que permitirá extrapolar los resultados de esta investigación a otras realidades sociales que presenten condiciones similares, mientras que se hace una interpretación a una problemática actual.

Además, el presente trabajo de investigación se justifica bajo el hecho de que la informalidad viene a ser un fenómeno muy importante en nuestros días ya que se manifiesta continuamente a través de diferentes matices en nuestra sociedad. Es por ello que, el presente trabajo está sustentado en la necesidad de informar y explorar desde una sociológica a la informalidad y como esta se manifiesta en las actividades de los pequeños comerciantes y su repercusión en nuestro actual contexto social. El tema del comercio informal es de un alto interés social, económico, cultural, etc, debido a su progresión continua en la realidad en la que vivimos; dentro de nuestra sociedad, la informalidad tiene una gran vinculación con las actividades que las personas desempeñan con normalidad y es de vital importancia analizarla y estudiarla para posteriormente plantear soluciones.

En la zona de Huánuco, específicamente en el mercado modelo de Huánuco, se producen y desarrollan actividades informales que pese a su manifestación constante suelen ser obviadas e ignoradas, por tal motivo se desarrolla esta investigación, porque considero que es un fenómeno social que presenta una amalgama de elementos que van más allá de ópticas rígidas, por lo que una respuesta sociológica es bastante útil.

### **1.3.2. Importancia.**

La presente investigación está dirigida al capital humano que tiene relación directa o indirecta con la actividad informal asociada al comercio, de este modo se busca fomentar nuevos enfoques sobre el estudio de este fenómeno social. Además, se busca sentar las bases de lo que será una primera línea de acción frente al fenómeno de la informalidad, a partir del estudio de caso del mercado modelo de Huánuco.

De tal manera, el presente trabajo permite conocer la naturaleza de la informalidad y explicar el por qué aún no se superan las brechas sociales que impiden el ejercicio formal en las distintas actividades, en especial de aquellos sectores minoristas dentro de las actividades comerciales.

Según el portal de elEconomista, un estudio realizado por el Centro de Investigación Empresarial (CIE) de PERUCÁMARAS, señala que la región de Huánuco se ubica en el 4to lugar en cuanto a la población ocupada con empleo informal<sup>2</sup>, lo cual hace que Huánuco se constituya en una de las regiones más deprimidas en términos económicos del país, por ende, es necesario conocer la naturaleza del fenómeno para poder plantear

---

<sup>2</sup> elEconomista.es. El 71,1% de trabajadores en el país son informales. 2/04/2020. Centro de Investigación Empresarial (CIE) de PERUCÁMARAS.

medidas futuras que permitan mejorar las condiciones de las personas y su inserción al trabajo formal que permitirá tener indicadores positivos.

#### **1.4. Viabilidad y limitaciones.**

##### **1.4.1. Viabilidad.**

El presente trabajo de investigación es viable porque se contó con los recursos humanos y materiales necesarios para su realización, sin algún impedimento de por medio; además, se contó con la cooperación y participación de la población objetivo que fue considerada como parte de la muestra establecida.

Además, debido a los medios necesarios, la investigación es viable porque existe información bibliográfica sobre el tema a tratar, ya sea a través de revistas, periódicos, artículos, tesis y fuentes secundarias, incluyendo de esta manera, tanto a los medios físicos y virtuales que existen.

Por la familiaridad con el tema, la presente investigación tiene mucha relación con la formación profesional del sociólogo, ya que a través de la investigación se pueden realizar diferentes análisis e interpretaciones de temáticas que se presenten en nuestra realidad social, entre ellos, uno que se configura dentro de las relaciones sociales que los trabajadores desarrollando, siendo la informalidad como aspecto social.

##### **1.4.2. Limitaciones.**

Una de las limitaciones que la investigación tuvo, fue la poca información bibliográfica que se ha podido obtener a nivel regional/local, ante ello se plantea la solución de utilizar información recopilada a nivel nacional e internacional.

Se han encontrado limitaciones territoriales debido a que el espacio y la localidad en el que se ha desarrollado la investigación, no permite la facilidad para recopilar información debido a su alta concentración de personas; pero esta limitación fue superada ubicando áreas y horarios estratégicos en los que el investigador pudo intervenir con normalidad cerca de la población objetiva.

La presente investigación es autofinanciada por el investigador, es por ello que se tuvieron limitaciones económicas; sin embargo, esto no retrasó la culminación del proyecto ya que se buscarán fondos alternativos para poder continuar con el desarrollo del mismo, ya que no solo se requería un capital económico, sino también capital humano para la intervención a los diferentes grupos identificados.

Respecto a las limitaciones temporales, el presente trabajo se desarrolló mediante un cronograma de actividades, utilizando espacios alternativos para culminarla sin contratiempo.

## **2. CAPÍTULO II: Marco Teórico.**

### **2.1. Revisión de estudios realizados.**

#### **2.1.1. Antecedentes geográficos.**

Para fines de la presente investigación, es necesario conocer los antecedentes geográficos del departamento de Huánuco debido a su influencia en los factores socioculturales que se han analizado y planteado.

El departamento de Huánuco está situado en la zona central del país, entre la cordillera central y el río Ucayali, contando con una superficie de 36 850 km<sup>2</sup>, equivalente al 2,9 por ciento del territorio nacional. Se distinguen dos microrregiones naturales, la sierra con 22 012 km<sup>2</sup> y la selva con 14 837 km<sup>2</sup>. Posee una gran

*Ilustración 1: Ubicación satelital del departamento de Huánuco en el mapa geográfico del Perú.*



*Fuente 1: Google Maps.*

diversidad geográfica, alberga a 7 de las 8 regiones naturales clasificadas por el Dr. Pulgar Vidal. Así, al oriente de su territorio se encuentran los distritos de Tournavista y Yuyapichis, localizados a una altitud de 250 msnm, mientras que, en su extremo occidental, en la frontera con Lima y Ancash, se ubica la Cordillera de Huayhuash, en la que se halla el Nevado Yerupajá (el segundo más alto del Perú) con una altura de 6615 msnm.

Por su ubicación Centro Oriental peruano, la región de Huánuco cuenta con nevados, cordilleras, cálidos valles y selvas amazónicas. En aquellos lugares habitan

diferentes poblaciones que se han adaptado a las condiciones naturales existentes y que desde esos lugares han sabido interrelacionarse con las zonas exteriores urbanizadas.

La actividad principal de Huánuco es la agricultura, ya que Huánuco es un centro hortícola donde predominan productos como la papa, camote, frijol, apio, col, yuca, etc. También es frutícola, ya que producen palta, mango, plátanos, papayas, naranjas, lúcuma, chirimoya, guayaba y otros frutales. Además, en sus valles cálidos produce café, piña, coca y caña de azúcar. Dentro del campo de la minería, Huánuco es productor de petróleo en la cuenca del Río Pachitea; y en la industria extractiva, sobresale la maderera en las provincias de Huánuco, Tingo María y Puerto Inca. Todo ello, hace que el resultado de dichas actividades y los productos generados sean comercializados, haciendo de estas actividades económicas importantes para el desarrollo regional.

El mercado municipal del distrito de Huánuco fue construido entre los años de 1961-1964, en su interior albergaba 210 puestos, para satisfacer las necesidades de una población Huanuqueña compuesta por menos de 30 mil personas, el mercado modelo de Huánuco se ha construido en función al crecimiento desordenado de la población, ya que se encuentra en un área céntrica de la ciudad. (Aliaga Lobatón, 2018, pág. 1). Actualmente el mercado cuenta con 246 puestos en su interior y 482 puestos en su exterior y abastece a una población de 92 846 Huanuqueños en el distrito del mismo nombre. (INEI, 2017).

*Ilustración 2: Exteriores del mercado modelo de Huánuco.*



*Fuente 2: Fotografía propia.*



El mercado modelo de Huánuco se encuentra ubicado en la manzana alrededor del Jr. Huallayco, Jr. Huánuco, Jr. San Martín y Jr. Ayacucho. Cabe destacar, que la manzana en la que se ubica el mercado modelo de Huánuco forma parte de la zona centro urbana más concurrida de la ciudad, debido al gran flujo de automóviles y personas que transitan. Debido a la existencia y gran variedad de negocios pequeños en Huánuco, se debe tener en cuenta que el mercado modelo posee marcados contrastes y una gran diversidad humana que ahí labora; es decir, que se tiene múltiples historias de vida y diversos orígenes, los cuales son dejados de lado cuando se amerita realizar una evaluación del fenómeno de la informalidad.

El estudio de los pequeños comerciantes del mercado modelo de Huánuco aportará información que ayudará a representar ciertas conceptualizaciones afines a la sociología que se relacionan al análisis de los procesos socioculturales que condicionan las acciones de las personas, debido a que factores como la infraestructura del mercado, los espacios laborales, posicionamiento urbano y el clima laboral que se gesta ahí, hacen que las expectativas y aspiraciones de los pequeños comerciantes lleguen a ser factores que determinan cuáles son los límites que poseen acerca de su ingreso al sistema formal o por el contrario, las posibilidades de acceso al sistema informal.

*Ilustración 3: Interiores del mercado modelo de Huánuco.*



*Fuente 3: Fotografía propia.*

## **2.1.2. Antecedentes del problema de investigación.**

### **2.1.2.1. Tesis de Licenciatura, “Efectos de la informalidad en ventas de abarrotes, en las micro y pequeñas empresas del distrito de Huánuco”. (Diana Chaparro, Jenit Rodríguez & Rudy Ruiz)**

El planteamiento de esta investigación busca identificar el por qué no existe una buena gestión por parte de las gerencias encargadas de supervisar y regular las acciones que se desarrollan en los comercios de Huánuco, ya que ha raíz de ello no se observa una regulación ordenada de los pequeños comercios del distrito de Huánuco, en especial de aquellos que se ubican en el centro urbano. La investigación señala que la situación es propiciada por la falta de una economía estable (altos costos en recursos y mínimos beneficios), falta de eficiencia (inadecuada racionalización de recursos organizacionales), falta de efectividad (poco cumplimiento de metas y objetivos empresariales), no existe mejora continua (falta de diseño de programas de cambios cualitativos y cuantitativos) y un bajo nivel competitivo. Además, esta investigación demuestra que existe desorganización en las micro empresas en el mercado, falta de diversificación de los bienes y servicios, asimismo, se identifican problemas financieros; por ello, dichos efectos ocasionan inconvenientes en las áreas micro sociales de la economía huanuqueña.

Además, en dicha investigación se corrobora que las Mypes no cuentan con una adecuada estructura del capital financiero, es decir, las Mypes no identifican balances entre el activo, pasivo y patrimonio económico; lo cual da como resultado que no se cuente con los recursos financieros necesarios para obtener inversiones que necesita el desarrollo empresarial, dejando de esa manera una estructura empresarial desarticulada a márgenes de lo que sugiere la formalidad. Sumado a ello, las pequeñas y medianas empresas no disponen de una adecuada estructura de inversión referente a los activos, porque se ha determinado la existencia de activos fijos ociosos que no contribuyen a generar rentabilidad a las empresas afectando al capital humano de las mismas.

A veces, las empresas tienen deficiencias en el capital de trabajo, es decir, en el activo corriente, ya sea por la falta de disponibilidad de ingresos en efectivo, de mercaderías para atender a los clientes y otras deficiencias que aparecen respecto al balance general. Esta misma situación pasa con el capital de trabajo contable, es decir, el activo corriente menos el pasivo corriente, no es suficiente para atender las obligaciones de la empresa con sus proveedores y algunas veces con sus propios trabajadores, lo que limita su accionar durante la práctica del ejercicio laboral.

Las pequeñas y medianas empresas no formulan presupuestos financieros (flujos de caja) que les permita medir a priori la rentabilidad proyectada que necesitan para entregar a los socios como dividendos o seguir invirtiendo en las actividades de la empresa. En tanto, el resultado que obtengan no puede ser medido, porque no hay un instrumento financiero de comparación; asimismo, los resultados obtenidos tampoco se comparan con las empresas del mismo nivel y giro empresarial.

En tanto, el problema general de esta investigación se centra en la influencia de la gestión empresarial en el desarrollo de las Pymes en el distrito de Huánuco y su cercanía al sistema informal, ya que las complicaciones presentadas suceden por la falta de decisión que afecta el desarrollo empresarial, lo que a su vez expresa el movimiento que siguen las Pymes y cuál es el riesgo existente para su desarrollo en el distrito de Huánuco si es que estas presentan esos niveles de desestabilidad.

#### **2.1.2.2. Tesis de Licenciatura, “Magnitud de la economía informal en el Perú y el mundo”. (Paulino Barragan Arqué)**

Esta tesis señala de que, en el Perú, el crecimiento de la economía informal está asociado al crecimiento de la población, al escaso crecimiento de la economía y a la escasez de fuentes de trabajo. Según los resultados de esta investigación, se calcula que la economía informal en nuestro país es equivalente al 35% del PBI y al 60% de las horas trabajadas; es decir, un 35% de la producción y un 60% del trabajo.

Sumado a ello, en esta investigación se demuestra que la economía informal no es un fenómeno exclusivo de los países en vías de desarrollo; hoy en día, la globalización de la economía ha evidenciado que la práctica de producir riqueza y crear empleo fuera del marco legal es también un fenómeno del mundo desarrollado, por lo tanto, el paradigma del fenómeno de la informalidad no es unidimensional y exclusivo de sectores específicos, sino que es multidimensional.

Además, la investigación realizada evidencia que la magnitud de la economía informal en los países en vías de desarrollo y en los países desarrollados no aparece en las estadísticas oficiales de las Cuentas Nacionales, por lo que se desconoce con exactitud su medición e incidencia en la economía nacional; lo que constituye una gran limitación en el diseño de la política económica, la política fiscal y la política tributaria en su conjunto. Dichas conclusiones, evidencian que las políticas no definen la presencia e influencia que posee la informalidad más allá de los análisis cuantitativos en la pluralidad de países.

### **2.1.2.3. Proyecto de investigación - (CIES), “Evasión tributaria e informalidad en el Perú: Una aproximación a partir del enfoque de discrepancias en el consumo”. (Jorge De la Roca & Manuel Hernández)**

En esta investigación se visualiza el tamaño del sector informal en el Perú, el cual se ha calculado dentro de un rango que varía entre el 40 y 60% del PBI oficialmente registrado para la primera década del siglo XXI. Sin embargo, el monto de esta cifra dice poco respecto de su estructura, que según la investigación está conformada por:

- a) La evasión tributaria “pura”.
- b) La economía irregular.
- c) Las actividades ilegales.

La composición que desarrolla la investigación denota que el sector informal también comprende aquellas evasiones de ingresos resultantes de actividades aparentemente formales (evasión tributaria “pura”).

Dentro de esta investigación también se estiman los niveles de ingresos de fuentes formales no reportados bajo un enfoque micro-económico de discrepancias en el consumo. Mediante información de encuestas de hogares, este trabajo obtiene el grado de sobreporte de ingresos de los trabajadores formales en cada una de las regiones del país, a la vez que se estima una cifra del tamaño del sector informal.

Se recalca también que los representantes políticos deben prestar atención al tamaño, estructura y evolución del sector informal, más aún si en las últimas décadas éste ha ido en aumento tanto en países en desarrollo como en países desarrollados. Por tanto, la consideración del fenómeno de la informalidad en esta investigación se destaca en 4 puntos.

1. Las actividades informales reducen la base impositiva y con ello impiden un financiamiento sostenible de bienes públicos y de protección social.
2. Un sector informal próspero puede distorsionar las estadísticas oficiales, con lo cual las decisiones de política basadas en estos indicadores pueden resultar poco efectivas o contrarias al objetivo deseado.
3. Una economía paralela en auge puede atraer trabajadores y fomentar la competencia desigual con empresas formales.
4. La última razón, a diferencia de las tres primeras, asigna un rol positivo al sector informal al afirmar que favorece el desempeño de la economía.

Pese a lo mencionado en la investigación, existen ciertos contrastes en cuanto a las perspectivas sobre la informalidad más allá de la posición tributaria. Por ejemplo, en la investigación de Loayza (1996) se señala que: “En América Latina las actividades informales afectan de manera negativa al crecimiento económico, ya que fomentan un uso ineficiente de los servicios públicos y reducen la disponibilidad de estos entre los agentes de la economía”. De esa manera se fomenta un uso equívoco de los servicios público que distorsionan el panorama actual. Aunque, por otro lado, la investigación de Schneider (1998) afirma que: “Más del 66% de los ingresos generados informalmente son gastados de manera inmediata en el sector formal”, hecho que contribuye con el crecimiento y la recaudación de impuestos indirectos, dejando otra vez en evidencia el contraste de matices sobre la percepción que existe de la informalidad. A pesar de estos aparentes contrastes, pareciera existir cierto consenso hacia la idea de que una elevada dimensión del sector informal suele afectar de manera negativa la evolución de la actividad económica, pero sigue siendo bien aprovechada en cuanto a la recaudación que ofrece.

#### **2.1.2.4. Investigación científica, “Causas y consecuencias de la informalidad en el Perú”. (Norman Loayza)**

Partiendo de una definición legal de informalidad, el presente trabajo estudia las causas de este fenómeno en general, concentrándose en particular en el análisis de la informalidad en el caso peruano. Primero ofrece una discusión de la definición de informalidad y de las mediciones de esta, señalando además las razones por las cuales la informalidad generalizada debiera ser motivo de gran preocupación.

Además, en esta investigación se analiza los principales determinantes de la informalidad y sostiene que este fenómeno no tiene una causa única, sino que es producto de la combinación de servicios públicos deficientes, de un régimen normativo opresivo y de la débil capacidad de supervisión y ejecución del estado. Lo que lleva a señalar nuevamente al estado peruano como responsable de la informalidad por sus imposiciones. Sin embargo, también afirman que dichas implicancias combinadas a que el país se caracteriza por tener bajos niveles educativos, fuertes presiones demográficas y estructuras productivas primarias, hacen de este un problema aún mayor. Lo que involucra indirectamente (no como responsable directo) a la población. Finalmente, utilizando un análisis de regresión transversal entre países, se evalúa la relevancia empírica de cada uno de los determinantes de la informalidad, aplicando luego las relaciones estimadas al caso

peruano para evaluar la relevancia que tendría cada uno de los mecanismos propuestos en cada país específico.

#### **2.1.2.5. Investigación científica, “De la oportunidad del empleo formal al riesgo de exclusión laboral, desigualdades estructurales y dinámicas en los mercados latinoamericanos de trabajo”. (Juan Pablo Perez & Minor Mora)**

Partiendo de la distinción entre desigualdades estructurales o históricas, el legado de la modernización pasada y las desigualdades dinámicas, como resultado del riesgo inherente a la modernización globalizada, esta investigación busca aproximarse a los procesos generadores de desigualdad en el mercado de trabajo en América Latina. Este es un ámbito que en la región está marcado por transformaciones importantes, ya que el empleo formal está perdiendo su centralidad de antaño. Por tanto, la investigación señala que actualmente predominan diversas tendencias de exclusión laboral, tales como:

- El declive del empleo público.
- La precarización de las relaciones salariales.
- El desempleo estructural.
- La migración internacional.
- La persistencia de una economía de la pobreza.

La hipótesis central que la investigación plantea es que se está transitando de la oportunidad del empleo formal al riesgo de exclusión laboral debido a gran parte de las tendencias señaladas anteriormente, las cuales se circunscriben a las estructuras empresariales, siendo parte de estas las Mypes que presentan estructuras empresariales y por tanto salariales por debajo del promedio. Por tanto, la transformación que se menciona en la investigación representa la columna vertebral de la generación actual de desigualdades en los mercados de trabajo en América Latina, los cuales presentan tendencias crecientes cada vez más amplias creando brechas en los trabajadores y debilitando el sistema de competitividad. En el presente, las dinámicas laborales, caracterizadas por la exclusión, dificultan materializar un arreglo social que logre hacer tolerables tanto las desigualdades estructurales como las desigualdades. Es por ello que la investigación hace presente una tendencia de exclusión laboral propia de la modernización globalizada, siendo el fenómeno paradójico de la migración transnacional; lo que supone, por un lado, una forma extrema de exclusión que conlleva el desarraigo territorial, pero, por otro lado, globaliza la fuerza de trabajo. Este acápite acerca de la emigración de fuerza

laboral señala que es un mecanismo de ajuste del mercado de trabajo en algunos países latinoamericanos, lo que también se extrapola a panoramas más pequeños como en es el caso de la emigración de fuerza laboral al interior de países latinoamericanos como el caso del Perú y sus regiones.

## **2.2. Bases teóricas.**

### **2.2.1. La economía informal.**

En los países en vías de desarrollo, las empresas informales representan un alto porcentaje de las actividades económicas. Estas empresas informales proporcionan los medios de vida necesarios para millones de personas; a pesar de ello, el rol que desempeñan en los procesos de desarrollo sigue siendo controvertido, debido a las discusiones que levanta, tanto a favor y en contra.

Diversos estudios mencionan la existencia de hechos críticos sobre la economía informal, La Porta y Shleifer mencionan 5 hechos en concreto al respecto; sin embargo, en estos hechos se pueden encontrar aspectos que se relacionan entre sí, generando una visión social al fenómeno de la informalidad. El primer hecho, la informalidad es enorme en los países en vías de desarrollo. El segundo hecho, la economía informal tiene una productividad extremadamente baja en comparación a la economía formal, ya que las empresas informales suelen ser pequeñas, ineficientes y están dirigidas por empresarios poco educados. El tercer hecho, aunque la evasión de impuestos y regulaciones es una razón importante para la informalidad, la productividad de las empresas informales es demasiado baja para que prosperen en el sector formal, la reducción de los costos de registro tampoco atrae a muchas empresas informales. El cuarto hecho, la economía informal está en gran medida desconectada de la economía formal, ya que las empresas informales rara vez hacen la transición a la formalidad y continúan su existencia, a menudo durante años o incluso décadas, sin mucho crecimiento o mejora desaparecen. El quinto hecho menciona que, a medida en el que los países crecen y se desarrollan, la economía informal eventualmente se contrae, y la economía formal llega a dominar la vida económica. (La Porta y Shleifer, 2014). Cabe destacar que, La Porta y Shleifer ven de forma positiva ciertos planteamientos desarrollados por el economista Hernando de Soto, quien ha desarrollado trabajos respecto a la informalidad; sin embargo, no utilizan dichas ideas de forma estricta e irrefutable, ya que en primera instancia de Soto planteaba que la ineficiencia del estado no facilitaba el ingreso de las personas al sistema formal; por otro lado, La Porta y Shleifer mencionan que hay más evidencias de que el crecimiento que

busca erradicar al sector informal es aquel que es impulsado por la formación y expansión de las empresas formales administradas por empresarios educados. Por otro lado, señalan que los empresarios sin educación formal<sup>3</sup> funcionan generalmente en empresas pequeñas e ineficientes; este es el lado oscuro de la dualidad: las economías informales son tan grandes en los países pobres debido a que sus empresarios son improductivos. Dicha improductividad está relacionada con la procedencia de dichos empresarios, la trascendencia sociocultural que han tenido a lo largo de su vida, los procesos que han desarrollado, la educación que han recibido, entre otros. Son esos elementos que los han llevado a ejercer labores poco organizadas e improductivas.

### **2.2.2. Los trabajadores informales independizados.**

En un artículo de Erick Lahura y Dafne Murillo, investigadores en asuntos económicos, ellos analizan una serie de datos cuantitativos que fueron obtenidos a través de un cuestionario llamado “ingreso del trabajador independiente” de la Encuesta Nacional de Hogares (ENAH) de los años 2014, 2015 y 2016, en este cuestionario se analizaron una serie de premisas en relación a la pregunta de: ¿Cuál es la razón principal por la que no está registrado a la SUNAT?

Los encuestados de aquel trabajo fueron todos aquellos que declararon no estar registrados en la SUNAT. Los datos de esta encuesta que se desarrolló en el 2014, 2015 y 2016 dieron como resultado en todos los años, tres respuestas con un porcentaje elevado sobre las demás, ya que: “en todos los años, las tres razones más importantes por la cual el trabajador no está registrado y por lo tanto es informal son “no lo considero necesario” (42% en el 2014, 48.4% en el 2015, 45.0% en el 2016 y 45.1% para la muestra agrupada 2014 -2016), “negocio pequeño/produce poca cantidad” (38.1% en el 2014, 34.4% en el 2015, 36.5% en el 2016 y 36.3% para la muestra agrupada 2014 – 2016) y “es un trabajo eventual” (10.1% en el 2014, 8.6% en el 2015, 10.0% en el 2016 y 9.6% para la muestra agrupada 2014 – 2016). Estos números evidencian el 90% de respuestas en todos los años de una muestra grupal considerable”. (Lahura y Murillo, 2019, pag. 35).

La encuesta también detalla a que sectores específicos se refieren estas respuestas; por ejemplo, las principales actividades donde se desempeñan los informales son el “comercio al por menor”; que a su vez se relaciona con la premisa de que estos

---

<sup>3</sup> Entiéndase por educación formal, aquella educación que ha sido impartida en instituciones educativas; mientras que la educación informal, resulta del aprendizaje impartido en medios de socialización primarios como sería el caso de la familia, el grupo de pares o agentes socializadores terciarios.



comerciantes poseen “negocio pequeño/produce poca cantidad”; esto es una tendencia particular, porque las premisas que poseen porcentajes altos son características de los “pequeños comerciantes populares”. Esto no es algo que relacione directamente a los factores socioculturales con los límites de acceso al sistema formal, pero queda un antecedente particular en las consideraciones o percepciones que las personas sostienen para no acceder a la formalidad. Además, a diferencia de otros estudios, los datos de la ENAHO y el análisis por categorías de ingresos por departamentos y actividad económica, indica que la carga tributaria no es la razón más importante para explicar la existencia de la informalidad, lo cual contradice las hipótesis de que, una reducción de impuestos podría reducir la informalidad, esto se debe a que la persona informal, no busca o anhela ser formal. (Lahura y Murillo, 2019, pag. 40). El estudio de Lahura y Murillo pone sobre la mesa de debate información empírica que refleja una situación poco usual, en la cual el acceso al sistema formal por parte del pequeño comerciante no está regido principalmente (ya que según los datos algunos señalan lo contrario en menor proporción) por la carga y presión tributaria. Entonces, esto nos permite buscar algunos componentes no tan recurrentes dentro del análisis de lo informal para explicar la inclinación “práctica” de los pequeños comerciantes hacia el sector informal.

**Tabla 1:** Razones por las que un empleador o trabajador independiente es informal.

Respuesta	Años			
	2014	2015	2016	2014-2016
No lo considera necesario	42,0	48,4	45,0	45,1
Su negocio es pequeño / produce poca cantidad	38,1	34,4	36,5	36,3
Es un trabajo eventual	10,1	8,6	10,0	9,6
No podría asumir la carga de impuestos si se registra	2,8	3,8	2,5	3,0
No sabe si debe registrarse	3,1	1,5	2,1	2,2
Le quita demasiado tiempo	1,1	0,9	0,9	1,0
Los trámites son muy complicados	0,8	0,7	1,2	0,9
No sabe cómo o dónde registrarse	0,9	0,8	1,1	0,9
Otro	1,1	0,8	1,0	0,9

**Fuente 4:** Encuesta Nacional de Hogares.

### 2.2.3. Las particularidades dentro de los componentes socioculturales.

Como se mencionó con anterioridad y como se desarrollará más adelante, el apartado sociocultural buscará explicar ciertas particularidades que se presentan en los pequeños comerciantes, es por ello que debemos analizar dicho apartado a través de los

componentes que posee, para así realizar una interpretación sustentada de la incidencia de la informalidad.

Uno de los componentes necesarios para estudiar los factores socioculturales en el estudio de los pequeños comerciantes del mercado modelo de Huánuco es la migración, el cual, es un eje que engloba los componentes socioculturales de los primeros empresarios emergentes. Por ello, se debe hacer una mención a las particularidades eventuales que se expresan en las migraciones intrarregionales e interregionales<sup>4</sup> que en su momento, algunos estudios focalizaron únicamente dentro de la ciudad metropolitana de Lima como el centro principal para migrar y a consecuencia de ello, ejercer labores .

En un artículo desarrollado por Jacques Malengreau -quien estudió las relaciones entre los cambios tecnológicos y las transformaciones sociales de las comunidades campesinas del Perú- a través de fuentes empíricas que toman como base ciertos trabajos etnográficos que desarrolló con los pobladores de los distritos de San Carlos (Amazonas) y Cusipata (Cusco) señala que, en general, ejercer una actividad remunerada permanente predomina como motivación en el caso de la mayoría de los migrantes hacia los centros regionales. (Malengreau, 2007, pag. 431). El trabajo de Malengreau constata a través de su muestra poblacional, que las personas de zonas altoandinas en cierta medida tienden a migrar intrarregional e interregionalmente con la finalidad de ejercer actividades lucrativas, pero que a pesar de ello, un promedio del 80% de los varones (para el caso de Cusipata) se instauran y ejercen labores en actividades comerciales como el pequeño comercio o la artesanía, debido a la accesibilidad que ofrecen. En el caso femenino, las mujeres sancarlinas desarrollan labores domésticas que posteriormente devienen en la búsqueda de trabajos independientes. Una de las conclusiones que Malengreau desarrolla es que: “Los migrantes en centros regionales relativamente cercanos a su pueblo de origen, cultivan más sus lazos parentales directamente con este último. Elaboran de esta manera un nuevo mundo rural-urbano interno a su región.” (Malengreau, 2007, pag. 444). En base a ello, podemos encontrar una relación entre los componentes socioculturales que las personas de las zonas altoandinas interiorizan y que posteriormente a las movilizaciones masivas, reproducen en las capitales regionales (exceptuando Lima metropolitana en el

---

<sup>4</sup> Intrarregional: Son las relaciones que se generan dentro de la región. Por ejemplo: El comercio que se da dentro una región, es comercio intrarregional.

Interregional: Que afecta a varias regiones o tiene lugar entre ellas. Por ejemplo: Solidaridad interregional entre varias regiones debido a alianzas estratégicas como el comercio interregional.

caso de este estudio) a través de los procesos sociales que ellos desarrollan en dichos lugares, por ejemplo, a través del ejercicio de labores independientes en trabajos de pequeña escala.

Uno de los componentes socioculturales que también se puede evaluar en esta investigación es la del emprendimiento social<sup>5</sup>, ya que el emprendimiento (tal y como se desarrolla en el marco teórico) engloba no sólo al componente económico, sino también al componente social, el cual se encuentra ligado a las expectativas que poseen los emprendedores en el caso de los comercios independientes, es por ello que este concepto servirá para ejemplificar algunos puntos clave dentro de la presente investigación.

No es ajeno al conocimiento de las personas, el hecho de que hoy en día, el concepto del emprendimiento se ha masificado popularmente en el Perú, representado en gran parte por las campañas de emprendimiento que el estado ha ido promoviendo. Cabe resaltar que dichas campañas se enfocan hacia los sectores de bajos niveles educativos y bajos recursos, en donde se manifiesta una gran presencia de los jóvenes y adultos jóvenes sin empleo y/o desempleados. Por ejemplo, el proyecto de formación empresarial de la juventud (JUMP) fue ejecutado por CARE-Perú con financiamiento de Fondoempleo por un periodo de 18 meses, desde octubre de 1999 a marzo de 2001. Dicho proyecto tuvo como meta desarrollar habilidades empresariales en los jóvenes en situación de pobreza, de modo que ello les permita crear y administrar sus propios negocios, partiendo de la base en la que se busca comprender el por qué hay una falta de puestos de trabajo en las micro y pequeñas empresas. (Jaramillo y Parodi, 2003, pag. 17). El ámbito de intervención del proyecto comprendió las ciudades de Arequipa, Ayacucho, Cajamarca, Huaraz, Lima y Trujillo. La población objetivo se definió a partir de criterios tales como:

- I) Acceso de jóvenes entre 18 y 25 años de edad.
- II) Que tengan el nivel educativo mínimo de tercer año de secundaria.
- III) Que cuenten, de preferencia, con algún tipo de experiencia laboral previa o de negocios.
- IV) Que manifestaran interés por desarrollar una actividad independiente.

Sin tratar de alejarnos del tema del emprendimiento, ya que la evaluación detallada de los programas y campañas estatales que promueven el emprendimiento no competen

---

<sup>5</sup> Según el estudio de Mariana Bargsted, el emprendimiento posee una segmentación específica según el área o disciplina en el que se desarrolle, debido a esto ella analiza al emprendimiento desde una óptica social.

estrictamente a esta investigación, el resultado de un estudio que analizó dicho programa, a través de procedimientos cuantitativos concluye que sólo cuando se realizan las cuatro visitas (estas visitas son las capacitaciones) del proyecto JUMP, se encuentran efectos significativos y positivos para los participantes que intentan formar un negocio. Además, este estudio señala también, que la probabilidad de tener un negocio se ve afectado por indicadores como la edad y la experiencia laboral. (Jaramillo y Parodi, 2003, pag. 92). Esta revisión breve a uno de los proyectos destinados al emprendimiento permite entrever que, sólo aquellos que se encuentran estrictamente capacitados, serán aquellos que puedan aprovechar las condiciones necesarias para poder concretar y establecer un negocio propio. Si extrapolamos la información obtenida de aquel estudio y la utilizamos para esclarecer algunas dudas sobre el objeto de estudio de esta investigación, se deduce que algunos programas no logran capacitar por completo a las personas que son beneficiarias de estos, por ello, la concepción de establecer un negocio formal es todavía distante.

#### **2.2.4. El emprendimiento como determinante sociocultural.**

Para explicar las razones del por qué la acción de emprender y formar una empresa en el Perú es relativamente “compleja”, evaluaremos la mortalidad que estas microempresas poseen, de esta forma veremos algunos rasgos y características que permitirán aclarar algunas dudas con respecto a la formación y perduración de estas empresas que se desarrollan a partir de las nociones y valores del emprendimiento, ya que uno de los propósitos de quien busca emprender, es el de fomentar negocios independientes a través de sus capacidades, dichos negocios también poseen un proceso evolutivo, donde la micro empresa sería el primer escalón de dicho proceso.

En un artículo desarrollado por Edgar Alva, quien es un investigador y profesor en el área de las ciencias contables, menciona que existe una tasa de mortalidad significativa entre las microempresas del país desde la perspectiva de sus gestores, es debido a ello que analiza las principales causas que conllevan a la desaparición de estos negocios y a partir de este análisis lograr una orientación que permita plantear, posteriormente, un modelo de líneas y perspectivas empresariales que promuevan el crecimiento y desarrollo de estos pequeños negocios. Como parte de sus resultados, para los cuales utilizó una metodología tanto cuantitativa como cualitativa, señala que la alta incidencia de microempresas con menos de 5 trabajadores que fracasaron permite suponer que existe una relación entre el desarrollo del negocio y el número de personas que emplea. (Alva, 2017, pag 83). Esto es un aspecto importante que se debe considerar, ya que el número de trabajadores en estas

microempresas guarda estrecha relación con el de los pequeños comerciantes del mercado modelo de Huánuco (por lo general estos comerciantes poseen microempresas con menos de 5 trabajadores), por lo cual, este artículo ofrece indicadores relevantes que permiten hacer una breve pero significativa comparativa con el objeto de estudio de la investigación. Además, en ese mismo artículo señala que el factor de la antigüedad de estas empresas no es una de las causas principales que explican el fracaso de las mismas, debido a ello, se puede vislumbrar que no aparecen aproximaciones que expliquen el cese de las actividades de estos pequeños comerciantes, los cuales al perder su microempresa y con ello parte significativa de su sustento económico, se ven en la imperiosa necesidad de establecerse en otros empleos, ya sea formalizándose o migrando por completo hacia las áreas de la informalidad, aunque esto no puede ser determinado con celeridad ya que existe una pluridimensionalidad de personas que a partir de la mortalidad de sus microempresas optan por alternativas ajenas al comercio, sea este informal o no, debido a los años en los que se desarrollaron y que posiblemente surgieron actitudes que los hicieron tomar estas decisiones.

**Tabla 2:** *Microempresas por número de trabajadores: resultados y comparación.*

ESTRATO DE PERSONAL OCUPADO (PERSONAS)	SEGÚN MINISTERIO DE LA PRODUCCIÓN (2015)		SEGÚN MUESTRA EN CERCADO (2016)	
	Gestores	%	Gestores	%
Ninguna			10	16,7
Una	1 500 779	98,8	17	28,3
De 2 a 5			24	40,0
De 6 a 10	13 344	0,9	9	15,0
De 11 a 20	4 161	0,3	0	0,0
<b>TOTAL</b>	<b>1 518 284</b>	<b>100</b>	<b>60</b>	<b>100</b>

**Fuente 5:** *Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por el Ministerio de Producción, 2015.*

Si se presupone que la formalización es tan importante para cambiar las condiciones de vida de los comerciantes, ¿por qué no se han logrado resultados positivos de inserción laboral hacia las áreas formales? ¿por qué los índices no resultan ser positivos o cuando mucho alentadores? Una posible respuesta la podemos encontrar en la edición de ‘Producción y empleo formal en el Perú’, la cual señala lo siguiente: “En el año 2007 el aporte al PBI del sector informal representó el 18,9%, disminuyendo su participación en el

año 2016 a 18,4%; en relación al número de unidades productivas informales, estas pasaron de 6 millones 486 mil unidades en el 2007, a 6 millones 878 mil unidades en el año 2016.” (Mercado Ocampo, y otros 2017, pag. 29). Si tomamos en cuenta lo señalado anteriormente, nos damos cuenta que los datos son poco alentadores o directamente desalentadores, ya que a pesar de que el sector informal redujo su contribución al P.B.I durante los años, el número de personas que operan en este sistema se encuentra en aumento, ligeramente, pero sigue en aumento. Entonces el rol positivo que desempeña el proceso de formalización respecto a la disminución de las personas que operan en la informalidad no se hace evidente una vez que se analizan los datos empíricos y son llevados al análisis de la coyuntura actual. Ello da a entender que a pesar de que las políticas económicas que se implementan año tras año van mejorando en cuanto a estrategia y diversificación para incorporar adecuadamente a los pequeños comerciantes al sistema formal, el impacto positivo que debería tener se encuentra en una especie de estancamiento.

A pesar de que en términos estadísticos y porcentuales, el proceso de la formalización demuestra y refleja cambios positivos, dentro del sector informal (respecto a los microempresarios) todavía se hacen presentes porcentajes preocupantes, los cuales se ha evidenciado en la revisión empírica de la literatura, es por ello que, más allá de buscar “datos positivos”, el proceso de formalización necesita enfocarse en priorizar la formalización de la persona y asegurar el bienestar de esta, a partir del análisis de los factores socioculturales que las personas han atravesado y que se manifiestan de formas heterogéneas.

### **2.3. Marco teórico.**

Esta investigación analiza las características socioculturales que posee el fenómeno de la informalidad, para ello se utilizarán diversos conceptos afines a las ciencias sociales, que permitirán generar ciertas discusiones teóricas enfocándose en el análisis de elementos culturales. La conceptualización del fenómeno de la informalidad varía según los distintos enfoques y autores que lo han estudiado, es por ello que parte de la literatura encontrada le da una connotación y apreciación particular a este fenómeno, como consecuencia, se presentan diferentes matices propios de este fenómeno, que a través de distintos procesos socioculturales, han podido brindar una variada apreciación de lo que este fenómeno viene a constituir, como también mayor conocimiento de los elementos socioculturales que son inherentes a este .

### **2.3.1. Aproximaciones a las categorías de lo formal e informal, ¿qué se entiende por formal o informal?**

#### **2.3.1.1. La conceptualización de la informalidad.**

El concepto de informalidad se empezó a esbozar a partir de 1971, cuando Keith Hart presentó su libro titulado “Informal income opportunities and urban employment in África”, en el seminario “Desempleo urbano en África”; sin embargo, tomó verdadera forma a partir de la misión sobre el empleo llevada a cabo en Kenya, por la OIT, en 1972.

Por otra parte, si se hace un esbozo acerca del concepto de la informalidad en América Latina, se debe revisar la data desde la segunda mitad del siglo XX; es por ello que, Berenice Ramirez señala que: “Los resultados del patrón de acumulación de industrialización por sustitución de importaciones, que impulsó al crecimiento económico de América Latina de los años cuarenta a los ochenta del siglo XX, provocó, entre otros efectos, un crecimiento de las zonas periféricas de las ciudades con población que migraba del campo a la ciudad, pero que no tenía absorción como fuerza de trabajo en las actividades manufactureras. A partir de tal acontecimiento, se observa un crecimiento dinámico del sector comercio y servicios, conjuntamente con actividades informales, pero predominaba la perspectiva de que era un fenómeno coyuntural que iría disminuyendo en la medida que aumentara la asalarización y la modernización.” (Ramirez López, 2019, pag. 92).

En el informe llamado ‘La informalidad: escape y exclusión’, en el que se considera a la informalidad como una manifestación de las relaciones entre los agentes económicos y el Estado, Guillermo E. P., William F. M., Omar S. A., Pablo F., Andrew D. M & Jaime S. C., mencionan que: “La informalidad es simplemente una etapa del proceso de desarrollo: la microempresa que se encuentra en todas partes refleja las opciones no atractivas en un sector moderno pequeño y la dependencia tradicional de la familia y la comunidad. Sin embargo, también hay evidencia que sugiere que, en parte, la informalidad es una voz de alerta, el síntoma de políticas inadecuadas y, más profundamente, una falta de confianza en el Estado y quizás en nuestros conciudadanos.” (Perry, y otros, 2007, pag. 22).

Las perspectivas antes mencionadas proponen dos visiones particulares; la primera es una perspectiva de exclusión, que coincide con el pensamiento tradicional y señala que el mercado se encuentra segmentado y las personas se integran a la informalidad porque es

la única alternativa, ello hace alusión a que los trabajadores del sector informal no muestran una preferencia directa por estar en el sector de la informalidad, sino que existe un sistema laboral que los orilla a que sean parte de esta, hasta tal punto que no les queda otra opción.

Por otra parte, la segunda perspectiva, visualiza al sector informal como un espacio de acceso voluntario, que se opone diametralmente a la primera perspectiva, ya que esta segunda perspectiva sugiere que los trabajadores son quienes eligen entre los distintos puestos que se ofrecen, y posterior a ello, se incorporan al sector informal por voluntad propia.

Estas primeras propuestas teóricas dan entender dos puntos significativos, el primer punto es que existen dos perspectivas cuando mucho contrarias entre sí, el segundo punto es que ambas perspectivas poseen un carácter de contrariedad; por lo tanto, el punto medio de análisis debe ofrecer una visión alternativa sobre un fenómeno tan complejo como la informalidad que rescate el eje central en el que la informalidad toma forma en la persona que la ejerce, lo cual se basa en el análisis de contrastes entre ambas posiciones donde ninguno de los extremos debe ser tomado como punto de referencia exacto para comprender la informalidad.

Y aunque no exista una definición universal de la informalidad, en general se entiende como las firmas o individuos que realizan actividades que no se encuentran bajo la órbita del Estado. Algunos estudios se concentran en los derechos que implica esta órbita y, por lo tanto, miden la informalidad de acuerdo a los beneficios recibidos.

### **2.3.1.2. La conceptualización de la formalidad.**

El término de la 'formalidad' suele estar asociado a las empresas, por lo cual se define a la formalidad como la acción que desempeña una empresa aplicando criterios y métodos que le permitirán ser eficiente, eficaz y efectiva. Sin embargo, para fines de la presente investigación se necesita más que una definición empresarial para entender a la formalidad. Dentro de la formalidad se mezclan varios conceptos, los cuales particularmente se asocian a los sectores económicos, jurídicos y políticos. Según el BID, existen 3 facetas en las cuales se define a la formalidad, estas son: a) Legalista, la cual se vincula al estatus del individuo/empresa con respecto a algún tipo de obligación/regulación, b) Aseguramiento social: Independientemente de las obligaciones de las empresas y trabajadores, recoge estatus de aseguramiento social de los trabajadores a



salud/pensiones y otras contingencias. c) Productiva: Si la empresa es de un tamaño “suficiente” como para producir eficientemente. (Pagés, 2016). Como se ha podido constatar, las miradas específicas de la formalidad son estrictamente asociadas a las áreas antes mencionadas, esto se debe a que el ejercicio del trabajo se desarrolla bajo los parámetros que poseen dichas áreas, ello no significa que la formalidad y por contraparte, la informalidad, deban ser entendidas única y estrictamente bajo esos parámetros.

Algunas perspectivas teóricas tienen formas específicas de cómo definir a la informalidad, desde la óptica de Gustavo Yamada, el modelo neoclásico menciona que la informalidad surge a partir de las distorsiones salariales o legales-institucionales en el sector moderno; por otro lado, el modelo estructuralista señala que el sector informal que se desarrolla en la urbe, surge principalmente como consecuencia de restricciones en la generación de empleos en el sector moderno formal. (Yamada Fukusaki, 1994, pag. 11).

La OIT ofrece una definición sobre el empleo informal que servirá para la construcción conceptual del fenómeno en cuestión, la cual menciona que: “El empleo informal incluye todo trabajo remunerado (tanto autoempleo como empleo asalariado) que no está registrado, regulado o protegido por marcos legales o normativos, así como también trabajo no remunerado llevado a cabo en una empresa generadora de ingresos. Los trabajadores informales no cuentan con contratos de empleo seguros, prestaciones laborales, protección social o representación de los trabajadores.” (OIT, 2014). A raíz de esto, podemos detallar que los marcos normativos y legales juegan un papel fundamental dentro de la categorización de la informalidad, por lo cual se puede deducir el por qué conforman un eje importante cuando se investiga sobre la informalidad.

No obstante, el fenómeno de la informalidad debe ser mapeado en niveles más allá del empleo y productividad, que pese a ser fundamentales, no cubren todo el campo que la informalidad llega a ocupar. Es por esto que habitualmente se pueden hacer afirmaciones tales como: “Es más probable ser informal si se está al inicio o al final del ciclo de vida productiva, si se tiene menos años de educación escolar y si se es pobre”; a pesar de que pueden ser sustentadas en la realidad, no hay una comprobación procedimental para emitir tales juicios, aunque claramente algunas de estas lleguen a cumplirse en la realidad. Otro ejemplo sería la premisa de: “Las personas ricas son aquellas que se enfocan en hacer empresa desde que son jóvenes”. Es una premisa rápida y basada en un criterio presuroso que no ha sido comprobado y que aun así llega a cumplirse, es por ello que la conceptualización de lo informal tiende a ser tomada muy a la ligera debido a que se

presupone lo que este fenómeno implica y, por ende, se plantean soluciones precipitadas. Desde luego, se puede intuir del mismo modo, que la probabilidad de estar en el sector formal es mayor mientras se labore en medianas o grandes empresas, se tenga un nivel educativo secundario, técnico o superior, o cuando se es joven (tanto para el varón o mujer).

Otra vez me apoyaré de una premisa desarrollada por la OIT, la cual señala que: “La transición hacia la formalidad demanda un abordaje integral. Esto requiere tomar en cuenta los diversos factores económicos e institucionales que determinan la informalidad. Exige también esfuerzos a nivel de la formalización en las unidades económicas, así como en la formalización del empleo.” (OIT, 2016, pag. 21). Si tomamos en cuenta el enunciado de la OIT, podríamos afirmar que hace falta un abordaje integral para lograr una transición al sistema formal por parte de quienes operan en la informalidad; sin embargo, el enfoque de integralidad que ofrece la OIT no rescata elementos de inclusión y participación de las personas a las cuales el acceso a lo formal debería estar enfocado, debido a que, hoy se debe pensar a la integralidad con un enfoque multidisciplinario, el cual implica ahondar en la necesidad de la participación de los sujetos sociales, ya que se debe involucrar a los propios informales junto a actores claves para una participación responsable y articulada hacia la formalidad. En este sentido, es preciso fortalecer y multiplicar algunas iniciativas valiosas de participación, lo cual permita reconocer la multidimensionalidad individual y colectiva, como posibilidad para generar alternativas civilizatorias. (Muñoz Gaviria y Alvarado Salgado, 2009, pag. 106). Se puede observar que en algunos de los campos en los que el fenómeno de la informalidad llega a ser objeto de estudio, la forma en como se aborda varía particularmente, la discusión teórica que se hace presente en los estudios de informalidad no sólo se encuentran inmersos dentro de los campos de la sociología o el de las ciencias sociales, sino también en enfoques tales como el que la organizaciones internacionales como la OIT hacen presente. Eso sí, por definición propia, organizaciones como la OIT se ocupan de asuntos relacionados al trabajo y las relaciones laborales que por lo general distan de realizar análisis que centren a la persona como objeto de estudio y no tanto a la fuerzas productivas que este emplea y como consecuencia, sus resultados. El camino a la formalidad se encuentra en parte dirigido por un abordaje integral; sin embargo, como se insinuó previamente, desarrollar una perspectiva integral a su vez debe contener una mirada multidisciplinaria en lo que a la formalización se refiere, debido a las características heterogéneas que el fenómeno de la informalidad refleja en los individuos.

Los incentivos para la formalización por lo general son tentadoras propuestas económico-productivas y crediticias, a pesar de esto, no se puede asegurar que, accediendo a estas propuestas, las empresas emergentes y los pequeños comerciantes realmente vayan a lograr cumplir sus objetivos y expectativas, asegurando un buen proyecto de vida a futuro, cumpliendo criterios equitativos y sostenibles por medio del trabajo.

No sólo instituciones como la OIT poseen una definición concreta sobre la informalidad, Victor Tokman quien desempeña labores en la Comisión Económica para América Latina (CEPAL), desarrolla una perspectiva un tanto particular sobre la informalidad, ya que define a las actividades informales, como aquellas actividades que son de entrada fácil y requieren bajos capitales y poca calificación, presentan escasa división de tareas y de jerarquías, la mano de obra está constituida por el patrón que desempeña también funciones de trabajador, los familiares no remunerados y asalariados generalmente están sin contratos de trabajo. El resultado de esta forma de producción es baja productividad, bajos ingresos y desprotección. Constituye una alternativa de empleo de alta flexibilidad que permite aprovechar eficientemente los tiempos disponibles de la familia (educación/trabajo de los hijos, cuidado del hogar y/o empresa. De hecho, constituyen un mecanismo generado desde la sociedad para enfrentar la carencia de empleo y los riesgos de la desprotección. (Tokman, 2007, pag. 23). La definición propuesta por Tokman considera a las actividades informales como un mecanismo que la propia sociedad genera, a partir de las necesidades de quienes residen en esta, dándole énfasis a las familias que se constituyen dentro de este sistema informal, a través de sus integrantes, formando así pequeñas microempresas familiares que se han caracterizado por un número limitado de participantes y han emergido en determinados espacios geográficos.

### **2.3.1.3. Perspectivas multidisciplinares de la informalidad.**

Una perspectiva un tanto más actual sobre el sector informal es desarrollada por Verónica Amarante y Rodrigo Arim; esta perspectiva señala que el sector informal vendría a representar una estrategia racional de “escape” de los trabajadores y de las empresas, quienes tienden a valorar ciertos beneficios de los empleos informales (como la flexibilidad) más que de los derivados de la formalización, sumándole a ello la existencia de un estado altamente ineficiente en su rol de regulador y proveedor de prestaciones que desalienta la inserción al sistema formal de los trabajadores.

Una segunda perspectiva considera a los trabajadores informales como las víctimas de un sistema dual y segmentado debido al proceso de “exclusión”, el cual no les ofrece

acceso a la protección social. Una tercera perspectiva señala que la mayoría de los trabajadores independientes (por cuenta propia y empleadores) informales habrían ingresado voluntariamente en esta categoría para escapar de los sistemas formales y que su estatus como informales obedecería a una elección racional, asociada a algunos de los puestos de trabajo informales que los hacen más deseables en ciertos contextos y condiciones. (Amarante y Arim, 2015, pag. 24 - 25). Las 3 perspectivas de Amarante y Arim resultan ser de mucha utilidad ya que todas estas son complementarias entre sí, esto permite plasmar una nueva visión de análisis que ayuda al planteamiento de que, dentro de la informalidad, existen matices y gradualidades particulares que son el resultados de procesos socialadministrativos que “excluyen” a los trabajadores.

La posición actual de la CEPAL con respecto a la informalidad le da gran importancia a la toma de decisiones de quienes ejercen labores en el sector informal, permitiendo así un acercamiento al sujeto como punto clave para analizar al fenómeno de la informalidad.

Una de las perspectivas que también abordan teóricamente al fenómeno de la informalidad desde los procesos que conllevaron a su origen, es la del antropólogo José Matos Mar, la perspectiva de Matos Mar resulta ser un tanto distinta a los estudios sobre informalidad que habitualmente se desarrollan, debido al enfoque antropológico que el utiliza, que probablemente algunos no lo consideren como un determinante clave para el análisis de la informalidad; sin embargo, no se debe obviar el hecho de que el autor siempre demostró un gran interés por la pluralidad social y cultural del Perú, a través de sus múltiples estudios sobre los tejidos sociales que se gestaban en el país. Lo que destaca su conocimiento de esa pluralidad que se busca encontrar en el fenómeno de la informalidad junto con sus matices. Dentro de su planteamiento teórico referido a la constitución del país, Matos Mar señaló que, en el Perú existen dos procesos que afectan su configuración y modernización. El primero, es el acelerado proceso de urbanización que ha transformado significativamente a la sociedad. El segundo, es el proceso de desborde de la sociedad de masas frente al estado y al Perú oficial<sup>6</sup>. Tales procesos están estrechamente articulados, ya que la movilización de los sectores populares, en su mayoría migrantes, ha cuestionado el poder del estado, esto se debe a que estas masas emergentes, a través de

---

<sup>6</sup> Matos Mar desarrolla el concepto de que en el Perú a raíz del desborde popular aparecen dos instancias que comparten similitudes y a su vez diferencias, estos son los conceptos de el “Perú Oficial” y el “Otro Perú”.

distintos métodos y estrategias han creado sus propios espacios, adoptando actitudes contestatarias, las cuales recusan a las leyes, las instituciones, disposiciones y dispositivos legales, la economía oficial, el orden político, lo instituido, y paralelamente a ello se desprende un nuevo orden, lo informal, el cual definirá la configuración y modernización del Perú en el siglo XXI. (Matos Mar, 1990, pag. 2).

Daniel Moran ofrece un concepto sobre la informalidad que se perfila cercanamente a la visión del derecho, este dice que: “El fenómeno de la informalidad comprende el conjunto de actividades, económicas autogeneradas por la población, principalmente en las zonas urbanas, denominadas “informales” por no ajustarse a los patrones de empresa y empleo que se conocían previamente, y se expresan en la proliferación de vendedores ambulantes en las principales calles de las ciudades, mercadillos de comerciantes y talleristas de los barrios populares.” (Moran Salazar, 2003, pag. 10). A pesar de que Moran se especializa en la rama del derecho, señala que el fenómeno de la informalidad posee una gran incidencia en las zonas urbanas, ya que el área urbana es un foco de atracción vinculado a los movimientos rurales, debido a que esta es una zona de gran circulación y por ende generan un “área de seguridad” para quienes se encuentren en el rubro de las ventas comerciales de trato directo con el consumidor. Se llama “área de seguridad” debido a que se presupone que, al insertarte y vender algún producto, independientemente de cuál sea, podrás ofrecerlo al consumidor con cierto éxito por la circulación masiva que se desarrolla en las urbes y sus focos urbanos. Por ejemplo, el mercado popular de Huánuco, a pesar de que posee características diferentes al de los mercados de la capital ya sea en su organización, número de comerciantes instalados o infraestructura, al compartir la característica de estar ubicada en un área urbana de gran concurrencia, existe un movimiento económico muy fuerte que permite a los comerciantes que se encuentran ahí instalados poder asegurar un cierto grado de ingresos y por ende, estos encuentran un área de seguridad donde trabajar.

#### **2.3.1.4. Los impedimentos para adecuarse al sistema formal.**

Cuando se plantea la interrogante del por qué es complicado para los pequeños comerciantes el poder formar parte del sistema formal, suele mencionarse muy rápidamente que los costos del proceso para formalizar son los que desalientan en gran medida a los pequeños comerciantes para que estos puedan formalizarse adecuadamente.

La idea de incluir a los costos de formalización como el problema más recurrente para la no inclusión al sistema formal, por lo general, se debe a la óptica unidireccional con

la que se observa y aborda a la informalidad. Mario Tello, experto en desarrollo económico local y nacional menciona que, los programas de desarrollo productivo deben ser diferentes entre las distintas zonas del país tomando en cuenta la heterogeneidad de nuestras regiones y que para la mayoría de trabajadores peruanos la informalidad constituye una última alternativa de empleo. (Tello, 2015). Las palabras de Tello señalan que los pequeños comerciantes no deciden ser informales sin razón alguna. Una persona no se adentra al sistema informal como opción o una vía de escape ante las trabas burocráticas o los costos que supondría la formalidad, sino que al trabajador peruano no le queda otra salida más que insertarse en ese espacio del mercado laboral para así percibir un ingreso que le permita subsistir, discurso que se manifiesta con frecuencia dentro de los testimonios de los mismos trabajadores y que a su vez los posiciona en una condición de víctimas del sistema.

#### **2.3.1.5. Los espacios de desarrollo del fenómeno de la informalidad.**

Parte de comprender el fenómeno de la informalidad basado en los aspectos y componentes socioculturales, también consiste en analizar los espacios en los que este fenómeno se desarrolla, estos espacios son los mercados populares, debido a que en ellos se desarrollan y fortalecen las relaciones entre aquellos pequeños comerciantes populares que ejercen labores en el sector informal.

Primero, debemos entender que el origen del mercado se remonta al tiempo en que el hombre llegó a darse cuenta que podía tener cosas que él no producía, por ello se vio en la necesidad de efectuar intercambios con otros, donde la relación bidireccional y positiva con “el otro” necesitaba ser cuando mucho necesaria.

Alejandro Nadal, quien es un economista mexicano menciona que: “El mercado es el dispositivo social que permite armonizar las pasiones individuales, alcanzando la armonía social y, de paso, la prosperidad. El corolario de todo esto es que es necesario mantener la libertad de cambio.” (Nadal, 2010, pag. 5). La perspectiva desarrollada por Nadal señala que el mercado es un espacio social en el que las personas pueden llegar a desarrollarse a través de la interacción social generada por el acercamiento constante de unos con otros. A su vez, para resaltar la importancia de esta investigación centrada en el caso de Huánuco me apoyaré en el marco referencial que posee la sociología urbana, la cual, dentro de sus muchas conceptualizaciones menciona que su objeto de estudio no es precisamente el espacio y lugar tangible, tampoco la organización espacial de la sociedad, por el contrario, prioriza los procesos sociales que se van a gestar dentro de un

determinado espacio. (Brigitte, 2006, pag. 211). A partir de las premisas establecidas por Nadal y Brigitte, podemos entender un poco más claro el rol que desempeña el espacio del mercado y como este llega a influenciar de cierto modo las acciones que vayan a desarrollar quienes se encuentran ejerciendo labores constantemente dentro de sus instalaciones.

Los procesos sociales que estos pequeños comerciantes desarrollan dentro del espacio urbano, definen las decisiones futuras que ellos van a tomar, respecto a si deben o no pertenecer al sistema formal. Por ejemplo, los espacios céntricos de las ciudades son muy importantes y representativos en el contexto del área urbana, se caracterizan por aglomerar y propiciar el desarrollo de varias actividades en múltiples ámbitos de análisis. (Acevedo 2017, pag. 189). Estos espacios al ser importantes también propician una línea de competitividad muy fuerte dentro de los propios comerciantes, al ser un terreno muy competitivo es usual que algunos opten por evadir las normas con la finalidad de captar clientes o acercarse a ellos de forma más rápida, ello genera ciertos desbalances, lo cual se encuentra evidenciado en la no entrega de boletas o facturas, lo que finalmente los categorizaría como informales. Estas “prácticas habituales” que poseen los pequeños comerciantes o empresarios (términos que se usarán para contextualizar ciertas nociones dentro de esta investigación) forman parte del interés de esta investigación, ya que, a través de estas prácticas se pueden determinar ciertas conductas y patrones sociales relacionados a los valores y componentes culturales por parte de estos pequeños comerciantes, desarrollados dentro de espacios específicos que no se toman en consideración a la hora de ejercer un juicio sobre el campo clarooscuro en el que se desenvuelve la informalidad.

### **2.3.2. Las aspiraciones y expectativas de los pequeños comerciantes frente a la informalidad.**

En una investigación sobre la informalidad desarrollada en Costa Rica, se analizaron las políticas de apoyo a la microempresa que se impulsaron en el país, en relación a la incidencia en la integración social del sector informal urbano que poseían.

En esta investigación se utiliza una metodología cualitativa, la cual a través de los testimonios de los propios microempresarios permite esclarecer ciertas nociones que se relacionan al sistema informal que ahí se desarrolla. El estudio se circunscribe al área metropolitana de San José, zona que constituye el ejemplo más claro de economía urbana de Costa Rica y donde se presenta la mayoría de la población del sector informal. La investigación se llevó a cabo en la última década del siglo XX, época en la cual, se

estimulaba con mayor tenacidad en Costa Rica los programas de apoyo a la microempresa, dirigidos a la contención de la pobreza. En aquel estudio, la mayoría de las personas entrevistadas expresó una valoración positiva sobre el trabajo desempeñado y los logros obtenidos en su ocupación. Además, lo particular es que entre las personas prevalece un cierto orgullo por el esfuerzo personal realizado, característica resaltante y similar entre los latinoamericanos; sin embargo, esta satisfacción no aparece por un claro deseo por superarse y prosperar, y en algunos casos por cambiar de ocupación. Los motivos de satisfacción se relacionan tanto con logros en aspectos de índole material y económico, vinculados a sus necesidades y a las de sus familias en el campo de la subsistencia, como con elementos orientados más hacia lo ideológico, donde sobresalen la valoración otorgada a la independencia y a la libertad económica; dichas características, son reiterativas entre gran parte de aquellos que se desempeñan en el área informal.

Elisa Mongue, quien se desempeña en el área de investigaciones sociales señala que, en el apartado de las aspiraciones de estas trabajadoras y trabajadores que comparten algunos senderos, evidentemente en algún punto, se enrumban hacia horizontes diversos. Si bien en sus anhelos se expresa la experiencia común de trabajadores y trabajadoras informales, estos se encuentran asimismo marcados por el sello específico de sus experiencias individuales. Por otro lado, en la valoración general que este sector de trabajadoras y trabajadores formula sobre las ventajas del trabajo individual o por cuenta propia, la autonomía laboral emerge como un valor altamente apreciado. Esta autonomía se define de dos formas: ausencia de sujeción al mandato de un patrón y por la carencia de la obligación de compartir o de dar cuenta de las ganancias recibidas. (Donato Mongue, 2003, pag. 163 - 168). Como se ha mencionado, muchos de los trabajadores informales, cuando mucho, presentan ciertas características en las cuales priman valores o hábitos particulares relacionados a las experiencias vividas y a las relaciones interpersonales que desarrollaron con el grupo de pares con los que se rodean, formando lazos y vínculos a través de las labores desempeñadas en el día a día.

Las aspiraciones que poseen los comerciantes informales comprenden un factor que pocas veces es tomado en cuenta, ello se ve reflejado en la literatura que estudia el fenómeno de la informalidad, ya que en principio las aspiraciones resultan ser un factor complejo de cuantificar y correlacionar; es por ello que a través de ciertos enfoques y perspectivas particulares podremos ir entretejiendo ciertas ideas que permitirán esclarecer nuestro objeto de estudio.



### **2.3.2.1. La toma de decisiones y el accionar de los sujetos.**

Gustavo Pereira, quien realizó una investigación sobre el desarrollo de políticas sociales para la Comisión Sectorial de Investigación Científica en Montevideo, desarrolla una perspectiva en la que analiza las decisiones de las personas y el por qué estas no toman acciones concretas para revertir las situaciones negativas que se presentan en su vida o al menos tener las aspiraciones para hacerlo, en estos casos el señala que la frustración que se genera al desear algo y que no se puede obtener, termina propiciando una adaptación de toda aspiración o preferencia de la persona a las condiciones que se tienen, a esto lo llama ‘preferencias adaptativas’, dichas preferencias surgen a partir de las ‘disonancias cognitivas’ de la persona, las cuales son lo contrario a lograr una consistencia y coherencia de nuestras actitudes y opiniones. Además, menciona que: “En los contextos de pobreza extrema, la disonancia surge entre elementos cognitivos que entran en contradicción con lo que la cultura local impone; por lo tanto, en entornos que se constituyen como reproductivos de la marginalidad, será disonante el aspirar a una modificación sustancial de la situación. En estos casos, una posible estrategia de superación de la pobreza debería intentar modificar el contexto cultural.” (Pereira, 2007, pág. 146). La perspectiva planteada por Pereira se relaciona a uno de los componentes planteados en esta investigación que sirven para esclarecer el acceso de los pequeños comerciantes al sistema formal, las aspiraciones de estos por lo general chocan con las aspiraciones de la cultura local, recordemos que los pequeños comerciantes provienen de Huánuco provienen de una ascendencia andina en la que las aspiraciones culturales eran más homogéneas y por lo tanto no existía la disonancia que Pereira manifiesta; sin embargo, los distintos procesos socioculturales que los hicieron llegar a la urbe ocasionaron una disonancia y fracturación de sus valores y aspiraciones originarias, creando así una barrera que impide a dichas personas adentrarse a los sistemas propios de estas zonas que generan disonancias, por ejemplo, el sistema formal. Estas disonancias desde luego poseen métodos de solución bajo la óptica del desacuerdo social, por ejemplo: “Una vía para reducir la disonancia entre la creencia personal y el conocimiento de opiniones contrarias, es impidiendo que el otro se pueda comparar con nosotros. Esta postura significa un quiebre entre mundos culturales, que, al reforzar el aislamiento de los grupos, conspira contra las posibilidades de superación de las preferencias adaptativas a través de una intervención pública.” (Pereira, 2007, pág. 147). El postulado de Pereira hace mención al choque cultural entre mundos distintos, en donde uno se impone por sobre el otro, ello no significa que la consecuencia directa e inmediata sea la desaparición de uno y la predominancia definitiva del otro, sino

que cuando se da este choque y transmutación social entre ambas realidades sociales, el resultado por lo general es que se genera un debilitamiento de los valores y principios de uno de estos, en este caso, la cultura migrante proveniente de las áreas rurales se ve en la necesidad de adaptarse a la cultura urbana y posteriormente reconfigurarse, a partir, de la ‘frustración emergente’, que surge del hecho de que en la vida de un sujeto autónomo existen objetivos no realizados, deseos no satisfechos y fracasos en la búsqueda de conseguir objetivos y metas. Citando un ejemplo, la búsqueda de la flexibilidad laboral por parte de los pequeños comerciantes. Pereira señala que el rasgo distintivo de estos procesos es la integración entre la perspectiva personal y la colectiva, donde los intereses grupales pasan a integrar los intereses individuales, y que no cubre todos los aspectos de la vida individual sino que lo hace solamente con lo que tiene significación social, por ejemplo, el ejercicio de las labores productivas. Además, cabe recalcar que en aquella investigación se hace mención al hecho de que una persona que desarrolla preferencias adaptativas es menos autónoma que otra que opera bajo la lógica de la planificación del carácter; es decir, la lógica de planificación y el trabajo sistematizado es el que predomina por sobre el trabajo que se desarrolla siguiendo una lógica aleatoria, ejemplificando nuevamente, a las personas que no desarrollan un trabajo planificado dentro del sistema informal.

#### **2.3.2.2. El autoempleo y la tenacidad en la búsqueda de objetivos.**

Los pequeños comerciantes poseen una característica común, todos ellos son autoempleados, ya que crean su propio puesto de trabajo, utilizando su ingenio, su capital y su esfuerzo para generar oferta de trabajo. Algunos de estos autoempleados son llamados también emprendedores, los cuales, planean en un futuro ser empleadores que generan puestos de trabajo para más personas. Estos pequeños comerciantes (autoempleados) o emprendedores del comercio son caracterizados también por la tenacidad que han mostrado en los últimos años para establecerse y posicionarse dentro de los espacios laborales que hoy existen. La investigadora y especialista en estudios de desarrollo interdisciplinario, Suelen Castiblanco, señala que: “El autoempleo o emprendimiento ha cobrado importancia como estrategia de generación de ingresos para personas que, por razones de tiempos, baja cualificación o poca experiencia, entre otros, enfrentan problemas de vinculación a los mercados laborales formales.” (Castiblanco Moreno, 2017, pág. 213). De esta manera, podemos entender algunas de las razones del por qué la estrategia del emprendimiento, es muy recurrente actualmente, dado las características que implica, las

cuales son alternativas viables cuando el acceso al sistema formal resulta ser dificultoso, independientemente de las razones por las que estas personas no lograron acceder.

En este contexto puede asumirse que un emprendedor es la persona que busca e identifica una oportunidad de negocio, realizando una nueva propuesta de valor para los clientes, y crea o desarrolla un negocio asumiendo sus riesgos inherentes. A pesar de todo lo que esto implica, lo cual representa en un primer momento una connotación positiva de parte de aquellos que buscan emprender y establecer negocios (en este caso negocios unipersonales) por los medios necesarios, tenemos que adentrarnos todavía más en el tema, antes de ejercer un juicio valorativo sobre ello, de esta manera se puede conocer al detalle las implicancias de ser un autoempleado que emprende, y sobre todo, de aquel que emprende en el Perú.

Para entender a estos pequeños comerciantes que forman parte de estos “nuevos empresarios emprendedores” se debe tener en cuenta el perfil que estos poseen. El portal de internet “emprende hoy” señala que: “El emprendedor peruano se caracteriza por ser ingenioso, creativo y siempre dispuesto a encontrar soluciones, muchas veces en un contexto financiero adverso. De hecho, cerca de la mitad de emprendimientos en el país, se da por una necesidad económica. Valores importantes como la constancia y el empuje les permiten seguir adelante con sus iniciativas. Hay una vocación por el trabajo duro y la recompensa. Si el emprendedor no cree en sí mismo, su negocio está condenado. Si al emprendedor le faltan fuerzas para lograr objetivos, ocurre lo mismo. Felizmente, estos escenarios no son la norma entre los emprendedores peruanos.” (Emprende hoy, 2018). Una vez que tenemos una aproximación al perfil con el que generalmente se categorizaría al pequeño comerciante peruano que busca emprender, se puede mencionar que este perfil es positivo y fomenta la buena imagen que se tiene con respecto al emprendimiento; sin embargo, formar y constituir una empresa en el Perú no es un proceso sencillo realmente, ya que si lo fuera, habría una exenta proporción de personas en el área empresarial que pasarían de microempresarios a pequeños/medianos empresarios con celeridad, lo cual, como se ha podido constatar no es así precisamente. La problemática que enfrenta el concepto del emprendimiento es que posee un carácter positivo, tal vez demasiado positivo, el cual sugestion a las personas en el sentido de que ellos son sumergidos en una carrera en la que llegar a la meta significa cumplir ciertas expectativas, por lo general impuestas por ellos mismos, que a su vez se encuentran asociadas a grandes aspiraciones que no se relacionan con los parámetros reales que existen, debido a que como se ha

mencionado anteriormente, constituir una empresa no involucra un proceso sencillo, por consiguiente, es aún más complicado mantener dicha empresa y que perdure con el paso del tiempo. El problema no radica en que el emprendimiento sea precisamente malo, sino en la equívoca interpretación que se tiene de este, por parte de aquellas personas que buscan formar un pequeño negocio, y que motivados por las expectativas y principios que posee el emprendimiento, se adentran a un terreno complicado y muchas veces desconocido, en el que si no están preparados, pueden fallar y dañar las intenciones que poseían para constituir una empresa formal, lo cual deriva en la inclusión indirecta de los emprendedores en el sistema informal, incluyendo en este caso, a aquellos que emprenden pequeños comercios en espacios dentro de los mercados.

### **2.3.3. La construcción de la cultura informal.**

La sociedad y la cultura andina de nuestros días no son la suma de las raíces antiguas desarrolladas por los quechuas, son parte de un proceso histórico que ha sido muy cambiante con los años. En dicho proceso es necesario indagar en los componentes culturales externos que adaptamos y adoptamos por la colonización europea, siendo estos modelos de vida, leyes, ideologías, creencias, entre otros.

La sociedad incaica, aplicó formas de reciprocidad y tolerancia en las relaciones de sujeción. En cambio, los españoles ejercieron la dominación coercitiva más excluyente; sin embargo, la dominación social, económica y cultural que impuso el sistema colonial no se consumó totalmente. Es decir, los españoles no lograron transformar el inmenso potencial cultural de los vencidos, no lograron exterminar a su población, ni los redujeron en pequeños espacios geográficos (como sí lo hicieron los ingleses con los nativos norteamericanos, por ejemplo).

Debido a dicho proceso, la trascendencia y evolución entre este choque y resistencia cultural, ha generado que exista un gran arraigo en nuestra sociedad de una especie de mestizaje que ha generado consecuencias significativas que no se evalúan con el detenimiento necesario y que se manifiestan en el quehacer diario de las personas en el Perú, y como mismo, en sus actividades diarias, entre las que se incluye su ejercicio de labores.

#### **2.3.3.1. La evolución de los comportamientos socioculturales.**

Los sobrevivientes del Tahuantinsuyo subsistieron en el espacio andino reproduciendo hábilmente sus viejas costumbres, a pesar de las limitaciones sociales y

económicas impuestas por los conquistadores. Román Robles Mendoza analiza la dinámica de la cultura andina que se manifiesta en la comunidad campesina tradicional, respecto a ello, el autor determina que: “Al interior de esta vieja organización, no sólo la conducta social está plenamente identificada con su modo particular de estructura orgánica, sino que, en cada comunidad campesina, las familias comuneras comparten normas en la exigencia de derechos y el cumplimiento de obligaciones. Bajo este régimen, los comuneros comparten, aunque en forma desigual, una racional distribución de tierras, pastos y derechos de riego. Allí funcionan mejor las reciprocidades en la prestación e intercambio de bienes y servicios y diversas formas de cooperación familiar y social.” (Robles Mendoza, 1998, pág. 224). A partir de esta breve introducción, podemos constatar que la cultura de lo andino, posee una gran trascendencia y significancia en cuanto a la cooperatividad, y que pese a tener ciertos altibajos durante el contexto histórico social del país, es un componente que predomina a pesar de las adversidades impuestas por los cambios que han ido surgiendo.

Retomando la el hilo de la investigación, la informalidad es un fenómeno que en el Perú no ha sido ubicado en una etapa histórica en concreto, por ello resulta confuso contextualizarlo en un espacio y tiempo específico; sin embargo, ciertos procesos de cambio, como la expansión capitalista que se ha desarrollado en el Perú a partir de los años 50', no sólo se han limitado en abarcar el área económica del país, sino que con el transcurso del tiempo también han influenciado al sistema político, social y cultural, siendo este último aspecto, donde la informalidad posee características un tanto particulares que se discutirán en esta parte de la investigación.

Uno de los primeros acercamientos para entender brevemente a la cultura de lo informal sería una breve reflexión de Gonzalo Portocarrero, a quien en una entrevista le pidieron su opinión con respecto al papel de la cultura como fuerza que condiciona la personalidad, los comportamientos individuales y colectivos, el protagonismo popular, el espíritu de progreso de los sectores populares, la coexistencia de lo andino con lo urbano, el individualismo con orientación comunitaria y por último, la visión individualista y neo liberal del migrante-empresario. El responde y señala que el problema está en que existe una exageración respecto a la importancia de los elementos que suelen ser identificados. Toma como válidas muchas de las apreciaciones hechas por diversos autores; por ejemplo, afirma que es cierto lo que dice De Soto sobre la existencia de un capitalismo popular y un espíritu de empresa que tiene que ver con el surgimiento de una nueva configuración

cultural, que se hace presente a través del cruce de la laboriosidad andina, el individualismo y el espíritu de progreso. Señala que lo dicho por Flores Galindo es cierto, que el migrante no es necesariamente un individuo en el sentido que se vea como un punto autónomo de realización, ya que muchas veces los migrantes participan de una lógica familiar, de la cual ellos forman parte. Además, los migrantes recrean la cultura de dónde vienen y no necesariamente la migración o el ser migrante genera una ruptura total. Portocarrero también toma a consideración lo que señala Carlos Iván Degregori; es decir, la importancia del espíritu del progreso. No obstante, su pesar se encuentra en el hecho de que el progreso no implica la búsqueda de la igualdad, sino más bien una posición desde la cual se pueda superar o “fregar” al prójimo, ya que el progreso no está asociado a un igualitarismo social, en cambio, puede estar asociado a ideologías muy conservadoras como la del gamonalismo como patrón de interacción social. Además, finaliza diciendo que hay mucho de lo tradicional que subsiste en el migrante actual, por lo cual, se debe tener un mapa menos grueso y más concreto y real de lo que es la mentalidad popular, la cultura urbano popular en el Perú de hoy. (Quiroz Velasco, 1992, pág.129).

#### **2.3.3.2. La pluridimensionalidad de la informalidad.**

La informalidad posee un carácter pluridimensional, a raíz de esto surgieron una serie de cambios que han generado un impacto significativo en la estructura del país, Norma Adams y Néstor Valdivia señalan que: “Estos cambios no sólo implicarán un reacomodo en las relaciones del poder económico y político, sino que a su vez alterarán los referentes étnico culturales históricamente definidos por la subordinación de la población indígena a los grupos criollos dominantes, desde la época de la colonia.” (Adams y Valdivia, 1994, pag. 12). A partir de esto se puede vislumbrar la aparición de nuevos actores emergentes en el panorama laboral del Perú, nuevos rostros en el sector empresarial más pequeño, los cuales provienen de zonas rurales en donde predominan ciertos valores y tradiciones culturales en el pensamiento colectivo de varios migrantes, los cuales buscan asentarse en el área urbana, tradiciones como trabajar y salir adelante a toda costa.

A partir del momento en el que el denominador común entre los microempresarios migrantes no sólo posee connotaciones económicas, sino también posee características culturales asociadas al nuevo enunciado con el que se catalogaba a los microempresarios, conformándose así las “nuevas empresas populares”. Por tal motivo, poner sobre la mesa de debate el componente sociocultural del pequeño empresario, es una alternativa sensata a la hora de estudiar a la informalidad y posterior a ello, los límites que se encuentran en el

acceso al sistema formal, debido a que, las acciones de los empresarios emergentes estuvieron condicionadas por los componentes culturales de quienes provenían de las zonas altoandinas del país, en donde estos componentes juegan un rol fundamental en la cotidianidad de estas personas dentro de sus espacios de convivencia social.

### **2.3.3.3. La tradicionalidad del fenómeno de la informalidad.**

La perspectiva de Matos Mar ayuda a esclarecer brevemente esta tendencia de lo informal, ya que lo informal en el Perú, posee un fuerte arraigo tradicional, debido a la proveniencia de dicha tendencia que no se mantuvo estática ante el proceso de cambio que suscitó en el país, por lo que Matos Mar busca que estos componentes tradicionales y culturales sean reconocidos y a partir de la comprensión de estos, se puedan formar conceptualizaciones que permitan un mejor abordaje de estos nuevos fenómenos en desarrollo.

Las palabras de Matos Mar realmente no carecen de sentido, ya que el Perú, al ser un país tan heterogéneo, no es descabellado considerar que uno de los fenómenos que más presencia posee actualmente dentro del panorama nacional, como lo es la informalidad, haya tenido un cambio importante y evolución en el espectro social, a partir de los movimientos migratorios que Matos Mar llama, “movilización espontánea”. Lo peculiar es que este cambio, a diferencia de otros que se han desarrollado en el país, surge a raíz de las acciones realizadas por las personas provenientes de las “clases populares” al interior del país y no tanto de aquellas “clases privilegiadas” que como era costumbre, eran quienes poseían una fuerte influencia en la toma de decisiones en cuanto al direccionamiento de los acontecimientos importantes que acontecían en el país. El concepto de “movilización espontánea” desarrollada por Matos Mar hace referencia a los movimientos provenientes de las zonas altoandinas cuando en el Perú se sufrían acontecimientos críticos a inicios de la década de los 80’ como la crisis económica, cortesía de los planteamientos económico-políticos del gobierno de turno en aquel entonces; tales movimientos tuvieron un gran impacto debido a las características de quienes provenían de las zonas en cuestión, ya que los valores, costumbres y conductas culturales del hombre andino permitieron que dichas movilizaciones hayan logrado una trascendencia significativa. Una perspectiva complementaria a la de Matos Mar y que serviría para darle más consistencia al argumento de las movilizaciones espontáneas, es la que plantea la historiadora e investigadora social María Rostworowski, quien agrega que: “Los estudios antropológicos modernos han mostrado que la práctica de la reciprocidad es todavía un aspecto esencial de la cultura del

hombre andino. Diferentes actividades realizadas en las comunidades campesinas, tanto en el trabajo agrícola como en las celebraciones religiosas, revelan que el espíritu de la ayuda mutua todavía permanece como un factor de cohesión y construcción de las identidades andinas vigentes.” (Rostworowski, 2004, pag. 62).

#### **2.3.3.4. Los valores culturales.**

Antes que nada, tenemos que tener claro que los componentes culturales y sobretodo, el término “cultura”, no poseen una connotación unidireccional. Anthony Giddens, señala que: “La cultura tiene que ver con las formas de vida de los miembros de una sociedad o de sus grupos. Incluye el modo de vestir, las costumbres matrimoniales y la vida familiar, las pautas laborales, las ceremonias religiosas y la forma de emplear el tiempo libre. A pesar de que la ‘cultura’ se distingue conceptualmente de ‘sociedad’, existe una estrecha relación entre ambos conceptos, ya que la sociedad es un sistema de interrelaciones que vincula a los individuos, ya que los miembros de una sociedad se organizan a partir de relaciones sociales estructuradas que toman como base a una sola cultura.” (Giddens, 2001, pag. 51). De forma aditiva al concepto de la cultura, podemos incluir la construcción y conformación de los valores culturales, los cuales representan un conjunto de creencias, lenguas, costumbres, tradiciones y relaciones que identifican a una sociedad o grupo de personas. Los valores culturales se desarrollan y fortalecen a partir de las interrelaciones constantes entre las personas de un determinado grupo social, por ende, conforman una serie de nexos entre las personas.

Ya que el acervo cultural de una sociedad, comunidad o etnia se encuentra o expresa a través de los valores culturales, estos resultan ser diferentes y exclusivos en los diferentes grupos sociales que podemos encontrar. Cabe destacar que los valores culturales forman parte del grupo de los aspectos intangibles, tal es el caso de las creencias o ideas que las personas tienen; por otro lado, existe el grupo de los aspectos tangibles donde podemos encontrar objetos, símbolos o herramientas que, a pesar de ser materiales, representan ciertas nociones culturales que las personas vinculan en estos. Los valores y normas culturales suelen cambiar con el tiempo, muchas normas que ahora damos por sentadas en nuestra vida privada, van en contra de valores que eran muy habituales hasta hace pocas décadas. (Giddens, 2001, pag. 53). Las palabras de Giddens realzan el concepto de la trascendencia de los valores, como reproducciones sociales que las personas desarrollamos intergeneracionalmente, lo cual refuerza la transferencia de valores culturales entre los migrantes provenientes de los sectores populares altoandinos del país.



Giddens señala que, es posible la existencia de un carácter de transgresión que se hace presente en estos valores, los cuales pueden ser aceptados debido a la trascendencia que estos poseen, ya que su representación en las sociedades desarrolladas y en vías de desarrollo, posiblemente haya sido normalizada a pesar de no ser correcta. También se menciona que los tipos de comportamiento y de prácticas de los seres humanos, presentan una asombrosa variedad según la cultura en la que se desarrolle. A raíz de lo anterior, Giddens al igual que Durand perfilan una similitud particular con respecto al concepto de la transfiguración de los valores culturales, los cuales permiten que se desarrollen subculturas, no sólo referido a grupos étnicos o lingüísticos, sino también a sectores de la población que se distinguen al resto. En este caso, la transfiguración de los valores culturales provenientes de lo andino han sido desvirtuados de cierta forma y se han reproducido y apropiado de las personas que ejercen labores, los cuales han interiorizado valores un tanto distorsionados que los hacen partícipes de ciertas actividades dentro del sistema informal.

#### **2.3.3.5. La transgresión de valores dentro de los nuevos espacios de convivencia social.**

Ahora bien, los valores de transgresión deben tener un origen que justifique este cambio sufrido. En un pasaje de la presente investigación se mencionó que hubo ciertos procesos de cambio que facilitaron el desarrollo, crecimiento y propagación de ciertos fenómenos en la coyuntura nacional como la informalidad, uno de esos procesos es el de la migración interna que se desarrolló en el Perú; el cual posee una relación significativa con respecto a la construcción de la cultura informal. Omar Manki menciona que, a partir de la reforma agraria y las migraciones del campo a la ciudad no se puede hablar del indio en sentido puro. Además, señala que existen más conexiones entre el pobre del ande y el de las urbes que entre dos personas que viven en dicho espacio geográfico. Lo andino, siendo importante, acaba no siendo tan fundamental en esta lógica, dado que lo económico es el eje básico y articulador de la sociedad peruana. (Manki 2007, pág. 98). Esta perspectiva permite dilucidar lo que todavía sigue siendo un área claroscuro al igual que los matices y gradualidades de la informalidad, esta es la relación entre lo andino y lo urbano como un resultado de los procesos migratorios, ya que al llevarse a cabo dichas movilizaciones de masas, hubo un un proceso de homogeneización y posterior a este un proceso de heterogeneización entre las personas emergentes de estas nuevas sociedades recompuestas influenciadas por quienes provenían de los andes.

Matos Mar, quien desarrolló el concepto de “movilizaciones populares”, señala que a pesar de que las zonas altoandinas siguen siendo diferentes entre sí, los factores y componentes culturales que se manifestaron en dichas zonas y posteriormente se desarrollaron en las capitales regionales, poseen cierto grado de afinidad que construye un sistema cultural basado en valores socioculturales que como ya hemos mencionado, no necesariamente son reflejo de características positivas en su totalidad, estos valores según señala el autor, se vieron asediados por el nuevo proceso de adaptación y mestizaje en las capitales regionales. A la conceptualización de Matos Mar, le podemos añadir los acontecimientos que surgieron a partir de la reforma agraria, un proceso que marco una gran tendencia de cambio en las zonas rurales y que significó un cambio en la estructura del país.

*Tabla 3: Características de la reforma agraria.*

<b>REFORMA AGRARIA EN EL PERÚ (1969 – 1976)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollo de un movimiento campesino que pudo presionar y logró debilitar el poder de la oligarquía terrateniente.</li> <li>• Reforma agraria impulsada por un régimen autoritario.</li> <li>• Movimiento campesino que intenta evitar la cooptación por parte del Estado.</li> <li>• Debilitamiento del poder de los terratenientes.</li> <li>• Organización del sector reformado en base a formas de propiedad colectivas.</li> <li>• Aumento de los recursos y de su transferencia por parte del Estado.</li> <li>• Organización del sector reformado mediante formas de propiedad colectiva y de cooperativas.</li> <li>• Capacidad de control de la tierra, el agua y fuentes de energía, mediante recursos legales.</li> <li>• Existencia y diversificación de los órganos estatales especializados.</li> </ul>

*Fuente 6: Elaboración propia.*

#### **2.3.3.6. La migración interna como un proceso de cambio sociocultural.**

La investigación de Renzo Castellares y Willy Alanya, quienes se especializan en políticas sociales, refiere que: “La migración interna se define como el desplazamiento de las personas de una región a otra dentro de un país, con el cambio permanente del lugar de residencia. Esto último podría tener impactos positivos sobre el nivel de actividad económica y la productividad.” (Castellares y Alanya 2019, pag. 23). Lo mencionado por

Castellares y Alanya contempla a los aspectos económicos como posibles móviles y motivaciones para quienes migran; debido a estas olas migratorias que se han desarrollado en el país, se evidencia la búsqueda por mejorar la situación económica de los migrantes; obviamente los migrantes no son iguales a pesar de compartir características similares, la división de clases dentro de los migrantes permite encontrar ciertos puntos específicos para ejemplificar su relación con la informalidad, ya que algunos migrantes de bajas condiciones socioeconómicas, buscan insertarse al mercado laboral en los sectores informales debido a la facilidad de acceso que estos ofrecen, con la finalidad de generar impactos positivos dentro de sus vidas.

Una perspectiva particular señala que las migraciones son momentos de transición en los cuales se desarrollan procesos de cambio que vinculan y unen a las personas, en función de las nuevas formaciones y lazos socioculturales que ellos construyen; Raymond Williams señala que, las formaciones de los tipos más modernos se originan en momentos de transición y de intersección como una historia social compleja, pero los individuos que al mismo tiempo componen las formaciones y son conformados por ellas adoptan además una gama compleja de posiciones, intereses y diversas influencias, algunas de las cuales son resueltas (aunque sólo sea temporalmente) por las formaciones, mientras que otras permanecen como diferencias internas, como tensiones y a menudo como base de subsiguientes divergencias, rupturas, divisiones e intentos de nuevas formaciones. (Williams, 1981, pag. 79). El postulado de Williams le da consistencia a la premisa de que las nuevas formaciones humanas, y por consiguiente, los sistemas creados por estos, se desarrollan a partir de momentos de transición, tal es el caso de las migraciones, ya que estas se originan a partir de acontecimientos sociohistóricos complejos de las personas pertenecientes a las áreas altoandinas; en la que posterior a estas movilizaciones se crean nuevas formaciones culturales que articulan estos nuevos elementos que se desarrollarán en los espacios urbanos. Estos elementos en primer lugar, pasan por un proceso de adaptación en las áreas urbanas; en segundo lugar, una vez se adaptan, se reproducen a través de la práctica social e interacciones sociales, lo que genera una cultura basada en la “transgresión de los valores culturales” de aquellas personas provenientes de zonas altoandinas, cuyos valores han sido modificados por la modernidad urbana, y se han visto en la necesidad de readaptarse a los nuevos espacios urbanos, donde opera y predomina una “cultura informal”; por tanto, aquellas personas que desempeñan actividades laborales se han visto atrapados en un sistema que atenta contra sus valores originarios.

## **2.4. Definición de términos básicos.**

### **2.4.1. Economía informal.**

La economía informal es de manera específica y concisa, el área de la economía donde todo actor que ostenta cierto grado económico opera en el ámbito informal; es decir, son las actividades económicas que se desarrollan en un espacio que está al margen de las normativas legales.

### **2.4.2. Comercio informal.**

El comercio informal es la actividad que no se rige por las normativas y leyes relativas a las transacciones tanto de bienes como de servicios dentro de la sociedad. Tradicionalmente el comercio informal se ha ido manifestando como la actividad informal más importante y con mayor presencia en la sociedad; sin embargo, es también una de las distintas manifestaciones del fenómeno de la informalidad.

### **2.4.3. Comerciante informal.**

El comerciante informal es el actor que se encuentra inmerso tanto en la economía informal y el comercio informal. Este actor no se apega a las normativas legales a la hora de realizar ciertas transacciones respecto a la compra y venta de los bienes y servicios que maneja, a su vez no se caracteriza por cumplir ciertos reglamentos de trabajo que determinan organismos fiscalizadores; por ello, su posición dentro de la sociedad es un tanto complicada de analizar ya que sus acciones respecto al comercio informal están al margen de las normativas comerciales reglamentadas.

### **2.4.4. Mercado de abastos.**

Según el Reglamento Sanitario de Funcionamiento de Mercados de Abastos, la definición de mercado de abastos es: “Un local cerrado en cuyo interior se encuentran constituidos o distribuidos puestos individuales, en secciones definidas, dedicados a la comercialización de alimentos y bebidas, productos alimenticios y otros tradicionales no alimenticios.” (SENASA, 2003)

Además de la concepción tradicional de los mercados de abastos, estos espacios también son los principales puntos de abastecimiento de nuestro país, por ello es necesario ver a los mercados de abastos como espacio que promueven el desarrollo comercial, social, económico, urbano y sostenible de las ciudades. Estos con el paso de los años, albergan también a distintos trabajadores que ofrecen diversos bienes y servicios dentro de sus

instalaciones, ampliando así su envergadura laboral, logrando que el apoyo y fortalecimiento de las actividades productivas se amplie.

#### **2.4.5. Desborde popular.**

El desborde popular es el proceso conformado por los enormes y profundos cambios que vivió el Perú durante la época de la República y al reconocimiento de una sociedad de rostro plural, urbano, migrante, provinciano, policlasista, emprendedor, multilingüe y multiétnico, que surgió como una presencia masiva del Perú discriminado y olvidado, dicha presencia se esparció y abarcó toda la zona urbana del Perú ocasionando grandes cambios morfológicos en la estructura urbana.

#### **2.4.6. Microempresa.**

Es el lugar en el que trabajan personas naturales o jurídicas, desarrollando cualquier actividad económica, ya sea la producción, servicio o comercio; en el caso del último, el comercio informal es el que se desarrolla en espacios tales como mercados comerciales. Además, las microempresas son el primer rubro en el que los pequeños comerciantes se desenvuelven debido a la escala numérica de trabajadores con las que puede contar, precisamente porque una microempresa se puede constituir desde la unidad.

#### **2.4.7. Ambulante.**

El ambulante, vendedor ambulante o comerciante ambulante es aquel que opera en la informalidad sin poseer un espacio físico, constatándose una diferencia entre ambulante y el comerciante informal. Según la perspectiva de Gamarra Nieto: “La problemática de los ambulantes es muy compleja, pues encierra una dimensión social, económica, legal e incluso política, por lo cual amerita un abordaje integral que hasta el momento no se ha dado por parte de nuestras autoridades locales, que simplemente se limitan a organizar desalojos, pero sin la planificación adecuada que garantice resultados efectivos y a largo plazo.” (Gamarra Nieto, 2014, párr.13).

#### **2.4.8. Autoempleo.**

El autoempleo es aquella actividad realizada por una persona que trabaja en beneficio de sí misma de forma directa en un comercio, oficio, negocio u algún espacio laboral. El ambiente de trabajo normalmente es dirigido y gestionado por el mismo. Otra aproximación a la definición sobre el concepto de autoempleo la realiza Manuel García, quien señala que: “La puesta en marcha de una actividad económica, por una o varias personas, con el objetivo fundamental de conseguir con ello una ocupación o puesto de

trabajo, siendo precisamente el trabajo su principal aportación e interés en la empresa.” (García, 2002, pag. 360).

#### **2.4.9. Autoempleado.**

El autoempleado es aquella persona natural o jurídica que crea su propio puesto de trabajo, teniendo el rol de empleado dentro del mismo. Con el tiempo, él autoempleado puede convertirse en un generador de empleo teniendo el rol de empleador, para así contar con un mayor número de trabajadores como consecuencia del crecimiento de su trabajo.

#### **2.4.10. Valores culturales.**

Los valores culturales son componentes intangibles, tales como las creencias o ideas que las personas poseen. Los valores, al ser parte activa de la formación humana de cada persona, están sujetos a cambiar con el paso del tiempo según las relaciones personales que un sujeto forma a lo largo de su trayectoria de vida. María Ros, quien realiza un análisis de la teoría transcultural de Schwartz (1994), señala que: “Los valores culturales representan los temas básicos o los problemas que las sociedades deben afrontar para regular la actividad humana.” (Ros, 2002, pag.11).

#### **2.4.11. Aspiraciones personales.**

Son aquellos hábitos particulares propios de las personas que poseen una visión hacia el futuro de lo que desean alcanzar, estos hábitos están relacionados a las experiencias vividas durante su formación y desarrollo, las cuales abarcan: Las relaciones interpersonales, formación de vínculos socioafectivos y prácticas sociales en determinados segmentos grupales de la sociedad.

#### **2.4.12. Costumbres.**

Las costumbres son aquellas prácticas o componentes derivados de la cultura que las personas han adquirido y han sido transmitidas de manera intergeneracional, a través de la adaptación del individuo a un determinado grupo social que ha compartido ciertos componentes, características y tradiciones, formando un espacio de cotidianidad que permite reproducir actividades comunes.

#### **2.4.13. Conductas.**

Las conductas son hábitos que se han formado en cada individuo a través de la práctica repetida de actividades concretas, las cuales se han vuelto perennes según el contexto sociocultural en el que uno se desarrolla y como responde ante la vivencia dentro de este.

## **2.5. Hipótesis.**

### **2.5.1. Hipótesis general.**

- La informalidad es un fenómeno que responde a factores socioculturales tales como las aspiraciones, expectativas y valores culturales que poseen los pequeños comerciantes informales, los cuales determinan el ingreso o no, al sistema formal.

Estos factores se han manifestado durante el proceso de interacción social de los pequeños comerciantes informales y las relaciones sociales que estos han atravesado a lo largo del tiempo, y que sólo en la medida en que se describan de forma analítica y rigurosa las manifestaciones socioculturales que estas personas han atravesado, se podrá comprender el por qué se encuentran en el ámbito de lo informal. De esta manera, se pueden ubicar e identificar los límites y posibilidades existentes para ingresar al sistema formal, a la vez que se corrobora, si dicho sistema es el espacio ideal que los pequeños comerciantes informales buscan alcanzar.

La migración interna en el país, las movilizaciones a las zonas urbanas, el encuentro entre las diferentes realidades sociales, los choques culturales, entre otros, generaron una cultura nueva y diversa, llamada para los fines de la investigación como “la cultura de lo informal”, la cual ha sido y sigue siendo impulsada por las aspiraciones y expectativas de las personas que se movilizan a las zonas urbanas para ejercer actividades laborales en el ámbito comercial.

### **2.5.2. Hipótesis específicas.**

- Los valores culturales pertenecientes a los pequeños comerciantes informales del mercado modelo de Huánuco influyen en la aceptación o no de la formalidad.
- Las aspiraciones o expectativas que poseen los pequeños comerciantes del mercado modelo de Huánuco influyen en su acceso o no a la formalidad.

Para la presente investigación se ha optado por categorizar a las hipótesis como correlacionales. Esto se debe a que durante el desarrollo de la investigación de carácter cualitativa, se ha podido encontrar sustentación teórica y bibliográfica que ha podido apoyar las ideas fundamentadas en la misma, asociando a diferentes aspectos culturales y la relación que estos han guardado con respecto al fenómeno de la informalidad. Además, se identifica la hipótesis como correlacional y no de causalidad ya que para la investigación de carácter cualitativo, el orden de las variables no es un factor indispensable ya que no hay una relación de causalidad. (Hernández Sampieri, Fernández

Collado y Baptista Lucio, 2014, pag.108). La presente investigación al ser de un carácter precursor no buscará directamente relaciones de causa y efecto, sino que incidirá en la búsqueda de la relación existente entre aquellas variables que responden a factores socioculturales.

## **2.6. Operacionalización de variables, dimensiones e indicadores.**

### **2.6.1. Identificación de variables.**

Para fines de la investigación, se definieron variables cualitativas según su naturaleza, las cuales permiten englobar el perfil de los comerciantes y patrones socioculturales específicos, los cuales se correlacionan con un posible acceso al sistema formal o informal. Estas variables cualitativas cumplen un rol descriptivo, ya que servirán para validar algunos aspectos del estudio con la finalidad de aminorar los cuestionamientos respecto a los resultados de la investigación. (Campbell y Stanley, 1973, pág. 16).

Las variables de carácter cualitativo tales como: Los valores culturales, las expectativas y las aspiraciones de los pequeños comerciantes son usadas con la finalidad de evidenciar que los factores socioculturales que se manifiestan en relación a estas variables limitan o no, el ingreso al sistema formal; de tal manera que basándonos en la información obtenida de los testimonios y entrevistas realizadas a la muestra poblacional se validen la existencia de estos limitantes.

De tal manera y según lo expuesto en este apartado, las variables a analizar dentro de esta investigación cualitativa son:

- Los valores culturales que reproducen los pequeños comerciantes.
- Las aspiraciones o expectativas que poseen los pequeños comerciantes.
- Acceso al sistema formal.



## 2.7. Definiciones operacionales, matriz de operacionalización de variables.

PREGUNTA GENERAL	PREGUNTAS ESPECÍFICAS	VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	ASPECTOS OBSERVABLES/INDICADORES	FUENTES DE VERIFICACIÓN
	¿Qué tipo de valores culturales reproducen los pequeños comerciantes del mercado modelo de Huánuco que influyen en su aceptación o no de la formalidad?	Los valores culturales que reproducen los pequeños comerciantes.	<b>Valores culturales:</b> Los valores culturales son componentes intangibles, tales como las creencias o ideas que las personas poseen y que están sujetas a cambiar con el paso del tiempo.	Componentes socioculturales tradicionales	<p>Las costumbres asociadas al trabajo cooperativo que los pequeños comerciantes consideran haber mantenido a partir de su inicio como trabajador independiente.</p> <p>Las conductas asociadas al trabajo cooperativo propias de las zonas urbanas que los pequeños comerciantes consideran haber mantenido a partir de su inicio como trabajador independiente.</p>	Se harán entrevistas a los pequeños comerciantes respecto a los valores culturales que ellos consideran haber mantenido a partir de su inicio como trabajadores independientes, para constatarlo con la información recogida a través de las guías de observación. De esta forma se corroborarán los contrastes entre lo que perciben y lo que se observa respecto a los componentes socioculturales en relación a la informalidad.
Componentes socioculturales transfigurados				<p>Las costumbres asociadas al trabajo cooperativo que los pequeños comerciantes consideran haber adoptado a partir de su inicio como trabajador independiente.</p>	Se harán entrevistas a los pequeños comerciantes respecto a los valores culturales que ellos consideran haber mantenido a partir de su inicio como trabajadores independientes, para constatarlo con la	

<p>¿Cuáles son los factores que permiten la aceptación de la informalidad en la cultura popular de los pequeños comerciantes del mercado modelo de Huánuco?</p>	<p>¿Cuáles son las aspiraciones o expectativas de los pequeños comerciantes del mercado modelo de Huánuco para acceder o no a la formalidad?</p>				<p>Las conductas asociadas al trabajo cooperativo de la zonas urbanas que los pequeños comerciantes consideran haber adoptado a partir de su inicio como trabajador independiente.</p>	<p>información recogida a través de las guías de observación. De esta forma se corroborarán los contrastes entre lo que perciben y lo que se observa respecto a los componentes socioculturales en relación a la informalidad.</p>	
		<p>Las aspiraciones o expectativas que poseen los pequeños comerciantes.</p>	<p><b>Aspiraciones o expectativas:</b></p> <p>Hábitos particulares con visión hacia el futuro, relacionados a las experiencias vividas, relaciones interpersonales, formación de lazos y vínculos a través de las prácticas laborales.</p>	<p>Las competencias interpersonales</p>	<p>La búsqueda por el crecimiento del negocio</p>	<p>Se harán entrevistas a los pequeños comerciantes para determinar cuales son sus capacidades individuales o competencias interpersonales que les permitirán alcanzar/cumplir las aspiraciones o expectativas que poseen respecto al trabajo independiente que desarrollo.</p>	
					<p>La búsqueda por ascender en la escala social</p>		
				<p>Las competencias intrapersonales</p>	<p>La autodeterminación de los pequeños comerciantes por aumentar su capital económico.</p>		<p>Se harán entrevistas a los pequeños comerciantes para determinar cuales son las características internas o competencias intrapersonales que les permitirán alcanzar/cumplir las aspiraciones o expectativas que poseen respecto al trabajo independiente que</p>
					<p>El autodesarrollo como capacidad para aprovechar las</p>		

					oportunidades de crecimiento personal.	desarrollo.
		Acceso al sistema formal.	<b>Acceder a la formalidad:</b> Proceso que se logra a través del cumplimiento efectivo de las normativas laborales, a través de la intervención de los factores socioculturales.	Flexibilidad laboral	Horas semanales que laboran los pequeños comerciantes.	Entrevistas a los pequeños comerciantes para determinar las condiciones laborales necesarias y deseadas para su acceso al sistema formal.
					Horas laborables semanales que los pequeños comerciantes desearían tener.	
				Seguridad social	Comerciantes que cuentan con seguro médico	Entrevistas a los pequeños comerciantes para determinar las condiciones respecto a seguridad social necesarias y deseadas para su acceso al sistema formal.
		Puestos comerciales aptos para el desarrollo de actividades				
				Independencia laboral	Ingreso familiar mensual	Entrevistas a los pequeños comerciantes para determinar si el ingreso familiar les permite satisfacer las necesidades básicas, para así determinar el grado de importancia de la actividad comercial independiente.

					Ingreso total mensual de la actividad comercial independiente	Entrevistas a los pequeños comerciantes para determinar si el ingreso total de la actividad comercial a la que se dedican en relación al total del ingreso familiar es suficiente para no considerar el ingreso al sistema formal.
--	--	--	--	--	---	--

### **3. CAPÍTULO III: Marco metodológico.**

En este apartado se desarrollaron las propuestas metodológicas que justifican las hipótesis que surgieron durante el desarrollo de la investigación.

#### **3.1. Nivel y tipo de investigación.**

##### **3.1.1. El tipo de investigación.**

###### **3.1.1.1. Según el propósito o finalidades perseguidas, investigación básica.**

El presente trabajo es una investigación básica (pura, teórica o dogmática), ya que se caracteriza por la búsqueda y fundamentación de una propuesta teórica asociada al fenómeno de la informalidad; por tanto, el propósito y/o finalidad de este tipo de investigación radica en formular nuevas teorías, modificar las existentes, incrementar los conocimientos científicos y sociológicos existentes, sin contrastarlos rigurosa y estrictamente con aspectos prácticos.

No obstante, existe la posibilidad de que la investigación se desarrolle (bajo un contexto adecuado) de manera práctica, y que sus alcances teóricos lleguen a asociarse a la investigación aplicada, debido a que utilizaría los conocimientos adquiridos durante la investigación de forma inmediata y los pondría en práctica, aplicando estos conocimientos en provecho del grupo social que se está investigando. (Vargas Cordero, 2009, pág.159). Sin embargo, para fines del presente trabajo de investigación se buscó delimitar los aspectos netamente teóricos que se han asociado al objeto de investigación.

###### **3.1.1.2. Según la clase de medios utilizados para obtener los datos, investigación documental.**

La investigación es de carácter documental, debido a que en la construcción del marco teórico se han utilizado medios bibliográficos, hemerográficos y archivísticos. Dichos medios han permitido buscar data documental que ha servido como sustento para lo que se ha investigado. A su vez, la presente investigación, ha desarrollado el trabajo de campo para contrastar la data teórica que se ha obtenido, con las hipótesis que se han planteado durante el desarrollo del trabajo. En el caso concreto de los pequeños comerciantes, este tipo de investigación sirvió para estudiar sus nichos sociales y explicar las peculiaridades que se presentan durante su cotidianidad, todo ello a través de un análisis crítico que permita definir como se han visto involucrados en el proceso de inclusión al sistema formal o informal según sea el caso. (Atencio Ramírez, Luz Gouveia y M. Lozada, 2011, pág. 21).

### **3.1.1.3. Según el nivel de conocimientos que se adquieren, investigación descriptiva.**

La investigación es de carácter descriptiva, ya que se aplica el método de análisis, y con ello se logró delimitar un objeto de estudio y una situación concreta, para señalar sus características y propiedades a través de ciertas variables e indicadores ya conocidos previamente para los fines requeridos de la investigación. Este nivel de investigación sirve para ordenar, agrupar y/o sistematizar los objetos involucrados en el trabajo indagatorio. Como resultado, la investigación descriptiva sirve de base para investigaciones que requieran un mayor nivel de profundidad, cuyos alcances pueden extenderse a posteriores acontecimientos y permitan buscar la correlación entre las variables identificadas para explicar el fenómeno de la informalidad.

### **3.1.1.4. Según las conceptualizaciones básicas, investigación cualitativa.**

La presente investigación es de carácter cualitativa, porque se reportó con objetividad, claridad y precisión las observaciones del mundo social, basándose en las experiencias, análisis e investigaciones de otros autores que han abordado temáticas afines a la que se ha investigado. Según Marshall y Preissle, citados por Hernández Sampieri, se menciona que: “El enfoque cualitativo es recomendable cuando el tema del estudio ha sido poco explorado o no se ha hecho investigación al respecto en ningún grupo social específico.” (Hernández Sampieri, Fernández Collado y Baptista Lucio, 2014, pag.358). Además, se menciona que el enfoque cualitativo debe ser seleccionado cuando el propósito de la investigación es examinar la forma en que los individuos perciben y experimentan los fenómenos que se encuentran en su entorno, para lo cual se deberá profundizar en los puntos de vista, interpretaciones y significados que estos otorgan a dichos fenómenos. (Hernández Sampieri, Fernández Collado y Baptista Lucio, 2014). En tal sentido, el enfoque metodológico que se ha considerado pertinente para esta investigación es el cualitativo, ya que permitió estudiar la informalidad desde una perspectiva sociocultural, tratando de analizar este fenómeno social a partir de la realidad de los pequeños comerciantes y la percepción que estos respecto a la misma.

En la ejecución de la presente investigación se utilizaron técnicas cualitativas tales como: La observación y la entrevista, debido a que dichas técnicas son herramientas de recolección de datos que permiten abordar apropiadamente las temáticas que se expresan en esta investigación, ahondando en el análisis y recopilación de información que la población muestral ofrece al trabajo realizado.

### 3.1.2. Nivel de investigación.

La presente investigación es correlacional, ya que se plantea una relación entre tres variables que resultan ser los ejes fundamentales que se han utilizado para el análisis de la informalidad desde una perspectiva sociocultural. La presente investigación se centra en la búsqueda de relaciones no causales por el carácter básico de la misma, ya que de lo contrario se generaría la búsqueda de una afirmación anticipada respecto a las situaciones que conllevan el posible ingreso de un pequeño comerciante al sistema informal.

### 3.2. Diseño de la investigación.

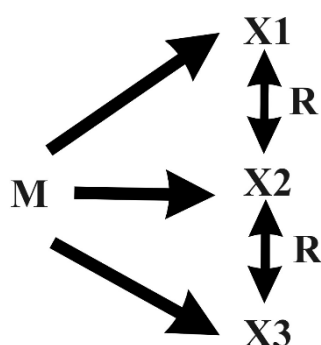
#### 3.2.1. Diseño y contrastación de hipótesis.

La abstracción científica de la investigación se realizó utilizando el “método lógico inductivo”, ya que partimos de casos particulares, siendo estos la identificación de los pequeños comerciantes y sus actividades laborales, ya que con ello se consiguieron resultados generales asociados a la comprensión del fenómeno de la informalidad.

Como parte complementaria del “método lógico inductivo”, se aplicó “el método de inducción por simple enumeración o conclusión probable”, ya que este método es utilizado en objetos de investigación cuyos elementos son muy grandes, tal es el caso de los pequeños comerciantes que se encuentran inmersos dentro de los espacios de la informalidad; por ello, este método resultó propicio para los fines de esta investigación.

#### 3.2.2. Esquema de la investigación.

Al desarrollarse una investigación correlacional, se buscaron relaciones existentes entre las variables identificadas, para así entender el fenómeno de la informalidad a través de los diversos procesos de análisis asociados a los aspectos socioculturales. Sumado a ello, se asoció esta correlación de variables en función de la muestra poblacional seleccionada de entre los pequeños comerciantes identificados en el mercado modelo de Huánuco. De tal manera, se determinaron una serie de pautas metodológicas para la investigación, las cuales se visualizan en el siguiente esquema:



Donde:

**M:** Es la muestra del estudio.

**X1:** Variable.

**X2:** Variable.

**X3:** Variable.

**R:** La correlación entre las variables X1, X2 y X3.

### **3.3. Determinación del universo, población y muestra.**

#### **3.3.1. Universo o ámbito de estudio.**

En la presente investigación, el universo o ámbito de estudio fue el mercado modelo de Huánuco, el cual se encuentra ubicado en la zona céntrica del distrito homónimo, de la provincia de Huánuco, en la región de Huánuco.

#### **3.3.2. Población o selección de casos.**

Para la selección de casos se realizó una muestra probabilística estratificada, incluyendo las estimaciones del dirigente de la Asociación de Trabajadores Formales del Mercado Modelo de Huánuco, Antonio Talenas, quien dio a conocer que existe un padrón de 1180 comerciantes en el mercado modelo de Huánuco.

#### **3.3.3. Muestra.**

Se realizó una muestra probabilística estratificada, debido a que uno de sus criterios permite al investigador definir el tamaño de la muestra siguiendo estimaciones y evaluaciones muestrales basadas en referencias previas del número de la población y datos recopilados acerca de estos.

Los criterios de esta muestra son: El criterio de asignación proporcional, que indica que el tamaño de la muestra de cada estrato es proporcional al tamaño del estrato que le dio origen, respecto a la población total; y por otro lado, el criterio de asignación óptima, en el que el tamaño de la muestra de cada estrato, es definido por quien hace el muestreo. (Otzen y Manterola, 2017, pag.228).

La selección de este tipo de muestra basada en el criterio de asignación óptima permite tener flexibilidad para seleccionar la muestra, de esa manera se facilita el recojo de información respecto a las percepciones que tienen los pequeños comerciantes sobre el fenómeno de la informalidad, logrando así, comprender las dinámicas socioculturales que atravesaron y aquellas dinámicas que aún se manifiestan.

### **3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.**

#### **3.4.1. Técnicas de recolección de datos.**

##### **3.4.1.1. Observación.**

Se utilizó la técnica de la “observación directa no participante”, porque el investigador no interviene en las acciones de la población muestral, evaluando las actividades laborales y las relaciones sociales que los pequeños comerciantes reproducen.



### **3.4.1.2. Entrevista.**

Se optó por utilizar la entrevista semiestructurada, pues antes de la entrevista el investigador preparó una guía de entrevista o guion temático sobre lo que se deseaba obtener información, incorporando preguntas abiertas que permitieron al entrevistado (pequeño comerciante) expresar sus opiniones. Por ello, se hizo una selección de los temas de interés para el estudio, logrando que la entrevista se realice de manera natural y fluida, sin que esto implique contratiempos en las actividades laborales realizadas por los pequeños comerciantes.

### **3.4.2. Instrumentos de recolección de datos.**

#### **3.4.2.1. Instrumento de la observación.**

La guía de observación, es un documento que permitió recopilar diferentes puntos o pautas que se han observado durante la intervención que el investigador realizó durante el trabajo de campo e intervención a la población muestral, siendo este grupo conformado por los pequeños comerciantes del mercado modelo de Huánuco.

#### **3.4.2.2. Instrumento de la entrevista.**

La guía de entrevista o guión temático, es documento que estructuró una serie de preguntas y/o pautas que estén señadas a la búsqueda y recopilación de información del público objetivo de una investigación, en este caso, los pequeños comerciantes del mercado modelo de Huánuco.

### **3.4.3. Procesamiento y presentación de datos.**

#### **3.4.3.1. Técnicas de procesamiento de datos.**

Para el procesamiento de datos se siguieron diferentes criterios de investigación de carácter cualitativo, los cuales permitieron tener un proceso ordenado y secuencial sobre la información que se recopiló durante la intervención a la población muestral.

##### **3.4.3.1.1. Evaluación crítica.**

Consistió en verificar y evaluar los datos obtenidos rigurosamente. De esta manera, se pudo seleccionar y sistematizar la información obtenida para que sea corroborada con los planteamientos teóricos que se han propuesto.

##### **3.4.3.1.2. Discriminación de datos.**

Consistió en separar los datos confiables y separar los datos que no los son. En el caso de la investigación cualitativa, los testimonios obtenidos fueron discriminados como

datos según los temas que se seleccionaron para cada uno de estos, abordando temáticas que buscaron la respuesta de los pequeños comerciantes a los intereses de la investigación.

#### **3.4.3.1.3. Tabulación de datos.**

Consistió en asignarle un código a cada dato, siendo estos códigos referenciales guiados por los temas que se han planteado previamente en la construcción de la entrevista; así teniendo en cuenta sus valores en la investigación cualitativa.

#### **3.4.3.2. Procedimiento.**

##### **3.4.3.2.1. Trabajo de campo.**

El trabajo de campo se desarrolló de la siguiente forma:

- Primero, se llevó a cabo un reconocimiento del área de intervención; es decir, se realizaron diferentes visitas al mercado modelo de Huánuco para así determinar los espacios, momentos e intervalos de tiempo adecuados para las entrevistas y aplicar las herramientas de recojo de información, ya que, debido a la organización del mercado modelo de Huánuco y los espacios destinados a los pequeños comerciantes, se tenía que identificar la diversificación de los espacios y la variedad de comercios.
- Segundo, la intervención hacia la población muestral se llevó a cabo de forma aleatoria, pero de una manera ordenada; para así categorizar eficientemente los datos obtenidos. Durante esta intervención directa con la población muestral, se entablaron condiciones necesarias para realizar las entrevistas, como el espacio, tiempo, disposición y requerimientos para tener un ambiente controlado, pero que permita al entrevistado obtener la información necesaria para los fines de la investigación.
- Tercero, esta etapa comprendió la aplicación de la guía de observación y la guía de entrevista. Una vez que se identificaron a los pequeños comerciantes, los lugares donde laboraban y las condiciones necesarias para aplicar los instrumentos de recolección de datos, se procedió a ejecutar estos últimos. Finalmente, se hizo el levantamiento de la información para concluir la fase de gabinete.

##### **3.4.3.2.2. Trabajo de gabinete.**

Los resultados obtenidos por medio de la observación y la entrevista fueron levantados en fichas de investigación para organizar los datos cualitativos encontrados y así redactar las conclusiones, reflexiones y recomendaciones necesarias a partir de lo que se obtuvo durante el trabajo de campo. Al culminar este proceso se corroboró la veracidad de las hipótesis y propuestas teóricas planteadas durante la investigación.

#### **4. CAPÍTULO IV. Resultados y discusión.**

En este último capítulo se presentan los resultados y las discusiones que propician el esclarecimiento y la contrastación de las hipótesis que han surgido durante la investigación, las cuales se comparan con los antecedentes y la propuesta teórica desarrollada para determinar la existencia de correlaciones entre los pequeños comerciantes, los factores socioculturales asociados a ellos y su ingreso o no, al sistema formal/informal.

##### **4.1. Los valores culturales que reproducen los pequeños comerciantes.**

Los valores culturales son componentes intangibles de las personas, tales como las creencias e ideales, las cuales están sujetas a cambiar con el paso del tiempo. Estos valores tienden a manifestarse en los pequeños comerciantes del mercado modelo de Huánuco a partir de sus prácticas diarias; a su vez, se producen como consecuencia de la interrelación entre los pequeños comerciantes y las personas con las que frecuentan durante sus prácticas laborales.

Mediante las entrevistas realizadas y la recopilación de testimonios durante las actividades laborales que desempeñan los pequeños comerciantes del mercado modelo de Huánuco, se han podido observar una serie de factores socioculturales que permiten conocer de cierta manera cuál es la naturaleza de la informalidad y como esta se manifiesta en ciertos sujetos sociales a través de sus prácticas cotidianas desde una perspectiva diferente a las habituales, considerando relevante, tanto factores inherentes al ser humano, como la manera en que este vive.

Los comportamientos y acciones de los pequeños comerciantes del mercado modelo de Huánuco han respondido positivamente a las hipótesis planteadas en la presente investigación, una de ellas es que la migración sí es un factor determinante cuando se requiere evaluar la importancia de los valores culturales que los comerciantes reproducen y condicionan su ingreso al sector formal, debido a que cierta cantidad (80 comerciantes) que conforman una parte del total de los pequeños comerciantes entrevistados, han manifestado que poseen dentro de algunas de sus generaciones familiares una tradición de migración intrarregional e interregional, por lo que la movilidad social, cambio social y la posterior evolución de los valores culturales propios de sus lugares de origen, responden a estos factores migratorios. Dentro de sus declaraciones, estos pequeños comerciantes afirmaron el hecho de que pasaron de vivir en zonas rurales de la región de Huánuco, a radicar y/o trabajar permanentemente en el distrito con mayor densidad poblacional de la

región, esto (según lo manifestado aproximadamente por unos 63 comerciantes del total de 80 entrevistas realizadas) debido a la alta demanda de ciertos productos y servicios en las zonas céntricas del distrito de Huánuco, lo cual ofrece un ambiente propicio para que los pequeños comerciantes provenientes de las zonas rurales realicen sus actividades sin inconvenientes.

Ahora bien, a partir de que los valores culturales de los pequeños comerciantes se han desarrollado y fortalecido gracias a la interrelación constante, se han creado una serie de vínculos y nexos entre las personas, los cuales han producido una alteración en los valores y principios de una parte de ellos, ya que, al ser parte de un proceso socializador, se produce un cambio a niveles interpersonales entre los actores involucrados.

Debido a que el acervo cultural de una sociedad se manifiesta a través de los valores culturales, estos resultan ser diferentes y exclusivos en los diferentes grupos sociales que podemos encontrar. Lupicinio Iñiguez, en su obra sobre la identidad menciona que, ciertos contextos sociales se caracterizan por asumir valores que privilegian ciertas identidades. (Iñiguez, 2001, pág.234). Esto refleja que, la identidad que prima en el contexto social dentro del mercado modelo de Huánuco es la del criollismo o la trasfiguración del hombre andino, esto se corrobora durante las entrevistas de los comerciantes, ya que ellos señalan que sus actividades se encuentran demarcadas bajo emblemas coloquiales tales como: “el que puede, puede”, “chamba es chamba”, “cada quien baila con su propio pañuelo”, entre otros; por tanto, deben anticiparse a los pormenores que puedan surgir dentro de un espacio comercial sumamente competitivo, dando como resultado, que sus valores culturales se vean afectados. Además, Tajfel (1981), citado en el artículo de Lupicinio Iñiguez menciona que: La identidad social es definida como la consciencia que tenemos las personas de pertenecer a un grupo o categoría social, unido a la valoración de dicha pertenencia. La valoración positiva o negativa sustenta respectivamente una identidad social positiva o negativa, lo cual se manifiesta en la comparación o en las competiciones sociales. (Citado en Iñiguez, 2001, pág 235). Según Tajfel, la competición social se da por la valoración que cada persona le da hacia ello, por lo que se genera la idea de una competición simbólica en la que cada persona puede tener una percepción diferente, dicha competición es reafirmada por los propios comerciantes, ya que ellos señalan que, a pesar de que no existen mezquindades tangibles entre los comerciantes del mercado modelo, cada uno se preocupa por tratar de captar la mayor cantidad de clientes posibles, y si ello llevase a ciertas “rencillas” de

cualquier índole, será parte de la propia competitividad existente en el espacio donde laboran, ya que los comerciantes son conscientes que hay altos y bajos respecto a dicha relación.

Como también lo señalaba Anthony Giddens, los valores y normas culturales suelen cambiar con el tiempo, muchas normas que ahora damos por sentadas en nuestra vida privada, distan de aquellos valores que eran habituales hasta hace pocas décadas. (Giddens, 2001, pág. 53). Las palabras de Giddens realzan el concepto de la trascendencia de los valores, como reproducciones sociales que las personas desarrollan en diferentes generaciones, lo cual, refuerza la hipótesis de la transgresión y/o transfiguración de los valores culturales entre los migrantes provenientes de los sectores populares altoandinos del país hacia los focos comerciales de la región de Huánuco, los cuales son espacios competitivos pero rentables, por lo que las manifestaciones de los comerciantes y sus narrativas de vida se enmarcan dentro de este aspecto. Hoy en día, las normativas no escritas en las comunidades altoandinas, no suelen manifestarse de igual manera en las zonas urbanas, todo es cambiante por el ritmo de vida que existe.

Estos primeros resultados permiten revalidar la hipótesis respecto al concepto de la transfiguración de los valores culturales, los cuales permiten que se desarrollen subculturas, no sólo referido a grupos que han construido conscientemente patrones socioculturales, sino también a sectores de la población que se distinguen del resto, tal es la situación de los pequeños comerciantes que actúan en el terreno clarooscuro de la formalidad e informalidad.

En este caso, la transfiguración de los valores culturales provenientes de lo andino, han sido reconfigurados en la praxis de la cotidianidad y han sido adoptados por las personas que ejercen labores, quienes han interiorizado estos valores distorsionados que los hacen partícipes de ciertas actividades dentro del sistema informal; por ejemplo, la búsqueda de clientes a todo costo como respuesta a las competiciones sociales, el trabajo en beneficio único de sí mismo como reflejo del individualismo, las prácticas de actuar al margen de la normativa como accionar del criollismo y el trabajo no calificado como fuente del sustento familiar. Ello deviene en que no se establezcan y se respeten normas legales en la comercialización de estos bienes y servicios existentes en el mercado modelo; por ende, se da una alteración de precios, inadecuado uso de los espacios, prácticas de captación al cliente cuestionables, lo que viene a ser una práctica informal que se está naturalizando con el paso del tiempo. Dichas prácticas condicionan otras actividades en las

que estos componentes pocas veces suelen ser identificados. Es así que, durante las intervenciones a la zona de influencia, se ha presenciado comportamientos y acciones que confirman la existencia de una pluralidad de valores culturales, tanto de aquellos que se identifican con valores propios de las comunidades rurales y de las que radican en la zona urbana.

#### **4.1.1. Componentes socioculturales tradicionales.**

Para determinar cuáles son los componentes socioculturales tradicionales que cumplen un rol significativo dentro de la contrastación de hipótesis de la presente investigación, primero se realiza un minucioso análisis de la trascendencia y trayectoria de vida de los pequeños comerciantes informales del mercado modelo de Huánuco, ya que, al referirse a estos componentes, se busca descubrir cuáles son las características, costumbres y tradiciones asociadas al ejercicio laboral que han condicionado de cierto modo que el sujeto social se encuentre operando dentro de un posible sistema informal.

Los componentes socioculturales se pueden clasificar según el origen de los comerciantes; al ver que estos comerciantes poseen una tradición cultural andina, la cual se ve reflejada en los movimientos migratorios realizados por ellos o sus familias, se pueden explicar nuevos conceptos para esclarecer la hipótesis de la presente investigación. Como se ha mencionado con anterioridad en el marco teórico, existen sujetos sociales con una tradición andina hasta nuestros días, la cual subsiste en la actualidad a pesar de que se han desarrollado nuevos contextos y realidades en diferentes estratos, tanto económicos, sociales, políticos, etc. Román Robles Mendoza analiza la dinámica de la cultura andina que se manifiesta en la comunidad campesina tradicional, respecto a ello, determina que: “Al interior de esta vieja organización, no sólo la conducta social está plenamente identificada con su modo particular de estructura orgánica, sino que, en cada comunidad campesina, las familias comuneras comparten normas en la exigencia de derechos y el cumplimiento de obligaciones. Bajo este régimen, los comuneros comparten, aunque en forma desigual, una racional distribución de tierras, pastos y derechos de riego. Allí funcionan mejor las reciprocidades en la prestación e intercambio de bienes y servicios y diversas formas de cooperación familiar y social.” (Robles Mendoza, 1998, pág. 224). Por ello, se asume que en la cultura de lo andino ha existido y existe a día de hoy, una base social en la que predominan los valores cooperativos y de reciprocidad por sobre otras características, las cuales sientan las bases de costumbres tradicionales que se preservan.

Gonzalo Portocarrero señalaba que existe un capitalismo popular y un espíritu de empresa que tiene que ver con el surgimiento de una nueva configuración cultural, que se hace presente a través del cruce de la laboriosidad andina, el individualismo y el espíritu de progreso. Además, manifestaba que el migrante no es necesariamente individualista, sino que ellos recrean la cultura del lugar al que van a radicar y esto no necesariamente significa una ruptura sociocultural. Portocarrero revalidaba la importancia del espíritu de progreso, pero su reflexión lo llevó a entender que el progreso no implica la búsqueda de la igualdad, sino más bien una posición desde la cual se “friegas” al prójimo, ya que el progreso no está asociado a un igualitarismo social, sino que se rigen por las leyes urbanas y criollas que se han adoptado, en el que cada persona vela por sus propios intereses. Por ello y bajo las manifestaciones de los pequeños comerciantes del mercado modelo de Huánuco, hay mucho de lo tradicional que subsiste en el migrante actual, por lo que es necesario realizar un análisis de la mentalidad popular y como la cultura de lo urbano choca con aquellas tradiciones provenientes de “afuera”, esto debido a que en las declaraciones analizadas a través de una perspectiva sociológica, crítica e imparcial ellos demuestran que a pesar de mantener ciertos valores, estos se adaptan a las circunstancias del nuevo movimiento comercial urbano de Huánuco el cual se asocia con el acceso al sistema informal en cuanto a prácticas competitivas para la captación de clientes, siendo una parte de estos, las zonas que venden productos de perecibles y de primera necesidad, ya que el “regateo” y “especulación de precios” resulta ser una práctica que no es necesariamente ilícita, pero que de todas maneras no se puede regular dentro de un establecimiento como los mercados de abastos, más aún, cuando los precios de los productos no son declarados y son montos especulativos en la mayoría de casos.

Durante el desarrollo de esta investigación se ha ido esbozando que el involucramiento del pequeño comerciante con lo urbano ha causado una transfiguración de aquellos valores tradicionales que caracterizaba a la población andina, esto se ve reflejado en las declaraciones de los entrevistados focalizados entre los distintos rubros que hay en el mercado modelo de Huánuco, por lo que las respuestas afirmativas acerca de los lugares de origen en las zonas rurales, permiten conocer un poco mejor la realidad en la que se encuentra este foco urbano y comercial, debido a la transfiguración de valores que han tenido estos comerciantes desde que se han visto involucrados en una realidad muy diferente de la que ellos vivían en sus lugares de orígenes, sobre todo en cuanto al volumen de las personas que circulan en dicho espacio urbano.

#### **4.1.1.1. Las costumbres asociadas al trabajo cooperativo que los pequeños comerciantes consideran haber mantenido a partir de su inicio como trabajador independiente.**

Dentro del apartado de los componentes sociales tradicionales se ha podido observar que en la sociedad andina primaba con mayor fuerza los valores de reciprocidad y cooperativismo, los cuales, son valores muy característicos de las comunidades andinas más arraigadas.

Durante el recorrido a la estructura urbana del mercado modelo de Huánuco se pudo realizar observaciones y anotaciones puntuales respecto a ciertas costumbres de los comerciantes que poseen cierto grado de afinidad con el trabajo cooperativo que caracterizaba a la población altoandina antes del surgimiento de las movilizaciones migratorias hacia las urbes, siendo algunos de estos las prestaciones monetarias esporádicas, asociadas a viejas costumbres de trueques basados en la confianza entre pobladores.

Algunos de los pequeños comerciantes del mercado modelo de Huánuco manifiestan a través de sus declaraciones, que a pesar del nivel de independencia e individualismo entre los trabajadores, también existe una colaboración mutua que se da entre los mismos, lo cual se vio ejemplificado en la ayuda que recibían aquellos pequeños comerciantes cuyos negocios realizaban trabajos de cargas pesadas en puestos de frutas, verduras, carnes y productos de primera necesidad; aunque a su vez, también se pudo evidenciar la existencia de una condición a este acto de solidaridad, la cual era que, aquel que recibía ayuda debía sobreentender que más adelante tendrá que devolver dicha ayuda; es decir, existe una “prestación solidaria” donde la acción de ayudar no es precisamente voluntaria, pero que a pesar de ello, cumple con el componente tradicional de reciprocidad que se mantiene entre los trabajadores informales con una trayectoria de vida y antecedentes migratorios de lo andino y rural hacia lo urbano, puesto que se sigue teniendo en consideración el apoyo brindado como el apoyo recibido.

Cabe destacar que, según la técnica de la observación directa y bajo un análisis objetivo dentro del mercado modelo, se pudo encontrar que a pesar de no guardar una estrecha relación basada en antecedentes migratorios, el cooperativismo se encuentra vinculado entre aquellos pequeños comerciantes que poseen una diferencia entre los productos y bienes que comercializan, por lo que era común observar que el pequeño comerciante de abarrotes se lleve bien con la pequeña comerciante de productos cárnicos,



vendedores de electrodomésticos con vendedores de comida, puestos de ropa con puestos de peluquería, entre otros, lo que no supone una rivalidad demarcada por los productos y/o servicios que se estén ofreciendo.

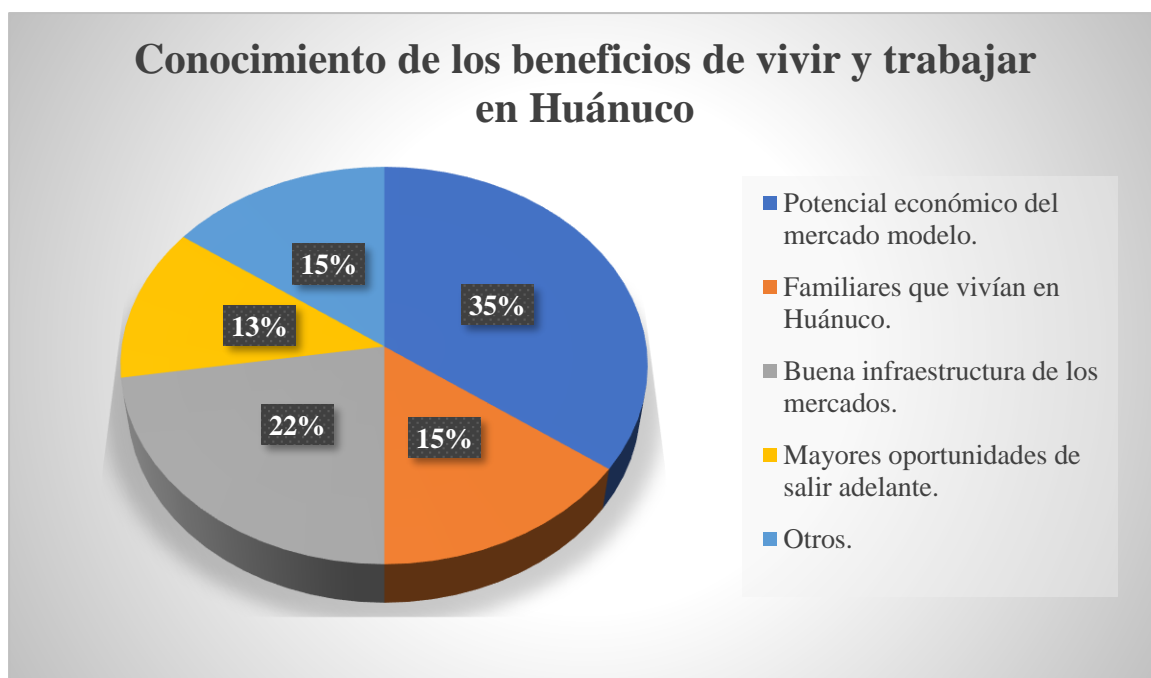
Cabe resaltar que una considerada cantidad de los pequeños comerciantes con un historial migratorio proveniente de las zonas altoandinas destacaban que dentro del ‘Mercado Modelo de Huánuco’ si existían grupos amicales con una similitud en cuanto al lugar de procedencia se refiere, los cuales se llevan relativamente bien entre sí. Estas personas mantienen una relación amical tranquila y armoniosa desde que iniciaron sus labores como trabajadores independientes en el mercado modelo; sin embargo, estas relaciones se dan por lo general, entre aquellos comerciantes que no suponen una “amenaza” o “competencia” para el otro, ya que como se había mencionado anteriormente, a la hora de desarrollar sus actividades, muchos de estos comerciantes priman por sobre todo la condición de efectuar su trabajo sin importarle mucho los inconvenientes o problemas que se le vayan a presentar al resto de sus semejantes, lo cual da a entender, que existe una ligera contradicción y distorsión entre las declaraciones que ellos proporcionaron durante las entrevistas realizadas, por lo que esa característica de querer realizar su trabajo conlleva a que realicen este tipo de prácticas un tanto desleales entre sí, lo cual confirmaría la hipótesis de que las costumbres asociadas al trabajo cooperativo que los pequeños comerciantes consideran haber mantenido a partir de su inicio como trabajadores independientes simplemente se manifiestan de forma nominal, mas no real.

#### **4.1.1.2. Las conductas asociadas al trabajo cooperativo propias de las zonas urbanas que los pequeños comerciantes consideran haber mantenido a partir de su inicio como trabajador independiente.**

En este apartado la mayoría de los comerciantes provenientes de las zonas altoandinas manifestaron que no han mantenido conductas propias de las zonas urbanas, ya que, a pesar de no poseer una estrecha vinculación con las conductas andinas clásicas basadas en el cooperativismo y la reciprocidad, manifiestan que desde que iniciaron sus labores dentro del mercado modelo de Huánuco no han experimentado un cambio sustancial a nivel personal en ellos, afines a las conductas propias de lo urbano que han adaptado desde el momento en que llegaron. Estos testimonios estuvieron regalados a poblaciones de adultos jóvenes en su mayoría, quienes no poseían una tradición tan grande como otros adultos, ya que migraron hacia la zona urbana de Huánuco desde una temprana edad.

A pesar de lo mencionado anteriormente, sí hubieron excepciones al momento de realizar un acercamiento hacia algunos de los pequeños comerciantes; por ejemplo, hubo un grupo de los comerciantes entrevistados, quienes manifestaron que en las zonas rurales de donde provenían se tenía conocimiento de que el distrito de Huánuco y en especial el mercado modelo de Huánuco, era un lugar muy rentable si es que se quería establecer un puesto comercial (en este caso de productos de primera necesidad), por lo que se asume la existencia de un antecedente por parte de los migrantes de querer realizar actividades comerciales en el mercado modelo de Huánuco, conociendo el potencial en ventas que este espacio ofrecía hacia posibles negocios. (Véase el gráfico N°1).

**Gráfico 1:** Conocimiento de los beneficios de trabajar en Huánuco.



**Fuente 7:** Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por la entrevista semiestructurada.

Lo mencionado anteriormente genera un aporte sustancial a una de las hipótesis de la presente investigación, la cual señala la existencia de ese conocimiento previo de las personas que poseen una tradición andina y rural, por querer involucrarse en las actividades comerciales de la urbe, lo cual permite a su vez, reforzar la hipótesis de que las aspiraciones y componentes sociales como el emprendimiento, sí se encuentran presentes dentro de los pensamientos de aquellas personas de los sectores rurales, quienes bajo esta premisa priorizan la manera de lograr un crecimiento, progreso y/o desarrollo económico; a pesar de ello, el fin que se proponen lo llegan a realizar sin antes establecer un plan de

acción para poder vincularse adecuadamente al sector formal en el lugar al que desean ir a conformar un negocio, ya que, según lo observado, algunos de los pequeños comerciantes presentan características propias de las personas que residen en la urbe, la cual es querer emprender un negocio lo más pronto posible sin tener información de lo que ello conlleva, donde lo que prima es una actitud apresurada por insertarse a un mercado laboral lo más pronto posible y generar ingresos inmediatos.

#### **4.1.2. Componentes socioculturales transfigurados.**

Una vez que los componentes socioculturales han sido transfigurados y se han manifestado en los pequeños comerciantes del mercado modelo de Huánuco, lo que se busca entender para fines de esta investigación y para contrastar la hipótesis planteada - a partir del análisis de aspectos específicos para esclarecer aspectos generales como lo es el fenómeno de la informalidad - es como estos componentes que se han adoptado y se han ido adaptando a las conductas de aquellos con una tradición rural, condicionan de cierta forma su acceso a la formalidad, por ello, primero se deben mencionar estos componentes socioculturales que los pequeños comerciantes han adquirido.

Una parte considerable de los comerciantes entrevistados asumen un rol determinado dentro de su área laboral y de convivencia, ya que las prácticas informales se llevan a cabo de una forma cada vez más natural; por lo observado, algunos de los pequeños comerciantes del mercado modelo de Huánuco ya no se cuestionan que algunas de sus acciones respecto al comercio de sus productos infringen ciertas normas y parámetros legales, lo cual los ubicaría en el área de lo informal y según la gravedad de estos, con lo ilícito. Por ejemplo, la entrega de boletas o comprobantes de pago que son un medio para fiscalizar los tributos debería ser algo inmediato a la hora de la compra y venta de algún bien o servicio. El portal de la SUNAT refiere que: A partir de S/ 5 es obligatorio emitir y entregar el comprobante de pago; y si el comprador o el usuario del servicio le pide un comprobante de pago por menos de ese monto, también debe hacerlo. (SUNAT, 2017). A pesar de lo señalado, los comerciantes declararon que no hacían efectiva la entrega de boletas a todos sus clientes debido a la aglutinación de clientes en algunos momentos de las horas laborales.

Entonces, se supone que para la emisión de estos comprobantes de pago, la entrega debe ser automática si es que la compra del producto es mayor a la cantidad establecida bajo la normativa actual o según los requerimientos que pueda hacer el comprador si es que es una cantidad menor; sin embargo, los pequeños comerciantes obvian esta práctica,

impidiendo que los ingresos que perciben sean fiscalizados, por lo que ello, se consideraría como una práctica informal en lo fiscal y personal, la primera, por la no emisión de la boleta, y la segunda, por el incorrecto accionar. Dicha acción se ha internalizado tan fuertemente dentro de la práctica diaria de los pequeños comerciantes que ya pareciera que fuera algo cotidiano, cuando realmente no debería ser así, sino que se ha sido sugestionado en gran parte por las prácticas, conductas y costumbres que se han transfigurado en el entorno laboral continuamente.

Los componentes sociales transfigurados se han ido descubriendo y presentando entre los pequeños comerciantes de una forma particular, lo cual permite conocer las acciones que se han ido desarrollando a partir de ello, estas serán descritas en las siguientes secciones para verificar como influyen en el ingreso, o no, de los comerciantes al sistema formal y/o informal. A su vez, como es que ellos han adoptado conductas propias del sistema informal, instaurándose fuertemente en esta área.

#### **4.1.2.1. Las costumbres asociadas al trabajo cooperativo que los pequeños comerciantes consideran haber adoptado a partir de su inicio como trabajadores independientes.**

Las costumbres son comportamientos y tendencias que el colectivo de los pequeños comerciantes ha desarrollado a través de sus prácticas cotidianas a lo largo de sus vidas hasta la actualidad en la que desempeñan labores en el mercado modelo. Estas costumbres han tenido un ligero cambio, ya que han pasado desde prácticas relacionadas a la tradición andina, hasta prácticas criollo-urbanas desde su asentamiento en la urbe como consecuencia de los movimientos migratorios.

En este apartado se busca conocer si existen conductas asociadas al trabajo cooperativo propias de las zonas y focos comerciales de la urbe, que los pequeños comerciantes consideran haber creado y/o adoptado a partir de su inicio como trabajadores independientes en dichos espacios; esto debido a que se busca hallar una relación entre las variables, dimensiones e indicadores respecto al sistema informal en el que operan los pequeños comerciantes y determinados factores socioculturales que se desprenden.

Debido a lo señalado anteriormente, es que través de las técnicas de recopilación y obtención de datos como la observación o la entrevista realizada a los pequeños comerciantes del mercado modelo de Huánuco, no se han podido observar costumbres colectivas asociadas al trabajo cooperativo basado en una reciprocidad voluntaria y

desinteresada, ya que, si bien se ha manifestado con anterioridad de que existe un apoyo mutuo que realizan algunos de los pequeños comerciantes en determinadas actividades, este es un trabajo que no se fundamenta como una acción de “buena voluntad” y “ayuda desinteresada”, sino que es una acción de “ayudar y recibir” según sea conveniente.

En tal sentido, dentro del mercado modelo no se han podido visualizar acciones cooperativas que indiquen que, los pequeños comerciantes hayan aprendido costumbres positivas desde su llegada a la zona urbana de la región, lo cual refuerza la idea del fraccionamiento de los valores colectivos que caracterizaban a quienes provienen de las áreas rurales y andinas, recordando nuevamente, que no se niega la existencia de prácticas cooperativas; pero que sí se reitera que estas no se cumplen dentro de los parámetros que esta unidad de análisis requiere, ya que en esta, se miden costumbres que apelan a un “nivel colectivo” y no a un nivel individual, entendiéndose por nivel colectivo aquel grado en el que existe un patrón de comportamiento que puede ser observable y entendiéndose por nivel individual aquel grado en el que si bien existen prácticas de cooperación, estas no crean un patrón de comportamiento enfocado en un grupo social, por el contrario, posee una forma irregular y ambivalente que no explica clara y concretamente el ejercicio de los fenómenos socioculturales, los cuales no permiten observar la implicancia de estos ante el acceso al sistema formal.

#### **4.1.2.2. Las conductas asociadas al trabajo cooperativo de las zonas urbanas que los pequeños comerciantes consideran haber adoptado a partir de su inicio como trabajador independiente.**

En este apartado existe una visión más específica respecto al análisis social de los pequeños comerciantes del mercado modelo de Huánuco, esto se debe a que, las conductas sociales que han aprendido, aprenden y aprenderán en la zona urbana, poseen una relación en común que se centra en la independencia de sus acciones, el individualismo y su accionar al margen de la normativa vigente. Estas conductas, en unos casos considerables, se encuentran asociadas a las prácticas informales que se han adoptado como consecuencia de la inserción laboral en la urbe más centralizada de la región.

Por tal motivo, las prácticas y conductas socioculturales de aquellos pequeños comerciantes provenientes de los lugares altoandinos relacionadas a su trabajo, se han modificado, esto evidenciado (bajo una primera observación directa) en la alteración de los precios de sus productos, la falta de emisión de boletas respecto a los bienes y servicios que ofrecen y el no respeto de los espacios designados para laborar.

Se toma en consideración que los pequeños comerciantes del mercado modelo de Huánuco se han adaptado a este nuevo espacio de convivencia, en el que la mayoría dedica la mayor parte del día a trabajar incansablemente incumpliendo las normas laborales de las 8 horas establecidas, sea mayor o menor a esta.

Estas conductas aprendidas y/o adoptadas en las zonas urbanas tales como el individualismo, las prácticas criollas, la falta de cooperatividad, el incumplimiento de las normas laborales con la finalidad de preservar un ingreso extra, que no se circunscribe a registros contables y legales, son algunas de las conductas que corresponden al apartado de los componentes culturales que se han visto afectados una vez que el sujeto ha ingresado a un espacio diferente, donde los valores transfigurados priman para poder subsistir, generar más ingresos o para mantener un ritmo continuo con los sujetos a su alrededor.

Algunos de los pequeños comerciantes observados y entrevistados manifiestan que no les queda opción, ya que es un entorno que se rige por esas conductas, testimonio que revalidaría la hipótesis de que el entorno social sugestionada y cohesionada a la persona, primero afectando a sus conductas, posteriormente transgrediéndolas para que de esta forma los usuarios instintivamente las adapten y finalmente las adopten como propias dentro de las prácticas cotidianas.

#### **4.2. Las aspiraciones o expectativas que poseen los pequeños comerciantes.**

La mayoría de personas que poseen trabajos temporales, por lo general poseen aspiraciones y expectativas referentes al que hacer de su vida una vez que inician un trabajo constituido únicamente por su propio desempeño laboral, en especial, respecto a lo que le supone una carga y responsabilidad muy grande a nivel individual. Lo anterior se aborda en el marco teórico, en el cual se menciona que dentro de estos sectores un tanto desatendidos de las MYPES, existe una representación un tanto difusa de las actividades de emprendimiento e independencia laboral, siendo algunas de estas representadas como aspiraciones y expectativas que crean los pequeños comerciantes y van creciendo con el paso de los años.

Las aspiraciones en la vida de los pequeños comerciantes se refieren a los objetivos que tienen que cumplir, y/o metas que se demarcan según sus inquietudes personales, carácter personal y en especial, su relación con su entorno social. Estos elementos poseen una trascendencia larga, ya que no surgen de manera inmediata, ni se mantienen por periodos cortos, ya que algunas de estas aspiraciones surgen desde que los individuos se

encontraban en sus lugares de origen. Estas aspiraciones son totalmente subjetivas, ya que cada ser humano es único y diferente a los demás; sin embargo, a pesar de ser un aspecto subjetivo se pueden ubicar una serie de patrones de conducta referidos a este segmento. Por ejemplo, de los ochenta entrevistados, se hizo un conteo rápido, en el cual, casi la totalidad de estos manifestaron que una de las razones para continuar trabajando día a día era la necesidad de cumplir ciertas metas y objetivos que ellos mismos se habían impuesto desde que llegaron a las urbes, metas que no especificaron en su mayoría, pero que van desde conseguir una estabilidad económica, poder conformar un negocio propio en un lugar seguro, ganar más dinero o brindar una mejor calidad de vida a sus familias. (Véase gráfico N°2).

Por otro lado, las expectativas vienen a constituir las esperanzas o posibilidades por conseguir algunas cosas determinadas por parte de los pequeños comerciantes, estos factores son parte del imaginario del comerciante, así que serán determinantes para evaluar el ingreso de estos al sistema informal, ya que a través de estos valores subjetivos que se generan dentro del imaginario del informal, se conoce la trascendencia de estos en relación a su desempeño como comerciantes en el mercado modelo de Huánuco durante su etapa de estadía en la zona urbana.

**Gráfico 2:** *Expectativas y aspiraciones de los pequeños comerciantes.*



**Fuente 8:** *Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por la entrevista semiestructurada.*

#### **4.2.1. Las competencias interpersonales.**

Las competencias interpersonales hacen referencia a las habilidades que forman un conjunto de comportamientos y hábitos que fomentan una adecuada interacción de los pequeños comerciantes del mercado modelo de Huánuco, respecto a las relaciones personales que desarrollan con quienes comparten un entorno en común.

Estos componentes sirven para identificar como es que los pequeños comerciantes del mercado modelo de Huánuco desempeñan sus actividades rutinarias a través de aspectos que se refieren a estas competencias, aspectos específicos como vendría a ser la comunicación asertiva, la cual se fundamenta en la acción de comunicarse de forma comprensible, respetuosa, sensata y clara con las personas de su alrededor. Este aspecto que pertenece a las competencias interpersonales de los pequeños comerciantes del mercado modelo de Huánuco permitirá conocer las dinámicas sociales en las que se desarrollan, lo cual nace desde sus propias convicciones.

Según las entrevistas realizadas a los pequeños comerciantes del mercado modelo de Huánuco en el sector de venta de ropa, se pudo recoger una breve pero importante información respecto a su forma de dialogar e interactuar dentro de la infraestructura urbana, por lo que de las 16 personas entrevistadas solo en este sector, se pudieron encontrar una serie de acciones determinadas, que junto al ejercicio de la observación crítica nos permiten definir que:

- Los pequeños comerciantes del mercado modelo de Huánuco a través del ejercicio de la comunicación, han demostrado que no poseen un manejo adecuado de sus emociones y con ello se manifiestan conductas opuestas a las de una comunicación asertiva.
- La falta de comunicación entre los propios comerciantes ha generado ciertos impedimentos a la hora de fomentar conductas de respeto y cooperación entre ellos.
- Las rencillas causadas por la misma competencia laboral dentro del mercado modelo de Huánuco han generado un cierto grado de aversión entre algunos de los pequeños comerciantes en el sector de venta de ropa, por lo que es difícil encontrar una comunicación de carácter positivo.
- Algunos de los comerciantes poseen una relación sincrónica respecto a la venta de sus productos, ya que algunos manifestaban que si no tenían algún producto que pedía el cliente, lo que hacían era recomendar al cliente que realicen sus compras en otro



vendedor, por lo que se generaba una relación medianamente cooperativa entre este vendedor, pero como se señaló anteriormente esta es una práctica que nace de un interés previo y no de un acto desinteresado.

#### **4.2.1.1. La búsqueda por el crecimiento del negocio.**

Dentro de los diversos componentes interpersonales hay aspectos referidos al progreso y a las necesidades por avanzar en temas económicos que tienen los pequeños comerciantes, los cuales, giran en torno a la búsqueda y crecimiento en el sector laboral en el que se desempeñan, independientemente de si este se encuentra en las áreas de lo formal e informal, siempre hay una búsqueda constante por superar las adversidades que se interponen en el día a día de los pequeños comerciantes.

Esta búsqueda por el crecimiento tiene una razón de ser, ya que posee antecedentes como la migración de los pequeños comerciantes, de las áreas rurales hacia las áreas urbanas.

Ahora bien, aproximadamente unos 45 pequeños comerciantes entre varones y mujeres manifestaron que la razón por la que habían decidido asentarse en Huánuco, era para buscar un mejor futuro basado en negociaciones pequeños que podrían implantar en los focos comerciales del área urbana, en este caso, el del mercado modelo. Una vez que se pudieron instalar, el instinto de superación y perseverancia fueron los motores fundamentales para que los pequeños comerciantes se movilicen y puedan conseguir un espacio dentro de un área competitiva.

A través de las manifestaciones encontradas se pudo observar y determinar que el proceso de adaptación es a día de hoy una constante dentro de la vida diaria de estos comerciantes, este proceso de superación continuo se ve reflejado en diversos ejes o aspectos fundamentales (social, cultural, económico), ya que nos estamos refiriendo a un cambio de entorno social e incluso de habitus social, lo que significa un cambio significativo en cuanto al rol y posición social que habían desarrollado antes, y a su vez, las determinadas formas de actuar en base a sus ideas, sentimientos y emociones.

Se mencionó que el proceso de superación continuo genera un cambio en ciertos aspectos fundamentales, uno de ellos es el aspecto económico, el cual va tomando relevancia a medida que se van realizando las diversas intervenciones y entrevistas a los pequeños comerciantes del mercado modelo de Huánuco, esto se debe (según sus testimonios) a que una vez que pueden acceder a un puesto de trabajo dentro del espacio

laboral que corresponde al mercado modelo, todo a su alrededor se vuelve clave para poder progresar y conseguir sus metas, las cuales se enfocan en el recaudamiento de capital económico; sin embargo, estas metas que por lo general llevan a un aumento de capital económico, en un inicio siguen vinculadas a preceptos y concepciones propias de las culturas andinas, como lo serían la manutención y la seguridad social de la familia o del propio individuo que ha migrado. Por tanto, estos preceptos, ideales y/o principios cambian cuando alrededor del ambiente de trabajo se percibe una dinámica competitiva, lo cual obliga al pequeño comerciante proveniente de las zonas rurales a adaptarse y sugerir ciertas conductas con la finalidad de conseguir el capital económico que es un denominador clave entre las personas con las que comparte este nuevo entorno social.

A pesar de que la hipótesis de la presente investigación se centra principalmente en el análisis de factores socioculturales para comprender el por qué existe un sector de la población que ingresa al sistema informal, el indicador de crecimiento del negocio de los pequeños comerciantes del mercado modelo de Huánuco permite visualizar como a través de mecanismos asociados a aspectos económicos se puede asociar o involucrar a los fenómenos socioculturales más internos de aquellas personas que poseen determinados principios, los cuales se ven obligados a cambiar cuando el factor de la necesidad en un área social desconocida es cada vez más fuerte y los obliga a poseer un respaldo para mantener un equilibrio en la calidad de vida, por tal motivo, el presente indicador resulta ser necesario para el esclarecimiento de la hipótesis general ya que como componente interpersonal genera un debate interno en la persona, la cual busca día tras día poder obtener la mayor rentabilidad dentro de su negocio local.

#### **4.2.1.2. La búsqueda por ascender en la escala social.**

En el indicador anterior se mencionó que uno de los factores más importantes para que los pequeños comerciantes puedan establecerse dentro del mercado modelo era el aspecto económico, a pesar de ello, el factor social implica también una constante continua dentro de la vida de estos comerciantes, ya que una vez estos se han establecido en un nuevo lugar, deben pasar por un proceso de adaptación, en el que empiezan desde los procesos más básicos en cuanto a la adaptación social se refiere, ¿a qué se debe esto? Durante las breves entrevistas, una de las preguntas más frecuentes que se le hizo a la mayoría de los pequeños comerciantes fue: “¿Me podría describir como fue su proceso de adaptación en Huánuco? ¿Fue sencillo o hubo problemas?”. La mayoría de los pequeños comerciantes entrevistados respondieron que el proceso de adaptación fue muy duro en un

inicio, destacando que su desconocimiento a la hora de poder constituir un espacio laboral en un foco urbano muy competitivo fue lo más tortuoso que tuvieron que pasar, y no precisamente por el tema de los registros, inscripciones o trámites que se tenían que hacer, ya que el espacio del mercado modelo de Huánuco es de corte privado, por lo que estas últimas imposiciones no iban a significar un inconveniente mayor al que podrían tener dentro de un espacio público, lo cual revela la flexibilidad del sector privado como fuente que propicia espacios más accesibles al resto de las personas.

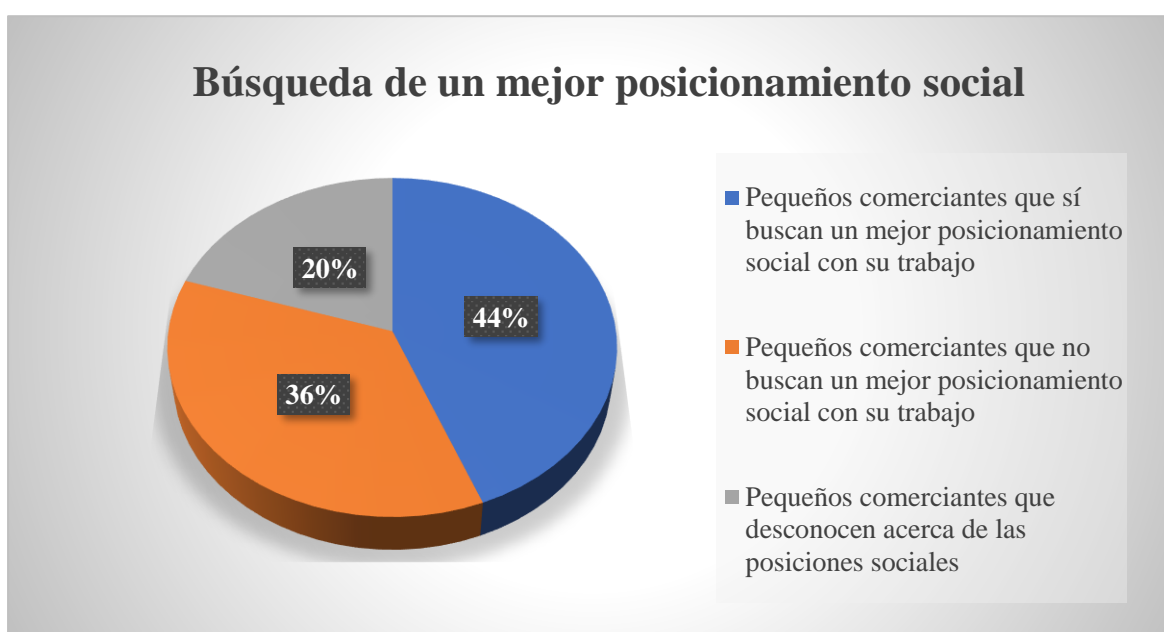
El impedimento más grande que tuvieron fue el de acostumbrarse al ritmo y dinámica social que existía dentro del mercado modelo de Huánuco, ya que en sus lugares de orígenes no existía una dinámica tan grande, esto debido al tamaño y cantidad de personas que operan laboralmente dentro de ese espacio, ya sea de manera formal e informal, recordando que dentro del mercado modelo de Huánuco también los pequeños comerciantes comparten espacios con los ambulantes, los cuales son trabajadores independientes no asalariados que también representan un sector incluso más competitivo en algunos aspectos puntuales.

A partir de lo señalado anteriormente, ¿dónde se encuentra el factor social que une el ascenso social con la adaptación a un nuevo entorno social? La respuesta a esto lo tenemos en el cambio de las actitudes, costumbres y acciones respecto a la forma en la que los pequeños comerciantes definen su necesidad por seguir manteniendo un ritmo acelerado dentro de un sector competitivo, estos cambios se han producido con el tiempo, debido a la transfiguración de los valores primerizos. Ahora, los pequeños comerciantes ven sus negocios como una forma para poder salir de un determinado nivel social; a pesar de que existen ciertas diferencias entre los pequeños comerciantes, también existen ciertos aspectos que se presentan de forma similar entre unos y otros; algunos de los pequeños comerciantes que ya son adultos y poseen una familia establecida, señalaban que para ellos era necesario poder conseguir un buen capital económico con la finalidad de asegurar un hogar para ellos y sus familias, además de que se pueda brindar una educación integral para los menores de la familia a través de los estudios, ya que casi la mitad de los pequeños comerciantes entrevistados no poseían el grado de educación secundaria completa y casi la totalidad no poseían grados técnicos o superiores. Estas declaraciones nos permiten determinar que la búsqueda por la superación demarcada en aspectos tales como un mejor posicionamiento dentro de la sociedad definen la necesidad de los pequeños comerciantes por trabajar, independientemente de si esto roza con el trabajo informal, lo cual parece no

importar cuando se busca esta mejora a nivel social o situación de vida. (Véase gráfico N°3).

Este indicador, referido al componente intrapersonal del pequeño comerciante demuestra que existe un manejo coherente de las emociones, pensamiento y decisiones respecto a su establecimiento dentro de un sector competitivo e informal; es decir, que la hipótesis de un condicionamiento para que el pequeño comerciante realice ciertas prácticas asociadas a la informalidad se demarca por aspectos socioculturales como el status, posicionamiento o estrato social dentro de una comunidad.

**Gráfico 3:** Manifestaciones de los pequeños comerciantes respecto a la búsqueda de un mejor posicionamiento social, status y/o estrato social.



**Fuente 9:** Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por la entrevista semiestructurada.

#### 4.2.2. Las competencias intrapersonales.

Las competencias intrapersonales no son precisamente lo opuesto a las interpersonales, ya que no busca conocer lo que nos rodea, sino que busca reunir las habilidades que permiten a la persona ser consciente, para comprender y relacionarse con otros a partir del autoconocimiento; es decir, estas competencias permiten que las acciones de una persona comprendan ciertas delimitaciones basadas en conceptos específicos y claros, donde prima la objetividad.

Uno de los componentes más importantes de las competencias intrapersonales es la inteligencia intrapersonal, la cual permite tener la capacidad de evaluación objetiva y clara

de uno mismo y ser capaz de usarla para desenvolverse en la vida, por lo que la inteligencia intrapersonal está relacionada con el conocimiento de la propia persona y la capacidad de tener un concepto claro y conciso de uno mismo, teniendo implicancias en aspectos tales como: La autodisciplina, autocomprensión, autoestima y la conciencia de los estados de ánimo interiores.

Estas competencias aplicadas dentro del análisis de los pequeños comerciantes del mercado modelo de Huánuco representan el uso coherente de sus capacidades, ya sea para realizar sus acciones laborales dentro de lo normal y rudimentario o para discernir entre lo que es aparentemente “más rentable” para ellos, y se señala el término de “aparente” ya que al verse involucrados dentro de un proceso en el cual no son partícipes voluntarios como el de la informalidad, estas concepciones asociadas a la inteligencia intrapersonal puede variar, creando un sesgo social en el que una persona que cree tener la razón, actuará en base a sus preceptos a pesar de que no realizó un análisis en retrospectiva del panorama social donde efectúa sus labores cotidianas; es decir, un espacio urbano sumamente competitivo donde a diario existe una gran movilización y circulación comercial.

Esta dimensión define que los pequeños comerciantes del mercado modelo de Huánuco realmente tiene un cierto uso coherente de sus acciones respecto a la forma en la que desempeñan sus labores y que estas prácticas son más naturales de lo que se puede percibir si es que no se realizara una evaluación externa, ya que ellos consideran en gran parte que su forma de ser se ve reflejada en el trabajo, incluso cuando hay ciertas prácticas negativas asociadas a lo informal que realizan y no son conscientes de ello.

#### **4.2.2.1. La autodeterminación de los pequeños comerciantes por aumentar su capital económico.**

La autodeterminación de los pequeños comerciantes se refiere a la capacidad para poder decidir por sí mismo en los temas asociados a su ejercicio laboral autónomo, este poder de decisión lo ejercen dentro de un sector que es estrictamente privado (o semipúblico según algunos testimonios), el cual vendría a ser el del comercio dentro de un espacio privado que alberga a personas con un pensamiento similar en cuanto a la independencia laboral, ya que a pesar de las diferencias, muchos de ellos saben claramente cuáles son sus necesidades y que deben hacer para cumplirlas, manteniendo una posición constante que les permita hacer frente a estos problemas, dicha posición se centra en el trabajo duro que tienen que realizar a diario, sin importar la actividad que realizan.

Cuando se hizo el reconocimiento y análisis crítico (a través de la técnica de la observación) del mercado modelo de Huánuco, se pudo visualizar que los pequeños comerciantes que están laborando constantemente en un ambiente muy competitivo, y quienes a pesar de tener muchas dificultades para poder establecerse en un espacio laboral adecuado efectuando un correcto desempeño de labores, ya han internalizado ello y cumplen sus deberes sin mostrar una disconformidad notoria respecto al lugar en el que se encuentran, esto se debe a la rápida adaptación que han tenido respecto a la estructura urbana que los alberga y no sienten que esto sea una limitante para poder lograr sus metas u objetivos trazados, los cuales se demarcan en la obtención de mayor capital económico.

Esta autodeterminación en el aspecto económico significa que los pequeños comerciantes hacen uso de esta capacidad con la única finalidad de conseguir capital económico; sin embargo, la búsqueda por un único valor que permita regir sus vidas, genera que durante el transcurso del tiempo haya un cambio dentro de sus valores y características personales, los cuales van desde una ligera modificación según algunas situaciones determinadas, como algunos casos donde los valores ya han sido transgredidos, lo cual sumado a esta autodeterminación de los pequeños comerciantes, genera que estos estén convencidos de que sus prácticas informales resulten ser justificables.

Dentro de esta autodeterminación de los pequeños comerciantes se permite observar y contrastar una de las creencias que se tiene respecto al ingreso del sistema formal, esta creencia es la presión que ejerce el estado o el ente que se encarga de regular las actividades de los que operan en las actividades informales, esto queda ligeramente demostrado a través de las manifestaciones de los pequeños comerciantes, quienes explican que la necesidad por generar capital económico a veces crea prácticas informales involuntarias, un ejemplo de ello es la situación en la que uno o varios consumidores se acercaban a los puestos laborales y al ver que hay una circulación masiva, los pequeños comerciantes los atendían y no eximían boletas y/o comprobantes de pago, lo cual es un indicio principal de estas prácticas informales que se normalizan por la propia dinámica del entorno social y que se justifican por la necesidad de adquisición de más capital económico.

Es por ello que dentro de lo autodeterminación del pequeño comerciante se esconde una necesidad de crecimiento económico que se ha ido categorizando dentro de sus prácticas como una manifestación habitual, lo que deviene en el uso de prácticas y

comportamientos ajenos a los valores primarios de los pequeños comerciantes del mercado modelo de Huánuco con un origen rural y andino.

#### **4.2.2.2. El autodesarrollo como capacidad para aprovechar las oportunidades de crecimiento personal.**

Los pequeños comerciantes del mercado modelo que impulsan su autodesarrollo, poseen una visión clara acerca de sus objetivos y es por ello que están atentos a las oportunidades que se les puedan presentar para lograr lo que se proponen.

El autodesarrollo, a diferencia de la autodeterminación, permite concretar ciertas ideas que se materializan durante el proceso laboral y que resultan positivos para los pequeños comerciantes afín de lograr lo que se propusieron, ya sea a través de sus propias capacidades o habilidades que van aprendiendo constante a partir de la práctica diaria en su entorno social.

Por lo habitual, el autodesarrollo permite que los pequeños comerciantes del Mercado Modelo de Huánuco puedan contar con un plan de acción que ejecutarán con el paso del tiempo, o al menos, con una idea o serie de actividades que están pensadas para el logro de sus objetivos y con ello una mejora en aspectos que consideren fundamentales para su vida tales como lo social, económico, político, entre otros.

Dentro de este apartado, los pequeños comerciantes manifestaban que durante el proceso entre la salida de su entorno social primario y el establecimiento dentro de lo urbano, se han visto en la necesidad de aprovechar las oportunidades que se le presentan, algunas mujeres que desempeñaban labores en los puestos laborales tales como las juguerías y textiles (puestos que cuentan con mucha participación femenina) manifestaban que en el mercado modelo de Huánuco se debían aprovechar los pequeños espacios para laborar, ya que cualquier trabajo por más pequeño que sea, tiene una gran posibilidad de prosperar dentro del mercado debido a la circulación masiva, y quienes se encontraban dentro del mismo, era porque sabían aprovechar las oportunidades y que si no lograban aprovechar ello, habían otras personas a la espera de esos puestos de trabajo. (Véase ilustración N°5).

Estas declaraciones en base a las entrevistas realizadas dan a entender que más allá de una lucha competitiva en materia económica, el mercado también es un foco de interés para las personas que desean emprender un negocio y poder salir adelante y es por ello que desde que emprenden dicho negocio, debe saber las reglas, normativas y pautas a seguir

para mantener su trabajo, ya que estos espacios ofrecen una seguridad en cuanto al trabajo y es responsabilidad del pequeño comerciante que ocupa un puesto dentro del mercado, saber a qué se enfrentan en cuestión laboral, y así prepararse para poder ir progresando a través de su negocio en la adquisición de un capital económico cada vez mejor. Aunque un aspecto que se ha podido descubrir en base al análisis de este indicador es que las personas que buscan acceder a este espacio para poder laborar, llegan con la finalidad de buscar la mayor rentabilidad posible; es decir, ya saben que es lo que pueden encontrar en un lugar así, por lo que de cierta manera su pensamiento y comportamientos socioculturales ya se han visto ligeramente modificados antes de establecerse estrictamente en aquel lugar; este punto es ciertamente interesante, ya que dentro de las posiciones más agnósticas respecto a la informalidad en estos niveles sociales, existe la tendencia por señalar que son estos ambientes los que condicionan al individuo, cuando la realidad de estos casos señalan que el individuo posee un grado de conocimiento respecto al lugar donde ingresa y que cuando lo logra, hay una idea o prenocción que se irá desarrollando conforme se vaya posicionando en su nuevo espacio de trabajo.

***Ilustración 4:** Área de textiles del mercado modelo de Huánuco que presenta gran participación femenina que ha reconfigurado los espacios a su disposición.*



***Fuente 10:** Fotografía propia.*



### **4.3. Acceso al sistema formal.**

La variable del acceso al sistema formal es parte fundamental del análisis de la presente investigación, esto se debe a que la delimitación y las interrogantes del por qué un trabajador no asalariado o trabajador independiente decide o no, formar parte del sistema formal, parten desde esta posición. El análisis de la configuración personal del informal nos permite realizar una lectura más sensible, coherente, concreta y comprensible del actor social que se ve asediado por múltiples factores que no son los que habitualmente se observan o se mencionan cuando se realizan este tipo de actividades.

El acceso al sistema formal es un proceso que se logra a través del cumplimiento efectivo de las normativas laborales en términos generales y habituales; a pesar de ello, en este apartado se ha podido encontrar que a través de la intervención de ciertos factores socioculturales el ingreso al sistema formal no es tan dependiente como se cree en principio de factores, elementos, componentes o aspectos estrictamente socioeconómicos, sino que también existe un apartado que no se logra explorar con la rigurosidad que se merece, el cual es el área sociocultural.

De esta manera, los pequeños comerciantes del mercado modelo de Huánuco son un reflejo de aquel sector informal que a través de una tradición cultural se han visto en la necesidad de adaptarse a ciertos estándares dentro de un mundo globalizado que se rige según la conveniencia de aquellos que posean un grado determinado de influencia en las conductas sociales de los menos beneficiados. Lo explicado no busca generar una postura individualista, pero sí la existencia de una postura que permitirá sentar las bases para el reconocimiento de un fenómeno social que a día de hoy no es abordado transversalmente, sino que se aborda desde la mirada estatizada e indiferente de parte de los organismos, instituciones o entidades que rigen los parámetros laborales de aquellos que se desempeñan en el área de las MYPES, los cuales aún dentro de esta categoría, poseen una diversidad de clasificaciones que se pueden abordar con un análisis social y comprensible, que no se desligará de una posición crítica sobre un fenómeno que posee características negativas a los ojos de las personas en su gran mayoría.

La variable en cuestión, analizada a través de las manifestaciones de los pequeños comerciantes del mercado modelo de Huánuco permite encontrar brechas en los argumentos más rígidos sobre la informalidad, una prueba de ello fue que el ingreso a estos espacios no son una obligación o un último recurso para poder subsistir tal y como lo manifestaban los teóricos críticos del sistema neoliberal, donde este último modelo de

mercado era representado y tomaba forma como aquella entidad económica estatal que obligaba a las personas a ingresar a negocios pequeños e inseguros, , lo cual ya desestima dicha postura en la que se menciona que es el ente estatal que influye en las personas.

#### **4.3.1. Flexibilidad laboral.**

Esta dimensión respecto a la flexibilidad laboral se basa en el hecho de que los pequeños comerciantes buscan en principio la necesidad de una independencia laboral, es por ello que la flexibilidad laboral que ofrecen los pequeños comercios o puestos dentro de infraestructuras como los mercados forman parte de esta búsqueda, ya que en otros espacios laborales existe una exigencia más fuerte respecto al cumplimiento de ciertas normativas laborales, las cuales tienen regulaciones más estrictas.

El tratar de condicionar a los pequeños comerciantes bajo algún lineamiento estricto, es algo que bajo sus propios testimonios no les podría beneficiar, sino perjudicar. A pesar de que ellos consideran que hay ciertos aspectos que podrían ser mejores, y que en contraparte, algunas personas que se rigen absolutamente bajo normativas formales poseen, esto no es un factor determinante para que ellos busquen acatar todas las normativas laborales que implica el ser formal, ya que es la propia facilidad del trabajo que poseen en el mercado, lo que les permite estar en un constante crecimiento económico y que ello es más beneficioso mientras no hayan restricciones más drásticas.

Un factor que ya se analizó, en este apartado vuelve a cobrar relevancia, este es el nivel educativo de los pequeños comerciantes, ya que su desconocimiento respecto a las normativas formales ocasiona de que en una gran mayoría de comerciantes incumplan ciertos aspectos formales. Además, se le debe sumar aquellos valores transfigurados que se han ido descubriendo en el transcurso de la investigación y que los pequeños comerciantes han ido adoptando con el paso del tiempo dentro de un entorno social urbano muy competitivo, tales como el criollismo e individualismo. Estos componentes sumados crean una especie de tara o consciencia social en la que el trabajo que se ejerce dentro del mercado modelo debe responder al criterio individualista del comerciante, dejando de lado si sus acciones son correctas o no.

Justamente esta flexibilidad laboral ha permitido que muchas personas tengan de cierta manera libertad económica, pero que en su gran mayoría ha traído consecuencias negativas dentro del imaginario social de la gran mayoría de los comerciantes, ya que esta libertad ha dado pie a una característica más propia del libertinaje y la irresponsabilidad, lo

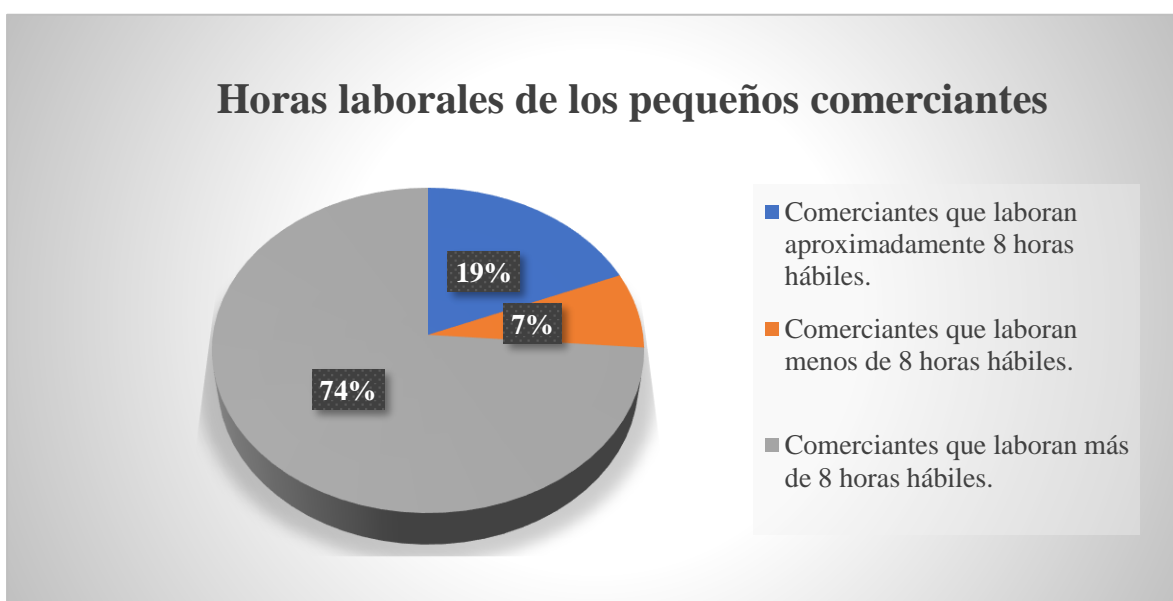
cual indica que los nuevos valores se imponen muy fuertemente en el accionar del comerciante; no obstante, estas varían ligeramente ya que el incumplimiento de las acciones y normativas laborales al margen de la ley se produce de una manera gradual y diferente entre los pequeños comerciantes, algunos mostrando un nivel de responsabilidad social diferente al resto, lo que se ha podido observar en el manejo de sus negocios comerciales.

#### 4.3.1.1. Horas semanales que laboran los pequeños comerciantes.

Este apartado es necesario para la investigación ya que así podremos observar cómo es que un trabajo puede llegar a influir e incluso modificar ciertos valores en las personas que han estado efectuándolo con cierta cotidianidad, y de esta forma, se determina cuanto influyen factores socioculturales a el ingreso o no, a la formalidad.

Al mencionar que el ambiente laboral del mercado modelo es sumamente competitivo, y que a ello se le debe sumar la circulación de personas dentro de uno de los focos comerciales más importantes de la región, podemos afirmar que las horas que los pequeños comerciantes dedican a su trabajo establecen muchas veces la cantidad de capital económico que poseen. Es por ello, que con este aspecto se puede inferir si estas horas destinadas crean en el subconsciente del pequeño comerciante la necesidad de seguir trabajando a toda costa para cubrir ciertas necesidades, y a raíz de ello, recurrir a prácticas informales que serán condicionadas a su vez por los valores transfigurados que han ido adoptando a lo largo de su trayectoria laboral. (Véase gráfico N°4).

*Gráfico 4: Horas laborales de los pequeños comerciantes en su jornada diaria.*



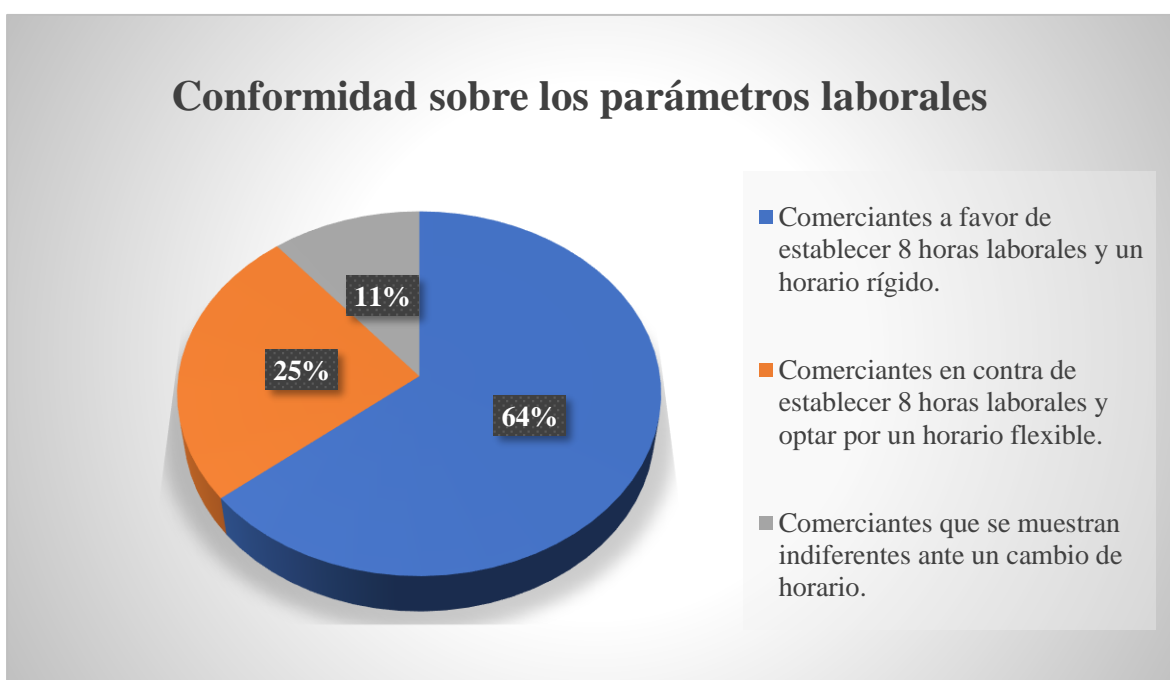
*Fuente 11: Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por la entrevista semiestructurada.*

#### 4.3.1.2. Horas laborables semanales que los pequeños comerciantes desearían tener.

Este indicador permitió visualizar a través del proceso de recolección de datos que muchos de los pequeños comerciantes del mercado modelo de Huánuco desean horas laborales según la flexibilidad que cada uno de ellos pueda tener y que no esté condicionada bajo ninguna circunstancia, por lo que ellos no se sienten cómodos adaptándose a regímenes laborales más estrictos y sobre todo que provengan del estado, esto debido también a su diferencia con el sistema estatal debido a las rencillas entre la Asociación de Comerciantes del Mercado Modelo de Huánuco con los representantes de la Municipalidad Provincial de Huánuco.

La libertad que han podido desarrollar gracias a patrones individualistas ha permitido que desarrollen un sentimiento de indiferencia y aversión hacia las normativas que autorregulan las horas destinadas al ejercicio laboral formal. Cuando se entrevistó a los pequeños comerciantes del mercado modelo, ellos manifestaron que no tenían problemas con seguir un horario de trabajo, mientras no sean impuestas y condicionen su trabajo; por ejemplo, a los pequeños comerciantes no les parecía adecuada la idea de que deban trabajar 8 horas corridas desde la mañana hasta la tarde, propuesta hecha por la Municipalidad de Huánuco, horario que terminaba perjudicando a aquellos comerciantes cuyos trabajos son mejor aprovechados en la noche. (Véase gráfico N°5).

**Gráfico 5:** Conformidad respecto a los horarios manejados en el mercado modelo de Huánuco.



**Fuente 12:** Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por la entrevista semiestructurada.

El deseo y la búsqueda de cierta cantidad de horas laborales es una manifestación de los pequeños comerciantes del mercado modelo de Huánuco por querer adecuar ciertas normativas a su estilo de vida. Aunque no lo parezca, esto genera una idea sobre la personalidad que han ido adoptando desde que ingresaron al área urbana para dedicarse al comercio a pequeña escala mediante el autoempleo. Esto puede malinterpretarse, pero debemos tener en cuenta que uno de los aspectos más importantes que se analizaron dentro del marco teórico fue el de las expectativas y aspiraciones, por ende, ¿el caso de las horas laborales deseadas durante la semana son parte de las aspiraciones de los pequeños comerciantes? Bajo las entrevistas realizadas y el análisis basado en la observación, se puede deducir que estas expectativas y aspiraciones han calado en la mente de los pequeños comerciantes que ahora están predispuestos a conseguirla aun si eso significa que van a tener que desligarse de los parámetros formales o en su defecto aprovechar la maleabilidad del mismo para realizar movimientos y cambios de horario que se ajusten a sus necesidades.

#### **4.3.2. Seguridad social.**

La seguridad social es una dimensión fundamental dentro del acceso al sistema formal ya que los pequeños comerciantes del mercado modelo de Huánuco deberían buscar un campo de bienestar social relacionado con la protección social o cobertura de las necesidades reconocidas socialmente en base al libre desempeño de sus funciones laborales, desde el momento en que se insertan al trabajo independiente, ellos deberían tener la percepción y la necesidad de que su trabajo merece estar protegido a la vez que buscan su propio bienestar y de quienes trabajan con ellos, de esta manera podrían lograr un trabajo más eficiente; sin embargo, la cuestión que surge para responder a una de las hipótesis es el por qué en la acción práctica de esto, los comerciantes no priorizan su seguridad social ni la ven como un determinante para la mejora en su trabajo.

Una vez que los pequeños comerciantes del mercado modelo de Huánuco han estado desempeñando sus funciones, surge una disyuntiva para saber si el ingreso al sector formal es conveniente o no, ya que para poder lograr una incorporación efectiva en materia de salud a través de su afiliación al Seguro Social de Salud (ESSALUD) tuvieron que contemplar todas las medidas necesarias que la Asociación de Comerciantes del Mercado Modelo de Huánuco solicitaba a cada uno de los comerciantes; sin embargo, bajo las manifestaciones de los propios comerciantes el tema de los seguros y protección de la salud es un aspecto secundario y que al momento de afiliarse como comerciante dentro de

la Asociación que existe en el Mercado Modelo de Huánuco no se prioriza y enfatiza; es decir, que desde que ellos ingresan al mercado lo prioritario es obtener un espacio donde trabajar y aquellos aspectos que no se centren directamente en las rentas o pago de impuestos directos, pasan a ser secundarios.

La situación de los pequeños comerciantes resulta un tanto alarmante y preocupante en este aspecto, ya que esta dimensión demuestra que la selección en cuanto a las medidas y propuestas para afiliar a los pequeños comerciantes al sector formal basadas en la seguridad social, realmente repercute de una forma muy mínima, ya que ellos están predeterminados a no tomarle importancia a estos aspectos (que bajo sus testimonios son secundarios mientras ellos tengan salud y coman bien) debido al prematuro ingreso directo a los espacios laborales que se encuentran constantemente activos debido a la circulación comercial que existe dentro de estos entornos laborales, lo cual crea un pensamiento colectivo en el que los valores deben estar enfocados únicamente en el trabajo que realizan, por ende existe una adecuación diferente donde esta preservación de la seguridad social es un tanto secundaria, lo cual será abordado con más detenimiento haciendo un análisis y discutiendo los resultados encontrados de los indicadores. (Véase gráfico N°6).

**Gráfico 6:** Declaraciones respecto a la percepción que tienen los pequeños comerciantes sobre los seguros sociales.



**Fuente 13:** Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por la entrevista semiestructurada.

#### **4.3.2.1. Comerciantes que cuentan con seguro médico.**

Los seguros médicos configuran un indicador un tanto particular, ya que uno de los beneficios fundamentales que posee el sector formal es el de abastecer una cobertura amplia en cuanto a la protección de la calidad de vida se refiere, dicha cobertura resulta tentadora si es que se analizaran los costos y beneficios que existen a raíz de su adquisición dentro de sectores laborales en los que se da un trato directo entre el comerciante y el consumidor, debido a los posibles riesgos latentes en estas actividades.

A pesar de lo ya mencionado con anterioridad, dentro de los pequeños comerciantes existe un gran desentendimiento respecto a este tema, ya que a pesar de la existencia de múltiples seguros con los que pueden contar en su calidad de autoempleados dentro de un espacio laboral perteneciente al sector privado o semi público, los pequeños comerciantes solo conocen seguros médicos tales como los que ofrece el SIS y el ESSALUD, desconociendo el resto de seguros existentes según la tipología de los mismos y con ello los beneficios que aportan a los trabajadores comerciales que desean desempeñar funciones en sectores comerciales.

Los seguros médicos presentan una basta tipología, algunos de ellos se asocian a los seguros catastróficos, seguros de enfermedades graves, seguros de gastos médicos, seguros complementarios, seguros dentales y los seguros de hospitalización. Como podemos ver, cada uno cuenta con una póliza distinta y cubren diferentes tipos de enfermedades y gastos, de esta forma se puede corroborar que esta variedad de seguros sí son fundamentales para la protección social según áreas específicas y al saber que los pequeños comerciantes del mercado modelo de Huánuco operan dentro de un área privada y/o semipública, el acceso a estos seguros que se enmarcan dentro del sector formal demuestran que ese desconocimiento asociado a los pequeños comerciantes sumado a su predisposición por trabajar únicamente de forma independiente hace que los límites existentes para que puedan acceder al sector formal sean mayores.

De tal manera, y según las manifestaciones encontradas de los pequeños comerciantes del mercado modelo de Huánuco, se ha podido corroborar que existe un desconocimiento y casi rechazo a la protección social que pueden llegar a obtener a través de diversos seguros afiliados a una cobertura del sistema de salud más pertinente, lo cual deviene en posibles prácticas que puedan perjudicar la calidad de vida de estos comerciantes, prácticas que muchas veces son omitidas por los propios comerciantes, los cuales (como se ha podido constatar durante el presente trabajo) están estrictamente

enfocados en la formación de un capital económico fijo, y en detrimento, uno que tenga un aumento progresivo basado en las horas que ellos destinen a los mismos, permitiéndoles lograr una mayor adquisición de bienes para un crecimiento y/o progreso económico, como consecuencia, cada pequeño comerciante adopta posiciones individualistas.

#### **4.3.2.2. Puestos comerciales aptos para el desarrollo de actividades.**

Este indicador es uno de los que más necesitan ser abordados para el desarrollo de la presente investigación, ya que permite comprender el por qué algunos comerciantes a través de las diversas prácticas desarrolladas como consecuencia de los nuevos valores transfigurados en las urbes han optado por establecer sus negocios dentro de espacios que son poco prácticos para el ejercicio de labores que ellos desempeñan, tanto por el espacio en el que están ubicados como por las condiciones en las que se encuentran.

Cuando se hace mención respecto a la inserción de los pequeños comerciantes en el sector informal, uno de los aspectos más resaltantes es que se les pueden proporcionar espacios adecuados para que ellos puedan desarrollar sus actividades; sin embargo, en casos como el del mercado modelo de Huánuco eso no se presenta de ese modo, ya que a través de la observación se ha podido constatar que los pequeños comerciantes están laborando relativamente tranquilos dentro de estos espacios, los cuales pese a no contar con la distribución necesaria, han obligado a que los pequeños comerciantes se adapten y establezcan ahí sus negocios, ¿cuál es la razón de que los pequeños comerciantes hayan definido sus actividades en estos espacios? Según los diversos testimonios, es que la distribución de los espacios dentro del mercado modelo de Huánuco en un inicio estaba sectorizado según áreas específicas de venta; por ejemplo, venta de productos electrónicos, de cosmetología, venta de ropa, sastrería, venta de comida, electrodomésticos, abarrotes, etc; sin embargo, con el paso del tiempo y a pesar de que estos espacios sectorizados aún se mantienen, el alquiler de los mismos están sujetos a los propios comerciantes y a su decisión de alquilarlos, por tal motivo el buscar un puesto de acuerdo a la necesidad del negocio es algo que se presenta de forma secundaria. Como se puede visualizar en el material fotográfico utilizado, muchos comerciantes del mercado modelo de Huánuco desarrollan sus actividades dentro de espacios muy poco prácticos y de una condición relativamente precaria, lo que significa que una de las posibilidades para el acceso de estos pequeños comerciantes al sector formal, no es precisamente la distribución de los espacios adecuados, sino que el hecho de tener un espacio en el cual puedan desarrollar sus labores, es más que suficiente. La forma en que los pequeños comerciantes operan, no les permite



observar con claridad que la búsqueda por un trabajo digno en cuanto a las condiciones de los puestos comerciales, es una necesidad fundamental para quienes operan dentro de los sectores comerciales y así puedan tener un ejercicio de sus funciones, de una forma mucho más eficiente. (Véase la ilustración N°6).

*Ilustración 5: Pasajes del mercado modelo de Huánuco en el que se muestran los espacios poco prácticos en el que los pequeños comerciantes desarrollan sus actividades.*



*Fuente 14: Fotografía propia.*

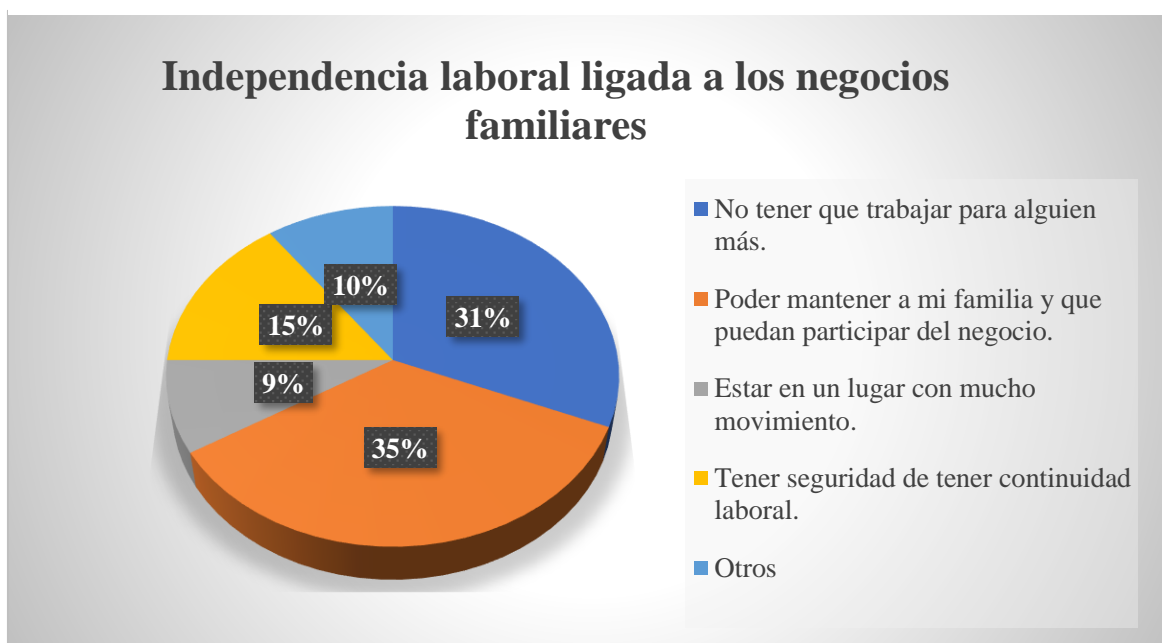
#### **4.3.3. Independencia laboral.**

Los pequeños comerciantes siempre están al pendiente por definir la forma correcta en la que pueden ingresar al sistema formal debido a los beneficios que este les pudiera llegar a ofrecer; sin embargo, y en su calidad de trabajadores sin horas establecidas, los pequeños comerciantes se ven en la necesidad de rechazar muchas veces este acceso debido a las restricciones y limitaciones que existen dentro de un sistema formal restrictivo. Una vez que se realizaron las entrevistas, una gran parte de los entrevistados señalaron y manifestaron que el poder definir de forma independiente las horas de trabajo que ellos desean es una de las cosas que mejor les conviene ya que de esta forma ellos pueden distribuir horarios flexibles como ya se ha manifestado con anterioridad. Además, el hecho de que sean independientes y trabajadores por lo general dentro de rubros unitarios y familiares, les permite no demarcarse dentro de estructuras laborales según escala; es decir, no se tienen que regir a una determinada acción de un responsable mayor,

aunque ello depende de la tipología de comercio que posean; sin embargo, es una relación muy común que se ha podido encontrar.

Saber el por qué ellos prefieren esta independencia laboral conlleva a realizar un análisis de las dimensiones e indicadores anteriores, ya que la búsqueda por esta independencia laboral se encuentra sujeta a las prácticas trasfiguradas dentro de sus valores; a través de la observación directa y el diálogo con los comerciantes, se pudo deducir que ellos preferían tener independencia laboral ya que así pueden ser los únicos autorreguladores de sus ingresos más allá de aquellos entes fiscalizadores como SUNAT, la manera en la que estos pequeños comerciantes se expresan al respecto deja entrever que sigue existiendo esa visión individualista por querer desarrollarse de forma continua y progresiva sin pensar mucho en las consecuencias a futuro, y mucho menos en la prevalencia del negocio ya que como se mencionó en el marco teórico, es justamente esta experiencia de querer mantener un negocio continuo, lo que impide que puedan consolidar algo rentable y duradero a largo plazo, lo cual da como resultado que muchos de estos pequeños comerciantes que se categorizan dentro de las MYPES, tienden a poseer una mortalidad comercial relativamente temprana, lo cual, es una señal de la falta de trabajo con una mirada transversal para consolidarse a futuro; sin embargo, algunos de estos comerciantes también demostraron que esta independencia laboral se debe a su vez a la necesidad de mantener un negocio de carácter familiar. (Ver gráfico N°7).

**Gráfico 7:** Relación entre la independencia laboral y los negocios familiares.



**Fuente 15:** Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por la entrevista semiestructurada.

#### **4.3.3.1. Ingreso familiar mensual.**

En este apartado, se responde a la cuestión de como la búsqueda de los pequeños comerciantes del mercado modelo de Huánuco por la independencia laboral representada en los ingresos de las familias representan un aspecto determinante para el acceso o no al sistema formal. Esto se debe a que los pequeños comerciantes del mercado modelo de Huánuco por lo general poseen una familia, cuando mucho, nuclear y ligeramente estructurada, según las entrevistas realizadas la mayoría de los trabajadores autónomos que estaban ubicados en el mercado modelo de Huánuco (independientemente del sector en el que ese encontraban) se puede hallar que casi en su totalidad todos ellos poseen una familia de más de 3 miembros, por lo que se puede hacer una deducción de que gran parte de los ingresos generados a raíz de su trabajo está destinado a la manutención de los miembros de la familia.

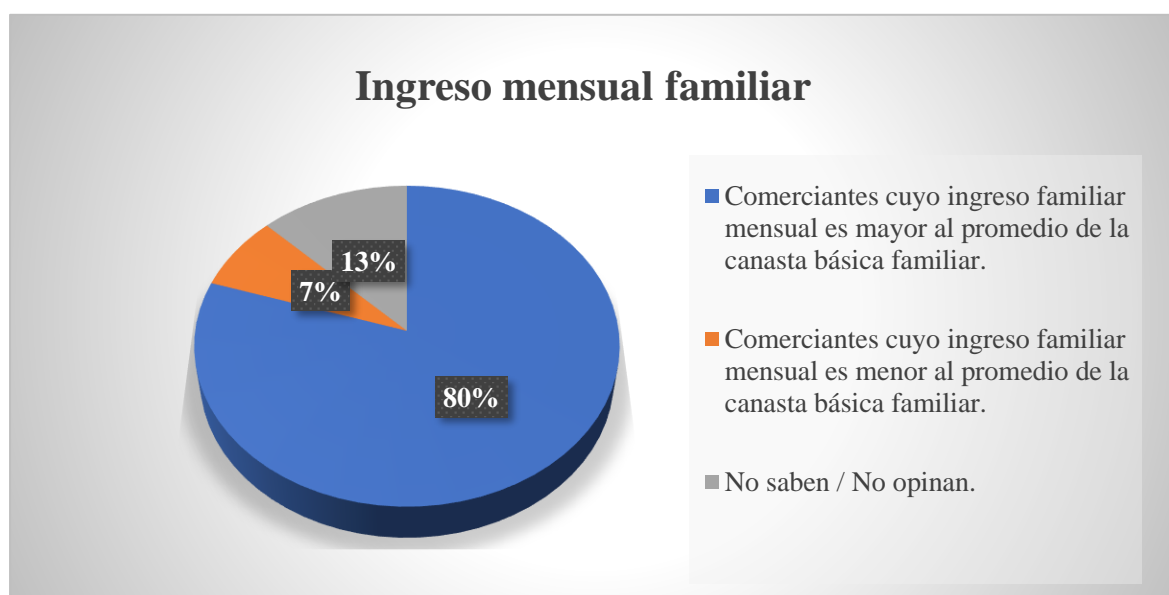
Ahora bien, después de lo mencionado, ¿cuál es la relación existente entre el ingreso familiar y el acceso al sistema formal? Pues la relación que se ha podido encontrar al respecto es que según los testimonios y declaraciones de los pequeños comerciantes, los ingresos (que son un tanto irregulares) económicos que tienen es superior al que podrían tener si es que se afiliaran a normativas formales donde se los limite al desarrollo de sus actividades bajo regímenes laborales estrictos como el de las ocho horas diarias de desempeño laboral, por tal motivo, muchos de estos comerciantes prefieren estar sujetos a un régimen flexible donde ellos pueden tener independencia laboral y con ello (bajo su perspectiva) ofrecer una mejor calidad de vida a los miembros de su familia.

Como era de esperar, al momento de realizar las entrevistas respecto a este apartado no se pudo tener una respuesta exacta de los ingresos mensuales de cada familia; sin embargo, se estima de que en cada familia la mayor parte de los ingresos corresponde a la persona que está desempeñando funciones en el sector laboral como vendría a ser el pequeño comerciante o pequeña comerciante, ya que en algunos sectores como el caso de la venta de ropa, cosmetología o venta de comidas, se encuentra gran presencia de mujeres.

Esto permite entrever que las familias de los pequeños comerciantes se sustentan a través de las actividades que estos últimos realizan, por lo que la dependencia a prácticas informales se asocia en la necesidad de trabajar para brindar un mejor aporte en materia económica a las familias, las cuales mantienen una bolsa familiar que, si bien supera el mínimo, tampoco sustenta un holgado ingreso económico a la bolsa familiar. No obstante, hubieron algunos pequeños comerciantes que manifestaban que su bolsa familiar,

les resulta cómoda en el trabajo que desarrollan, lo cual se debe a la heterogeneidad de las actividades comerciales que se desarrollan en el mercado modelo, ya que según sea la actividad, se puede percibir mayor o menor dinero del promedio, por lo que una vez más, la contextualización de casos, hace entrever que hay quienes aprovechan de una mejor manera sus condiciones de trabajo, por lo que hay una direccionalidad respecto a sus acciones con la finalidad de generar mayores ingresos. Como consiguiente, en vista de que los jefes y jefas de familia que poseen su puesto comercial, son el eje de su familia respecto al sustento económico, se puede determinar que la economía familiar se ve condicionada por su buen desarrollo laboral mensual, para así tener los ingresos necesarios para cubrir sus necesidades. (Véase gráfico N°8).

**Gráfico 8:** Comerciantes cuyas familias poseen un ingreso mayor/menor al promedio de la canasta básica familiar.



*Fuente 16:* Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por la entrevista semiestructurada.

#### 4.3.3.2. Ingreso total mensual de la actividad comercial independiente.

Este apartado es esencial para poder determinar el por qué los pequeños comerciantes, de forma independiente y ajena a las necesidades de su familia, se centran en conseguir cierto grado de acumulación de dinero, en base a la cantidad de horas que destinan al trabajo independiente, sin importar exactamente el rubro en el que se desempeñen (aunque claramente hay rubros que son diferentes entre sí) ya que el objetivo del trabajo varía entre cada uno, mas no el medio para lograrlo, que como ya se ha mencionado anteriormente, se centra en la búsqueda de una mejor calidad de vida, independencia laboral, estabilidad económica para sus familias, entre otros factores más.

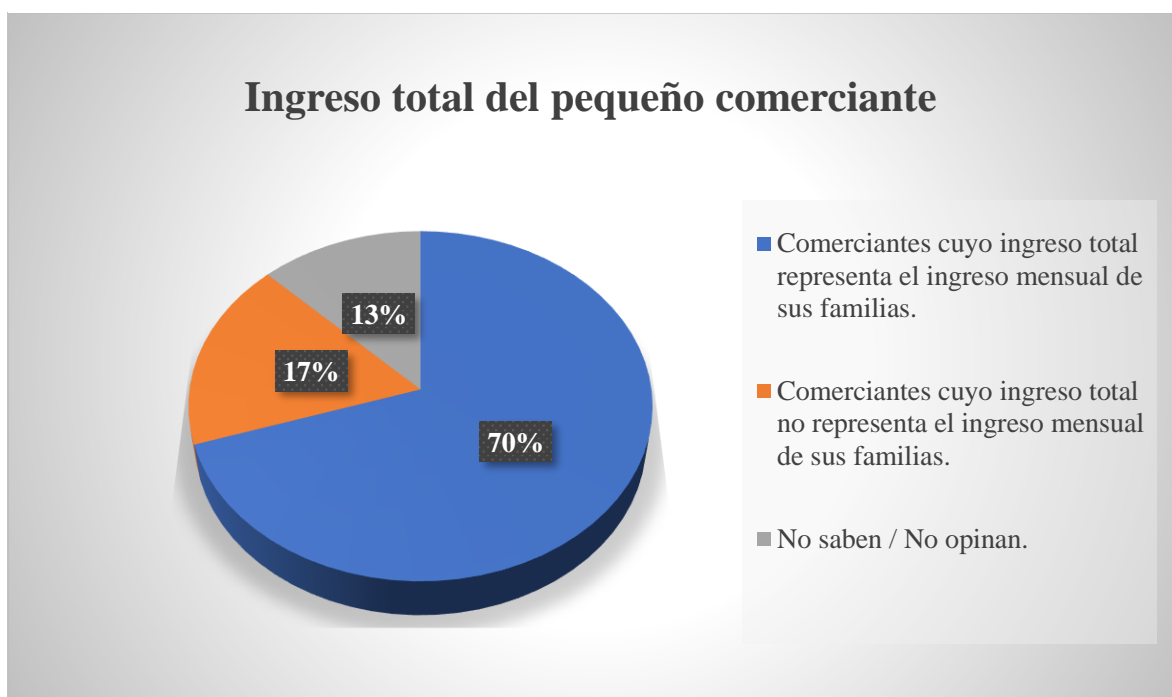
Las declaraciones de los pequeños comerciantes permiten ver que en una gran proporción, sus ingresos son mayores en este régimen flexible, que en el que se rige por parámetros formales; de tal manera, los pequeños comerciantes del mercado modelo prefieren su flexibilidad laboral asociada a un tiempo indeterminado con la finalidad de conseguir un mejor incremento de su capital económico, algo que sigue siendo asociado por su autodeterminación a conseguir una mejora en la calidad de vida a través de medios netamente económicos vinculados a su arduo trabajo, lo que se ve representado en las declaraciones brindadas, ya que en su gran mayoría, tanto mujeres como varones que son comerciantes del mercado modelo, sostienen que además de ser jefes o jefas de familia, los ingresos que ellos perciben son el sustento principal de sus familias, dando a entender que sus ingresos representan casi la totalidad de la canasta familiar que se usa durante el mes. (Véase gráfico N°9).

Los ingresos mensuales de los pequeños comerciantes fue un elemento que no se pudo conseguir con exactitud debido a que los pequeños comerciantes eran reservados en la mayoría de casos para decir un monto económico específico respecto al ingreso que generaban mensualmente; sin embargo, las estimaciones realizadas entre el indicador anterior y este apartado basados en el promedio de la canasta básica familiar mensual, han permitido demostrar que quienes poseen la responsabilidad social dentro de sus unidades familiares al momento de realizar algún aporte en materia económica son precisamente los que trabajan como pequeños comerciantes y se encuentran dentro de un rango medio entre la adultez temprana y la adultez tardía, ya que el ejercicio de labores a su vez, se encuentra condicionada ligeramente a ciertos parámetros como la edad, lo cual se justifica en la mortalidad de estos pequeños puestos comerciales configurados dentro del régimen MYPE que se analizó con anterioridad, ya que si bien son negocios muy activos, estos suponen una especie de salto para aquellos que buscan desarrollarse aún más y poseen aspiraciones/expectativas de crecimiento más altas.

Las declaraciones de estos pequeños comerciantes sobre sus ingresos totales permitieron esclarecer que su trabajo es eminentemente importante para los gastos familiares debido a que a pesar de ser un trabajo flexible, les conmina a que tengan que desempeñar esta labor de forma continua y casi sin descanso para prevalecer un ingreso medianamente fijo, por lo que su acceso al sistema formal se ve imposibilitado en la mayoría de los casos, ya que estos pequeños comerciantes se han dedicado a tener un sustento único que reproducen constantemente, desde su inserción al mercado modelo de

Huánuco, el cual ha sido un foco comercial que ha transfigurado sus valores y costumbres primarias hasta el punto que están se han convertido en nuevas costumbres asociadas al ritmo y trabajo urbano que ellos han desarrollado, formándose y consolidándose a través de prácticas que involucran factores socioculturales, los cuales ofrecen una alternativa a la comprensión del fenómeno de la informalidad, más allá de los cánones habituales que existen.

**Gráfico 9:** *Pequeños comerciantes cuyos ingresos independientes representan o no, la totalidad de los ingresos familiares mensuales.*



**Fuente 17:** *Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por la entrevista semiestructurada.*

## **CONCLUSIONES.**

Durante el desarrollo de la presente investigación sobre los límites y posibilidades de la formalidad en los pequeños comerciantes del mercado modelo de Huánuco, han surgido una serie de dudas (propias del carácter de la investigación), las cuales han sido contrastadas con los resultados obtenidos; de tal manera y según lo expresado, en este apartado se presentan las siguientes conclusiones:

**Primera conclusión:** Con la presente investigación se ha demostrado la existencia de una serie de factores socioculturales que permiten descubrir el grado de aceptación de la informalidad en la cultura popular de los pequeños comerciantes del mercado modelo de Huánuco; estos factores surgen a partir de los componentes socioculturales, interpersonales e intrapersonales propios del pensamiento e imaginario de quienes poseen una tradición migratoria hasta los nuevos valores transfigurados propios de aquellos que se adaptaron a un nuevo entorno social urbano.

**Segunda conclusión:** En la presente investigación se demostró que algunos factores socioeconómicos no tan afines a componentes y aspectos socioculturales, como vendría a ser el caso de los ingresos familiares e ingresos totales, permiten abordar los distintos planteamientos desarrollados en el presente trabajo de investigación; por esta razón el apoyo multidisciplinario de teorías o perspectivas tales como las socioeconómicas, sociopolíticas y sociojurídicas, resultan ser necesarias para precisar que factores socioculturales influyen en la aceptación de la informalidad dentro de la cultura popular de los pequeños comerciantes.

**Tercera conclusión:** Se demostró la existencia de ciertos valores transfigurados reproducidos por los pequeños comerciantes del mercado modelo de Huánuco que influyen constantemente en la aceptación o no de la formalidad, estos valores se manifiestan a través de la práctica laboral individualista, egoísta y desconsiderada que tienen los propios comerciantes dentro de su entorno laboral y que con el paso del tiempo han ido calando muy profundo dentro su configuración personal y han sido tomados como propios dentro de una cultura de lo informal donde prima la satisfacción personal.

**Cuarta conclusión:** La presente investigación demuestra que los valores primarios o cooperativos en los pequeños comerciantes del mercado modelo de Huánuco son más accesibles de identificar, esto se debe a que las personas entrevistadas tienen una mayor afinidad para responder a las cuestiones referentes a su origen, lo cual refuerza la premisa

de que los pequeños comerciantes con un pasado y trascendencia migratoria preservan sus memorias o recuerdos originarios con mucho aprecio y consideración; por ende, existe una distorsión en ellos para percibir los nuevos valores transfigurados que han obtenido.

**Quinta conclusión:** Se ha corroborado que las aspiraciones o expectativas influyen en el acceso a la formalidad, esto es corroborado a través de los alcances teóricos, las observaciones y recopilación de testimonios desarrollados en la presente investigación; estos alcances evidenciaron que la necesidad por lograr un objetivo impulsa a que los pequeños comerciantes sigan un objetivo a toda costa sin darle la importancia necesaria a las limitaciones que este presenta para su acceso al sistema formal laboral.

**Sexta conclusión:** Se ha demostrado que los pequeños comerciantes del mercado modelo de Huánuco persisten en su lucha diaria por conseguir “el sueño popular” a través del emprendimiento, lo que refuerza el postulado teórico de que este aspecto es propio de las características del peruano que se encuentra inmerso en una cultura criolla y popular, la cual se ha extendido hacia las poblaciones rurales que se han movilizad a las urbes más congestionadas por motivos laborales.

**Séptima conclusión:** En el presente trabajo de investigación se pudo demostrar que el fenómeno de la informalidad sí responde a los componentes y aspectos socioculturales que rodean a los pequeños comerciantes relacionados a la herencia colectiva que poseen, la cual contiene muchos años de trascendencia histórica y que se ha visto afectada por el choque cultural entre las dimensiones de lo rural y urbano, lo que ha producido una transformación en dicha herencia hasta tal punto de modificar la práctica laboral.

**Octava conclusión:** Se ha demostrado que el acervo cultural como medio de análisis para justificar, entender o comprender el fenómeno social de la informalidad, resulta ser un tanto difícil de abordar, pero muy vasto en cuanto al contenido informativo que posee y que además ofrece mayor posibilidad de entender a una persona y sus acciones; debido a ello, su importancia para definir el problema de la informalidad es necesario.

**Novena conclusión:** Se concluye que, desde que los pequeños comerciantes iniciaron sus labores en el mercado modelo de Huánuco, se han producido y/o transfigurado una serie de valores que los caracterizaban dentro de sus entornos y lugares de orígenes, por lo que el hecho de ingresar a un área laboral sumamente competitiva y poco regulada ha generado que las personas acondicionen sus valores y actitudes en base a lo que los rodea. De tal manera, según hayan cambiado, estén cambiando o vayan a cambiar estos valores, los



pequeños comerciantes generarán cierto rechazo a las manifestaciones regulatorias existentes para su incorporación al sistema formal.

**Décima conclusión:** Los valores culturales que definen el acceso de los pequeños comerciantes del mercado modelo de Huánuco, son utilizados también para explicar las limitaciones que se presentan en las posibilidades que ofrecen ciertos organismos e instituciones, los cuales buscan incluir a los pequeños comerciantes de las MYPES dentro de las áreas formales, ya que estas, al no poder entender y satisfacer los requerimientos primarios de las personas que se rigen por estos valores transfigurados, solo tienden a ser ignoradas o en mayor medida rechazadas.

**Décimo primera conclusión:** Se ha demostrado que dentro de los patrones socioculturales manifestados por los pequeños comerciantes, se evidencia la necesidad por cumplir metas y objetivos trazados a partir de prácticas individualistas, las cuales sumadas a la coerción social que ejerce el entorno urbano, social y laboral en el que desempeñan sus funciones, generan una obstinación por conseguir “algo determinado”, lo cual aborda aspectos como flexibilidad laboral, movilidad social, seguridad económica, libertades financieras, entre otros, que no hacen más que reafirmar su posición por evadir las normativas legales, y con ello, al sistema formal.

**Décimo segunda conclusión:** Se demuestra que, el ideal del peruano de a pie (en el que muchos de estos comerciantes se catalogarían), se encuentra regido por una mentalidad e idiosincrasia donde seguir las metas y propósitos que uno mismo se impone son exclusivamente y necesariamente todo lo que se necesita; por tanto, todo aquello que pueda privar de la libertad laboral a los pequeños comerciantes pertenecientes a las MYPES, solo es un limitante más, y por ello, no es conveniente acceder a un sistema formal donde uno es regulado bajo parámetros específicos; por tal motivo, la entrega a su trabajo los ha condicionado a ejercer prácticas informales.

**Décima tercera conclusión:** En esta investigación se demostró que existe una fuerte y determinante influencia de la familia de los pequeños comerciantes que laboran dentro del mercado modelo de Huánuco, los cuales influyen en la toma de decisiones respecto a su ingreso o no al sistema formal, ya que muchos de estos pequeños comerciantes son los responsables de solventar los gastos dentro de sus familias y por ello se ven en la necesidad de contribuir al gasto familiar recurriendo a las prácticas informales dentro de su entorno laboral a consecuencia de la presión social que existe.

## **RECOMENDACIONES.**

**Primera recomendación:** La mirada y análisis hacia el fenómeno de la informalidad debe ser abordada con detenimiento, medida y sumo cuidado ya que este fenómeno social no solo se encuentra en un contexto determinado como el abordado en esta investigación, sino que es una problemática adherida fuertemente a la morfología de diferentes sociedades y de quienes se han modificado sus valores y principios con la finalidad de optar por una “mejor opción”, sea de manera voluntaria o involuntaria; debido a ello, es necesario estudiar al sujeto social en el que el fenómeno toma forma dentro de la sociedad, ya que este conforma la parte esencial y uno de los puntos vitales desde el que muchas investigaciones deben empezar, ya que primero debemos conocer a la persona en la que el fenómeno se manifiesta, para así poder conocer luego como es que este se reproduce en su entorno social, para así determinar su implicancia y correlación con otros factores.

**Segunda recomendación:** Se debe abordar al fenómeno social de la informalidad libre de prejuicios y preconociones que condicionen nuestro juicio, para así entender que estamos frente a un fenómeno muy particular, donde conocer la historia y antecedentes deben ser prioritarios por sobre todas las cosas, para más adelante poder ejercer una perspectiva crítica sobre quienes conforman este sector de lo informal partiendo primero por la comprensión de este fenómeno, es por eso que se deben explorar las motivaciones o razones por las cuales los pequeños comerciantes del mercado modelo de Huánuco, llegan a adentrarse en este fenómeno, recordando que según lo ya mencionado en la presente investigación, ser un trabajador informal también significa ser libre, independiente, autónomo, lo que significa que dentro de todo existen respuestas (sean justificables o no) que surgen en necesidad de reafirmar el derecho que tienen las personas por trabajar y poder subsistir a costa de su trabajo.

**Tercera recomendación:** Los factores socioculturales se vinculan con otros factores ya conocidos (económicos, políticos y jurídicos); por tal motivo, la recomendación es que algunos factores multidisciplinarios que expliquen el fenómeno de la informalidad deben ser tomados en consideración (mas no como determinantes) para el estudio de la informalidad, ya que permitirán esclarecer y darle mayor profundidad al análisis de este fenómeno en materia sociológica.

**Cuarta recomendación:** Se recomienda realizar un análisis de los valores universales bajo la perspectiva cultural si es que se quiere investigar esta dimensión dentro de un fenómeno tan complejo como lo es la informalidad, caso contrario será sensato encontrarse con

ciertas incongruencias basadas en subjetivismos propios de cada individuo, por lo que también se deben delimitar los espacios donde estos se encuentran y sean evaluados, ya que dichos espacios son una demarcación en los que se pueden controlar la reproducción de valores en sintonía con los individuos que desarrollan actividades diarias dentro de los sub espacios que ahí se desarrollan.

**Quinta recomendación:** Se recomienda tener cierto cuidado a la hora de entrevistar y acercarse a los sujetos sociales que pertenecen a la muestra poblacional a la hora de evaluar aspectos socioculturales referidos a la informalidad, ya que al abordar aspectos personales como sus motivaciones, expectativas, objetivos, metas y proyecciones de vida a futuro, es probable que se pueda llegar a incomodar a los entrevistados, lo cual creará una distorsión en la fiabilidad de la data que se está obteniendo, la cual a pesar de que pueda ser perfilada con otro tipo de datos (cuantitativos o mixtos), no permitirá que la investigación goce de detalles más precisos debido a la poca exactitud de la información obtenida, lo cual condiciona a su vez, la importancia de la misma dentro del área en la que se realice el análisis del fenómeno de la informalidad.

**Sexta recomendación:** Para lograr insertar a los pequeños comerciantes del mercado modelo de Huánuco que poseen prácticas informales respecto a su trabajo, las instancias e instituciones encargadas de regular los aspectos laborales dentro del distrito en conjunto con la Municipalidad Provincial de Huánuco, deben realizar una reubicación de los puestos comerciales hacia espacios que propicien la libre circulación y reducción de la presión laboral a la que los pequeños comerciantes se ven expuestos normalmente, siempre y cuando, haya una concertación entre los intereses de la parte pública y privada, ya que la afiliación a un espacio formal que resguarde sus intereses, permitiría un mejor desarrollo comercial-urbano.

**Séptima recomendación:** Para evitar que los pequeños comerciantes realicen determinadas prácticas informales como ofrecer espacios alrededor de sus puestos de trabajo a otro tipo de vendedores como serían los ambulantes, lo cual atenta contra el bienestar y la salud pública al saturar los espacios de circulación, se debería incentivar a los representantes legales de la Asociación de Comerciantes del Mercado Modelo de Huánuco a plantear normativas que regulen el libre tránsito, como vendrían a ser las supervisiones diarias en conjunto con los agentes de serenazgo que la Municipalidad de Huánuco puede ofrecer bajo un acuerdo recíproco de concertación, donde el ente público regule e incentive las prácticas formales, para que así los pequeños comerciantes logren

desarrollar sus actividades comerciales con una mayor seguridad, tanto para ellos como para los consumidores.

**Octava recomendación:** Se debería plantear un plan estratégico para la activación económica formal, a través de incentivos socioeconómicos para una mejor inserción laboral como sería la realización de ferias productivas con aquellos pequeños comerciantes que cumplen y acatan las normas laborales. Se buscará la participación de los pequeños comerciantes resaltando el hecho de que estas ferias productivas permitirán abrir nuevos espacios para el pequeño comerciante, dando a conocer los productos y servicios que su negocio ofrece, facilitándoles de alguna forma el camino hacia el emprendimiento formal que resultaría más adecuado.

**Novena recomendación:** Teniendo en cuenta que uno de los motivos fundamentales para no acceder al sistema formal por parte de los pequeños comerciantes del mercado modelo de Huánuco (y de casi todos aquellos que conforman las Mypes en nuestra sociedad) es la búsqueda por la independencia laboral; se recomienda que las entidades, organismos e instituciones encargadas de los aspectos laborales de los ya mencionados, reformulen sus programas y proyectos de formalización teniendo en cuenta la trayectoria de vida y el espectro sociocultural que estos poseen. De esa manera, se podrán concretar medidas más reales y conscientes respecto a sus necesidades, y no sólo medidas que aborden estrategias rígidas que desconocen la trascendencia social y factores socioculturales que estas personas poseen.

**Décima recomendación:** La presente investigación demostró que el entorno urbano genera una reacción a nivel social en el individuo que desarrolla actividades dentro de las áreas urbanas más aglomeradas; por ello, se debe realizar un ordenamiento urbano en todo el sector que conforma el mercado modelo de Huánuco, donde los diversos actores estratégicos pertinentes desarrollen un plan estratégico de intervención urbana, con la finalidad de que los pequeños comerciantes no se vean atrapados en un área donde la competencia laboral es sumamente heterogénea, irregular, desleal e informal. Todo ello, partirá del análisis general del ambiente social que se tiene, el espectro sociocultural que se tiene, aspiraciones, entre otros factores que permitan tener mayor precisión de quienes ocupan los espacios y que necesidades poseen para lograr un desarrollo integral en diferentes niveles, dando como resultado, acciones efectivas y eficaces ante una “problemática” latente.

## BIBLIOGRAFÍA.

- Acevedo, Christian. «El comercio informal en el centro de Barranquilla: una aproximación desde el paradigma.» *Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal*, Enero 2017: 187 - 214.
- Adams, Norma, y Néstor Valdivia. *Los otros empresarios - Ética de migrantes y formación de empresas en Lima*. Lima: IEP Ediciones, 1991.
- —. *Los otros empresarios, ética de migrantes y formación de empresas en Lima*. Lima: IEP ediciones, 1991.
- —. *Los otros empresarios, ética de migrantes y formación de empresas en Lima*. Lima: IEP Ediciones, 1994.
- Adams, Norma, y Valdivia Néstor. *Los otros empresarios, ética de migrantes y formación de empresas en Lima*. Lima: IEP Ediciones, 1994.
- Aliaga Lobaton, Fabiola Carolina. Tesis: "Renovación arquitectónica del mercado municipal del distrito de Huánuco para mejorar las condiciones sanitarias de los productos que comercializa, periodo 2017". Huánuco: Universidad de Huánuco, 2018.
- Alva, Edgar. «La desaparición de las microempresas en el Perú. Una aproximación a los factores que predisponen a su mortalidad. Caso del Cercado de Lima.» *Economía y Desarrollo*, n° 2 (2017): 76 - 90.
- Amarante, Verónica, y Rodrigo Arim. *Desigualdad e informalidad, un análisis de cinco experiencias latinoamericanas*. 133 vols. Santiago de Chile: Comisión Económica para América Latina (CEPAL), 2015.
- Atencio Ramírez, Maxula, Edith Luz Gouveia, y Joan M. Lozada. «El trabajo de campo estrategia metodológica.» *Omnia* (Universidad del Zulia) 17, n° 3 (septiembre - diciembre 2011): 9 - 22.
- Brigitte, Lamy. «Sociología urbana o sociología de lo urbano.» *Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal*, Enero 2006: 211 - 225.
- Castellares, Renzo, y Willy Alanya. «Determinantes de la migración interna en el Perú, 2012 -2017.» *Moneda*, Marzo 2019: 22 - 26.

- Castiblanco Moreno, Suelen Emilia. «Emprendimiento informal y género: una caracterización de los vendedores ambulantes en Bogotá.» *Sociedad y Economía*, n° 34 (Enero 2017): 211 - 218.
- Díaz de Rada Iguzquiza, Jesus Vidal. «Tipos de encuestas.» En *El análisis de la realidad social: métodos y técnicas de investigación*, de Manuel García Ferrando, Francisco Ricardo Alvira Martín, Luis Enrique Alonso Benito y Rafael Modesto Escobar Mercado, 363 - 389. Madrid: Alianza Editorial, 2016.
- Donato Mongue, Elisa. *Sector informal, pobreza y política social : los programas de apoyo a la microempresa de San José*. San José: Editorial UCR, 2003.
- Durand, Francisco. *El Perú Fracturado: formalidad, informalidad y economía delictiva*. Lima: Fondo Editorial del Congreso del Perú, 2007.
- Emprende hoy. *RPP Noticias*. 12 de Marzo de 2018. <https://rpp.pe/campanas/contenido-patrocinado/como-es-el-emprendedor-peruano-noticia-1109942> (último acceso: 11 de Octubre de 2019).
- Giddens, Anthony. *Sociología*. Traducido por Jesús Cuellar Menezo. Madrid: Alianza Editorial, 2001.
- Hernández Sampieri, Roberto, Carlos Fernández Collado, y Pilar Baptista Lucio. *Metodología de la investigación*. Ciudad de México: McGrawHillEducation, 2014.
- Iñiguez, Lupicinio. «Identidad: de lo personal a lo social, un recorrido.» *La constitución social de la subjetividad*, 2001: 209 - 225.
- Jaramillo, Miguel, y Sandro Parodi. *Jóvenes emprendedores*. Lima: Instituto APOYO, 2003.
- —. *Jóvenes Emprendedores*. Lima: Instituto Apoyo, 2003.
- La Porta, Rafael, y Andrei Shleifer. «Informality and Development.» *Journal of Economic Perspectives*, 2014: 109 - 126.
- Lahura, Erick, y Dafne Murillo. «¿Menos impuestos menos informalidad? Evidencia reciente para el Perú.» *Moneda*, 2019: 33 - 40.

- Lazo, Verónica. *Diario Correo*. 27 de Febrero de 2015. <https://diariocorreo.pe/peru/huanuco-tiene-un-70-de-informalidad-laboral-568190/> (último acceso: 11 de Setiembre de 2019).
- López, Riso, y Ana Esmeralda. «Redalyc.» *Redalyc*. 12 de Octubre de 2006. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=30517306018> (último acceso: 10 de Setiembre de 2019).
- Malengreau, Jacques . «Migraciones entre lo local y lo regional en los Andes peruanos: redes rural-urbanas, fragmentaciones espaciales y recomposiciones identitarias.» *Bulletin de l'Institut français* (Open Edition Journals), Diciembre 2007: 427 - 445.
- Malengreau, Jacques. «Migraciones entre lo local y lo regional en los Andes peruanos: redes rural-urbanas, fragmentaciones espaciales y recomposiciones identitarias.» *Open Edition Journals*, Diciembre 2007: 427 - 445.
- Manky, Omar. *La lucha por nominar: la narrativa andina en el Perú contemporáneo*. Tesis de licenciatura, Lima: Facultad de Ciencias Sociales de la Pontificia Universidad Católica del Perú, 2007.
- Martínez Carazo, Piedad Cristina. «El método de estudio de caso, estrategia metodológica de la investigación científica.» *Pensamiento & Gestión*, nº 20 (2006): 165 - 193.
- Matos Mar, José. *Las migraciones campesinas y el proceso de urbanización en el Perú*. Mixto, Lima: UNESCO, 1990.
- Mercado Ocampo, Ernesto, Angélica Fajardo de la Cruz, Bryan Ampuero Lujan, Marisol Sota Janampa, y Rosa Blas Alcántara. *Producción y empleo informal en el Perú, Cuenta satélite de la economía informal 2007 - 2016*. Lima: Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2017.
- Moran Salazar, Daniel Demetrio. *La informalidad en el proceso de las micro y pequeñas empresas textiles y de confecciones de Gamarra frente a la normatividad jurídica vigente*. Lima: Universidad Nacional Mayor de San Marcos, 2003.

- Muñoz Gaviria, Diego Alejandro, y Sara Victoria Alvarado Salgado. «La integralidad como ultidimensionalidad: Una acercamiento desde la teoría crítica.» *Hologramática*, n° 11 (2009): 103 - 116.
- Nadal, Alejandro. *El concepto de mercado*. Ciudad de México: Instituto de Investigaciones Sociales, 2010.
- OIT. *Organización Internacional del Trabajo*. 12 de 10 de 2009. [https://www.ilo.org/global/about-the-ilo/newsroom/news/WCMS\\_115085/lang--es/index.htm](https://www.ilo.org/global/about-the-ilo/newsroom/news/WCMS_115085/lang--es/index.htm) (último acceso: 19 de 09 de 2019).
- OIT. Oficina Regional para América Latina y el Caribe. *Organización Internacional del Trabajo*. 2014. <http://www.oitinterfor.org/node/7039> (último acceso: 03 de Setiembre de 2019).
- Organización Internacional del Trabajo. *Políticas para la formalización de las micro y pequeñas empresas en América Latina, experiencias, avances y desafíos*. Editado por Linda Deelen. Santiago de Chile: Oficina Internacional del Trabajo, 2016.
- Otzen, Tamara, y Carlos Manterola. «Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio.» *International Journal of Morphology I*, n° 35 (2017): 227 - 232.
- Pagés, Carmen. *Formalidad laboral en Perú: Situación actual y propuestas*. Lima, 27 de Septiembre de 2016.
- Pastor Vargas, Cynthia. *Sector Informal y Políticas Públicas en América Latina*. Científico/Académico, Santiago de Chile: Konrad Adenauer Stiftung, 2010.
- Pereira, Gustavo. «Preferencias adaptativas: un desafío para el diseño de las políticas sociales.» *Revista de filosofía moral y política*, n° 36 (Enero - Junio 2007): 143 - 165.
- Perez Herrera, Marcial Guillermo. *Balance de Avances en el Comercio Informal y Propuesta para la Mesa Técnica*. Documento de Trabajo, Lima: Biblioteca de la Fundación Friedrich Ebert, 2018.
- Perry, Guillermo, William Maloney, Omar Arias, Pablo Fajnzylber, Andrew Mason, y Jaime Saavedra-Chanduvi. *Informalidad: Escape y exclusión*. Informe Ejecutivo, Washington, D.C.: Banco Mundial, 2007.



- Quiroz Velasco, María Teresa. «Gonzalo Portocarrero: Freud y las mentalidades populares en el Perú.» *Revistas Ulima*, 1992: 125 - 130.
- Ramirez López, Berenice. «El binomio formalidad/informalidad en el mercado de trabajo mexicano.» *Equidad y Desarrollo*, nº 33 (2019): 89 - 103.
- Redacción Gestion. «Gestión.» *Gestión*. 25 de Noviembre de 2013. <https://gestion.pe/economia/bcp-reto-importante-finanzas-peru-entender-sector-informal-53569-noticia/> (último acceso: 03 de Setiembre de 2019).
- Robles Mendoza, Román. «La cultura popular en el Perú y el premio "José María Arguedas".» *Investigaciones Sociales*, 1998: 217 - 234.
- Rostworowski, María. *Incas - Enciclopedia Temática del Perú*. Lina: Editorial El Comercio, 2004.
- SUNAT. *SUNAT*. 15 de 10 de 2017. <http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/comprobantes-de-pago-empresas/preguntas-frecuentes-comprobante-de-pago-empresas> (último acceso: 2020 de 06 de 03).
- Tello, Mario. *¿Es la informalidad laboral una decisión voluntaria en el Perú?* Lima, 10 de Noviembre de 2015.
- Tokman, Víctor. *Informalidad, inseguridad y cohesión social en América Latina*. Santiago de Chile: Fondo Editorial de las Naciones Unidas, 2007.
- Vargas Cordero, Zoila Rosa. «La investigación aplicada: Una forma de conocer las realidades con evidencia científica.» *Revista Educación*, 2009: 155 - 165.
- Williams, Raymond. *Sociología de la Cultura*. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica , 1981.
- Yamada Fukusaki, Gustavo. *Autoempleo e informalidad: Teoría y evidencia empírica de Lima Metropolitana 1985-1986 y 1990*. Lima: Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico, 1994.

**ANEXOS.**

ASPECTOS A OBSERVAR	SÍ	NO	TAL VEZ	OBSERVACIÓN
El estado de conservación de la infraestructura del mercado modelo de Huánuco es adecuada para desarrollar prácticas comerciales adecuadas.				
Los pequeños comerciantes del mercado modelo demuestran conductas asociadas con las áreas rurales tales como cooperatividad, compañerismo, comunión, reciprocidad, entre otros.				
El tráfico de personas que circulan en el mercado modelo de Huánuco y sus inmediaciones es bastante alta.				
Los horarios de apertura y cierre del mercado modelo de Huánuco están bien definidos.				
La comunicación entre los pequeños comerciantes es asertiva y demuestra cordialidad entre sí.				
Los diferentes sectores de ventas y servicios están bien distribuidos en el mercado modelo de Huánuco.				
Los puestos comerciales en el mercado modelo de Huánuco están debidamente focalizados.				
Los puestos comerciales del mercado modelo de Huánuco tienen una estética simétrica y ordenada.				
Los comerciantes del mercado modelo de Huánuco demuestran seguir normas o reglamentos específicos.				
Las actividades de los pequeños comerciantes mantienen cierto orden.				
Existe un clima laboral bueno y saludable entre los pequeños comerciantes del mercado modelo de Huánuco.				
Se han presenciado prácticas informales en el accionar de los pequeños comerciantes del mercado modelo de Huánuco.				

## **Guía de entrevista a los pequeños comerciantes del mercado modelo de Huánuco.**

### **1) Datos generales:**

- a) ¿Cuál es su nombre?
- b) ¿Me podría decir su edad?
- c) ¿De qué lugar proviene?
- d) ¿Cuál es su grado de estudios?
- e) ¿Cuál es su ocupación principal en estos momentos?

### **2) Intervención directa a los comerciantes que proceden de distritos diferentes a Huánuco:**

- a) Primero me gustaría saber, ¿en qué año llegó a vivir a Huánuco y con quiénes vivía al momento de su llegada?
- b) ¿En ese momento a qué se dedicaba y por qué decidió venir a Huánuco?
- c) ¿Me podría describir como fue su proceso de adaptación en Huánuco? ¿Fue sencillo o hubo problemas?
- d) ¿Qué fue necesario para decidirse por su ocupación actual?
- e) ¿Qué aspiraciones y expectativas tenía para ocupar un puesto comercial en esta zona urbana de Huánuco?
- f) ¿El tener una mejor posición social o status es motivo para seguir trabajando de la manera en que lo han venido haciendo?

### **3) Aspectos laborales:**

- a) ¿Podría contarme qué sucedió durante sus primeros días como comerciante en el mercado modelo de Huánuco?
- b) ¿Cómo describiría su relación laboral con algunos de sus compañeros en el mercado modelo de Huánuco? ¿Considera que ha habido algún problema con algunos de ellos?
- c) ¿Podría contarme cuál es el promedio de horas que labora y cómo se desarrollan?
- d) ¿Qué beneficios positivos encuentra con su empleo e independencia laboral?
- e) Durante este periodo, ¿qué complicaciones se han presentado en el negocio que ha formado?
- f) ¿Cuál es su situación económica actual a diferencia de antes?
- g) Y en relación con el hogar en el que se crio ¿su situación económica ha mejorado, ha empeorado o se ha mantenido igual? ¿Cómo así?

### **5) Percepciones sobre el lugar en el que trabaja:**

- a) ¿Considera que el mercado modelo posee una estructura adecuada para desempeñar sus labores?
- b) Respecto a los puestos laborales, ¿considera que estos están distribuidos adecuadamente según los rubros?
- c) ¿Cree que la fuerte circulación de personas en el mercado limita el desarrollo de labores?

MATRIZ DE CONSISTENCIA.

**Tema:** Límites y posibilidades de la formalidad en pequeños comerciantes: estudio del caso del mercado modelo de Huánuco

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Metodología		
				Método	Técnica	Muestra
<p><b><u>Problema general:</u></b></p> <p>¿Cuáles son los factores que permiten la aceptación de la informalidad en la cultura popular de los pequeños comerciantes del mercado modelo de Huánuco?</p>	<p><b><u>Objetivo general:</u></b></p> <p>Investigar la existencia de factores que permiten la aceptación de la informalidad en la cultura popular de los pequeños comerciantes del mercado modelo de Huánuco.</p>	<p><b><u>Hipótesis general:</u></b></p> <p>La informalidad es un fenómeno que responde a factores socioculturales tales como las aspiraciones, expectativas y valores culturales que poseen los pequeños comerciantes informales, los cuales determinan el ingreso o no, al sistema formal.</p>	<p>La presente investigación al ser de tipo correlacional, presenta tres variables, estas son:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Los valores culturales que reproducen los pequeños comerciantes.</li> </ul>	<p><b><u>El tipo de investigación:</u></b></p> <p><b>Según el propósito:</b></p> <p>El presente trabajo es una investigación básica.</p> <p><b>Según la clase de medios utilizados para obtener datos:</b></p> <p>El presente trabajo es documental, debido a los recursos que se han utilizado en la</p>	<p>a) <b><u>Técnica de recolección de datos:</u></b></p> <p><b>Observación:</b></p> <p>Observación Directa no participante.</p> <p><b>Instrumento:</b></p> <p>La guía de observación</p> <p><b>Entrevista:</b></p> <p>Usada para describir el objeto que está siendo materia de investigación.</p>	<p>Para la selección de casos se ha planteado realizar una muestra probabilística estratificada, incluyendo las estimaciones del dirigente (Antonio Talenas) de la asociación existente en el mercado modelo de Huánuco, quien estima un padrón de 1180 comerciantes.</p> <p>En la presente investigación se ha propuesto realizar una muestra probabilística estratificada.</p>

<p><b><u>Problemas específicos:</u></b></p> <p>a) ¿Qué tipo de valores culturales reproducen los pequeños comerciantes del mercado modelo de Huánuco que influyen en su aceptación o no de la formalidad?</p> <p>b) ¿Cuáles son las aspiraciones o expectativas de los pequeños comerciantes del mercado modelo de Huánuco para acceder o no a la formalidad?</p>	<p><b><u>Objetivos específicos:</u></b></p> <p>a) Identificar los valores culturales reproducidos por los pequeños comerciantes del mercado modelo e Huánuco que influyen en la aceptación o no de la formalidad.</p> <p>b) Evidenciar que las aspiraciones o expectativas de los pequeños comerciantes del mercado modelo de Huánuco influyen en su acceso o no a la formalidad.</p>	<p><b><u>Hipótesis específicas:</u></b></p> <p>a) Los valores culturales pertenecientes a los pequeños comerciantes informales del mercado modelo de Huánuco influyen en la aceptación o no de la formalidad.</p> <p>b) Las aspiraciones o expectativas que poseen los pequeños comerciantes del mercado modelo de Huánuco influyen en su acceso o no a la formalidad.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Las aspiraciones o expectativas que poseen los pequeños comerciantes.</li> <li>• Acceso al sistema formal.</li> </ul>	<p>para fundamentarlo.</p> <p>La presente investigación desarrolló el trabajo de campo.</p> <p><b>Según el nivel de conocimientos que se adquiere:</b></p> <p>La investigación es descriptiva.</p> <p><b>Según las conceptualizaciones básicas:</b></p> <p>La presente investigación es cualitativa.</p>	<p><b>Instrumento:</b></p> <p>La guía de entrevista</p> <p><b>b) <u>Técnicas de procesamiento de datos:</u></b></p> <p><b>Crítica:</b></p> <p>Consistió en verificar y contrastar la información obtenida para así determinar su fiabilidad.</p> <p><b>Discriminación de datos:</b></p> <p>Consistió en separar los datos confiables y los datos que no lo son, según la utilidad para la investigación.</p>	<p>Los criterios de esta muestra son: El criterio de asignación proporcional y asignación óptima.</p> <p>La selección de este tipo de muestra basada en el criterio de asignación óptima permite tener un criterio concreto respecto al muestreo a realizar a partir de la muestra inicial y ajustada, adecuando el valor mínimo de los entrevistados a 80 para obtener una viabilidad respecto al número requerido.</p> <p>En el caso de que se quisiera cuantificar la presente investigación, la muestra estará determinada de la siguiente forma:</p>
---	---	--	--	--	--	---

				<p><b>Diseño y contrastación de hipótesis:</b></p> <p>La Abstracción científica se realizó utilizando el “método lógico inductivo”, ya que se partió de casos particulares para conseguir conocimientos generales.</p> <p>Dentro del método Lógico Inductivo se usó la “inducción incompleta”, dentro de la misma, se usó: “el método de inducción por simple enumeración o conclusión probable”</p>	<p><b>Tabulación de datos:</b></p> <p>Consistió en asignarle un código referencial a cada dato, para tenerlos en cuenta durante la investigación.</p> <p><b>c) Procedimiento:</b></p> <p><b>Trabajo de campo:</b></p> <p>Primero, se llevó a cabo un reconocimiento del área de intervención; para así determinar los espacios, momentos e intervalos de tiempo adecuados para las entrevistas.</p>	<p><b>a) Muestra inicial:</b></p> <p>N = Población.  n = Muestra esperada  <math>z^2</math> = Límite de confianza para generar resultados.  p = Probabilidad de que ocurra el evento estudiado  q = Probabilidad de que no ocurra el evento estudiado  e = Error de estimación máximo aceptado</p> $n = \frac{z^2 \times p \times q \times N}{e^2 (N - 1) + z^2 \times p \times q}$ $n = \frac{1.96 \times 0.5 \times 0.5 \times 1180}{0.05^2 (1180 - 1) + 1.96 \times 0.5 \times 0.5}$ $n = \frac{1138.2}{578.2}$ $n = \frac{0.0025 (1179) + 1.96 \times 0.5 \times 0.5}{578.2}$ $n = \frac{2.9475 + 1.96 \times 0.25}{578.2}$ $n = \frac{2.9475 + 0.49}{578.2}$ $n = \frac{3.4375}{578.2}$ $n = 168.20363636$ $n = 168$
--	--	--	--	--	---	---

				<p>- La Hipótesis de investigación es de tipo: correlativa.</p>	<p>Segundo, la intervención hacia la población muestral se llevó a cabo de forma aleatoria pero ordenada; para así categorizar eficientemente los datos obtenidos.</p> <p>Tercero, esta etapa comprendió la aplicación de la guía de observación y la guía de entrevista.</p> <p><b>d) Trabajo de gabinete:</b></p> <p>Los resultados de la observación y la entrevista fueron levantados para así redactar las conclusiones, reflexiones y recomendaciones.</p>	<p><b>b) Muestra ajustada:</b></p> <p>N = Población total  no = Muestra final  n = Muestra inicial</p> $no = \frac{n}{1 + \frac{n-1}{N}}$ $no = \frac{168}{1 + \frac{167}{1180}}$ $no = \frac{168}{1 + 0.1415254237}$ $no = \frac{1.1415254237}{147.1714922086}$ $no = 147$
--	--	--	--	---	--	---



## ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En la ciudad de Huánuco, distrito de Pillco Marca del lunes 13 de marzo de 2023, a horas 09.00 a.m., en cumplimiento al Reglamento de Grados y Títulos, se reunieron de manera presencial, los miembros integrantes del Jurado examinador de la Sustentación de Tesis denominada "LÍMITES Y POSIBILIDADES DE LA FORMALIDAD EN PEQUEÑOS COMERCIANTES: ESTUDIO DEL CASO DEL MERCADO MODELO DE HUÁNUCO", presentado por el bachiller en Sociología Franz Albert Emanuel DIONICIO VERAMENDI, aprobado con Resolución N° 033-2023-UNHEVAL-FCS-D de fecha 17 de febrero de 2023, procediendo a dar inicio el acto de sustentación para obtener el TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO en SOCIOLOGÍA, siendo los Miembros del Jurado Calificador los siguientes docentes:

Dr. Mario Salomon AGUILAR PARI	PRESIDENTE
Dra. Libba Hipólita QUIROZ LAGUNA	SECRETARIO
Mg. Glizet Teresa DOMINGUEZ MONTALVO	VOCAL
Dr. Melchor Guillermo VICENTE MALLQUI	ACCESITARIO

Que, con Resolución N° 158-2022-UNHEVAL-FCS-D de fecha 06 de octubre de 2021, se nombró asesor de tesis al Dr. Pedro Pablo Saquicoray Avila del bachiller en Sociología Franz Albert Emanuel DIONICIO VERAMENDI.

El acto de sustentación se dio inicio a las 09.00 a.m. del día 13 de marzo del dos mil veintitrés. Este proceso se da en base al Reglamento de Grados y Títulos, vigente para la Universidad Nacional Hermilio Valdizan.

Se concluyó dicho proceso y en base al Reglamento de Grados y Títulos, del Bachiller en Sociología Franz Albert Emanuel DIONICIO VERAMENDI, obtuvo el siguiente calificativo:

APROBADO (S) CON EL CALIFICATIVO:

18 (dieciocho)

DESAPROBADO (S) CON EL CALIFICATIVO: \_\_\_\_\_

El Bachiller en Sociología Franz Albert Emanuel DIONICIO VERAMENDI, obtuvo el resultado cualitativo siguiente:

Muy bueno

Se dio por concluido el acto de sustentación a horas: 10:20 a.m. en fe de lo cual firmamos.

  
\_\_\_\_\_  
PRESIDENTE

  
\_\_\_\_\_  
SECRETARIO (A)

  
\_\_\_\_\_  
VOCAL





UNIVERSIDAD NACIONAL "HERMILIO VALDIZAN" - HUÁNUCO  
UNIDAD DE INVESTIGACIÓN  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

"Año de la unidad, la paz y el desarrollo"



CONSTANCIA N° 014-2023-UNHEVAL-FCS-UI

## CONSTANCIA DE CONTROL DE TURNITING

### LA DIRECCIÓN DE LA UNIDAD DE INVESTIGACIÓN.

Hace constar que la tesis denominada: "LÍMITES Y POSIBILIDADES DE LA FORMALIDAD EN PEQUEÑOS COMERCIANTES: ESTUDIO DEL CASO DEL MERCADO MODELO DE HUÁNUCO", presentado por el bachiller: FRANZ ALBERT EMANUEL DIONICIO VERAMENDI de la Escuela Profesional de Sociología de la Facultad de Ciencias Sociales, ha pasado el control Turnitin con un resultado de 10 % de similitud, el mismo que es inferior al límite de 35%, aprobado por la UNHEVAL en el último Reglamento de Grados y Títulos; aprobado con Resolución del Consejo Universitario N° 3412-2022-UNHEVAL, el 24 de octubre del 2022, por lo que se declara APTA.

Cayhuayna, 06 de marzo de 2023

Dr. Melchor Guillermo Vicente Mallqui  
Director de la Unidad de Investigación  
Facultad de Ciencias Sociales

## AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DIGITAL Y DECLARACIÓN JURADA DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR UN GRADO ACADÉMICO O TÍTULO PROFESIONAL

**1. Autorización de Publicación:** (Marque con una "X")

Pregrado	X	Segunda Especialidad		Posgrado:	Maestría		Doctorado	
Pregrado (tal y como está registrado en SUNEDU)								
Facultad	CIENCIAS SOCIALES							
Escuela Profesional	SOCIOLOGÍA							
Carrera Profesional	SOCIOLOGÍA							
Grado que otorga	-----							
Título que otorga	LICENCIADO EN SOCIOLOGÍA							
Segunda especialidad (tal y como está registrado en SUNEDU)								
Facultad	-----							
Nombre del programa	-----							
Título que Otorga	-----							
Posgrado (tal y como está registrado en SUNEDU)								
Nombre del Programa de estudio	-----							
Grado que otorga	-----							

**2. Datos del Autor(es):** (Ingrese todos los datos requeridos completos)

Apellidos y Nombres:	Dionicio Veramendi Franz Albert Emanuel							
Tipo de Documento:	DNI	<input checked="" type="checkbox"/>	Pasaporte	<input type="checkbox"/>	C.E.	<input type="checkbox"/>	Nro. de Celular:	989920570
Nro. de Documento:	72203023				Correo Electrónico: jhuenvid15121998 @gmail.com			

Apellidos y Nombres:								
Tipo de Documento:	DNI	<input type="checkbox"/>	Pasaporte	<input type="checkbox"/>	C.E.	<input type="checkbox"/>	Nro. de Celular:	
Nro. de Documento:					Correo Electrónico:			

Apellidos y Nombres:								
Tipo de Documento:	DNI	<input type="checkbox"/>	Pasaporte	<input type="checkbox"/>	C.E.	<input type="checkbox"/>	Nro. de Celular:	
Nro. de Documento:					Correo Electrónico:			

**3. Datos del Asesor:** (Ingrese todos los datos requeridos completos según DNI, no es necesario indicar el Grado Académico del Asesor)

¿El Trabajo de Investigación cuenta con un Asesor?: (marque con una "X" en el recuadro del costado, según corresponda)							SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO
Apellidos y Nombres:	Saquicoray Avila Pedro Pablo				ORCID ID:	https://orcid.org/ 0000-000187004001			
Tipo de Documento:	DNI	<input checked="" type="checkbox"/>	Pasaporte	<input type="checkbox"/>	C.E.	<input type="checkbox"/>	Nro. de documento:	19967277	

**4. Datos del Jurado calificador:** (Ingrese solamente los Apellidos y Nombres completos según DNI, no es necesario indicar el Grado Académico del Jurado)

Presidente:	Aguilar Pari Mario Salomón
Secretario:	Quiroz Laguna Libba Hipolita
Vocal:	Dominguez Montalvo Glizet Teresa
Vocal:	
Vocal:	
Accesitario	Vicente Mallqui Melchor

**5. Declaración Jurada:** (Ingrese todos los datos requeridos completos)

a) Soy Autor (a) (es) del Trabajo de Investigación Titulado: (Ingrese el título tal y como está registrado en el Acta de Sustentación)

"LÍMITES Y POSIBILIDADES DE LA FORMALIDAD EN PEQUEÑOS COMERCIANTES: ESTUDIO DEL CASO DEL MERCADO MODELO DE HUÁNUCO"

b) El Trabajo de Investigación fue sustentado para optar el Grado Académico ó Título Profesional de: (tal y como está registrado en SUNEDU)

TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN SOCIOLOGÍA

c) El Trabajo de investigación no contiene plagio (ninguna frase completa o párrafo del documento corresponde a otro autor sin haber sido citado previamente), ni total ni parcial, para lo cual se han respetado las normas internacionales de citas y referencias.

d) El trabajo de investigación presentado no atenta contra derechos de terceros.

e) El trabajo de investigación no ha sido publicado, ni presentado anteriormente para obtener algún Grado Académico o Título profesional.

f) Los datos presentados en los resultados (tablas, gráficos, textos) no han sido falsificados, ni presentados sin citar la fuente.

g) Los archivos digitales que entrego contienen la versión final del documento sustentado y aprobado por el jurado.

h) Por lo expuesto, mediante la presente asumo frente a la Universidad Nacional Hermilio Valdizan (en adelante LA UNIVERSIDAD), cualquier responsabilidad que pudiera derivarse por la autoría, originalidad y veracidad del contenido del Trabajo de Investigación, así como por los derechos de la obra y/o invención presentada. En consecuencia, me hago responsable frente a LA UNIVERSIDAD y frente a terceros de cualquier daño que pudiera ocasionar a LA UNIVERSIDAD o a terceros, por el incumplimiento de lo declarado o que pudiera encontrar causas en la tesis presentada, asumiendo todas las cargas pecuniarias que pudieran derivarse de ello. Asimismo, por la presente me comprometo a asumir además todas las cargas pecuniarias que pudieran derivarse para LA UNIVERSIDAD en favor de terceros con motivo de acciones, reclamaciones o conflictos derivados del incumplimiento de lo declarado o las que encontraren causa en el contenido del trabajo de investigación. De identificarse fraude, piratería, plagio, falsificación o que el trabajo haya sido publicado anteriormente; asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad Nacional Hermilio Valdizan.



**6. Datos del Documento Digital a Publicar:** (Ingrese todos los datos requeridos completos)

Ingrese solo el año en el que sustentó su Trabajo de Investigación: (Verifique la Información en el Acta de Sustentación)		2023			
Modalidad de obtención del Grado Académico o Título Profesional: (Marque con X según Ley Universitaria con la que inició sus estudios)	Tesis	X	Tesis Formato Artículo		
	Trabajo de Investigación		Trabajo de Suficiencia Profesional		
	Trabajo Académico		Otros (especifique modalidad)		
Palabras Clave: (solo se requieren 3 palabras)	Informalidad	Valores culturales	Sociología		
Tipo de Acceso: (Marque con X según corresponda)	Acceso Abierto	X	Condición Cerrada (*)		
	Con Periodo de Embargo (*)		Fecha de Fin de Embargo:		
¿El Trabajo de Investigación, fue realizado en el marco de una Agencia Patrocinadora? (ya sea por financiamientos de proyectos, esquema financiero, beca, subvención u otras; marcar con una "X" en el recuadro del costado según corresponda):			SI	NO	X
Información de la Agencia Patrocinadora:					

El trabajo de investigación en digital y físico tienen los mismos registros del presente documento como son: Denominación del programa Académico, Denominación del Grado Académico o Título profesional, Nombres y Apellidos del autor, Asesor y Jurado calificador tal y como figura en el Documento de Identidad, Título completo del Trabajo de Investigación y Modalidad de Obtención del Grado Académico o Título Profesional según la Ley Universitaria con la que se inició los estudios.

### 7. Autorización de Publicación Digital:

A través de la presente. Autorizo de manera gratuita a la Universidad Nacional Hermilio Valdizán a publicar la versión electrónica de este Trabajo de Investigación en su Biblioteca Virtual, Portal Web, Repositorio Institucional y Base de Datos académica, por plazo indefinido, consintiendo que con dicha autorización cualquier tercero podrá acceder a dichas páginas de manera gratuita pudiendo revisarla, imprimirla o grabarla siempre y cuando se respete la autoría y sea citada correctamente. Se autoriza cambiar el contenido de forma, más no de fondo, para propósitos de estandarización de formatos, como también establecer los metadatos correspondientes.

Firma:			
Apellidos y Nombres:	Dionicio Veramendi Franz Albert Emanuel		Huella Digital
DNI:	72203023		
Firma:			
Apellidos y Nombres:			Huella Digital
DNI:			
Firma:			
Apellidos y Nombres:			Huella Digital
DNI:			
Fecha:	14/03/2023		

### Nota:

- ✓ No modificar los textos preestablecidos, conservar la estructura del documento.
- ✓ Marque con una X en el recuadro que corresponde.
- ✓ Llenar este formato de forma digital, con tipo de letra **calibri**, **tamaño de fuente 09**, manteniendo la alineación del texto que observa en el modelo, sin errores gramaticales (*recuerde las mayúsculas también se tildan si corresponde*).
- ✓ La información que escriba en este formato debe coincidir con la información registrada en los demás archivos y/o formatos que presente, tales como: DNI, Acta de Sustentación, Trabajo de Investigación (PDF) y Declaración Jurada.
- ✓ Cada uno de los datos requeridos en este formato, es de carácter obligatorio según corresponda.