

**CONSTRUCCIÓN DE IDENTIDAD A PARTIR DE LOS PROCESOS DE
ESPACIALIZACIÓN DESARROLLADOS POR LOS VENDEDORES AMBULANTES
EN LA CALLE NOVENA DEL CENTRO DE CÚCUTA**

**EDISON LEONARDO BLANCO BOTELLO
ADRIANA ESTEFANIA BRICEÑO MEDINA
LEIDY KATHERINE MIRANDA GODOY
STEFHANY PAOLA RAMOS CARVAJAL**



**UNIVERSIDAD SIMÓN BOLÍVAR SEDE CÚCUTA
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES
PROGRAMA ACADÉMICO DE TRABAJO SOCIAL
SAN JOSÉ DE CÚCUTA
2021**

**CONSTRUCCIÓN DE IDENTIDAD A PARTIR DE LOS PROCESOS DE
ESPACIALIZACIÓN DESARROLLADOS POR LOS VENDEDORES AMBULANTES
EN LA CALLE NOVENA DEL CENTRO DE CÚCUTA**

**EDISON LEONARDO BLANCO BOTELLO
ADRIANA ESTEFANIA BRICEÑO MEDINA
LEIDY KATHERINE MIRANDA GODOY
STEFHANY PAOLA RAMOS CARVAJAL**

***TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PRESENTADO COMO PRERREQUISITO PARA
OPTAR TÍTULO DE TRABAJADOR (A) SOCIAL***

***TUTOR:
JHORMAN YAROKSSI ORTEGA ORTEGA
MAGISTER EN EDUCACIÓN***



**UNIVERSIDAD SIMÓN BOLÍVAR SEDE CÚCUTA
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES
PROGRAMA ACADÉMICO DE TRABAJO SOCIAL
SAN JOSÉ DE CÚCUTA
2021**

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN.....	
.. V	
ABSTRACT.....	V
I INTRODUCCIÓN	
.....	VII 1. PROBLEMA
.....	1 1.1.
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	3
1.3 DELIMITACIÓN	4
1.3.1 Delimitación espacial	4
1.3.2 Delimitación temporal	4
1.3.3 Delimitación conceptual	4
1.4 JUSTIFICACIÓN.....	5
1.5 OBJETIVOS.....	6
1.5.1 Objetivo General.....	6
1.5.2 Objetivos Específicos	6 2.
MARCO REFERENCIAL.....	7 2.1
ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN.....	7 2.1.1
<i>Antecedentes Internacionales</i>	7 2.1.2
<i>Antecedentes Nacionales</i>	9 2.2
MARCO TEÓRICO.....	12 2.3
MARCO CONCEPTUAL.....	15 2.4
MARCO CONTEXTUAL.....	18 2.5
MARCO LEGAL.....	18 3.
METODOLOGÍA.....	20 3.1
PARADIGMA DE LA INVESTIGACIÓN	20 3.2
ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN.....	20 3.3
DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	21 3.4
POBLACIÓN – MUESTRA	22 3.5
TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.....	23 3.6
TÉCNICAS E INSTRUMENTOS PARA EL ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN.....	24 4.

HALLAZGOS	26 IV
4.1 CAPITULO I: FACTORES DE IDENTIDAD EN LOS PROCESOS DE ESPACIALIZACIÓN EN LOS VENDEDORES AMBULANTES.	27
4.2 CAPITULO II: FORMAS EN QUE EL TRABAJO INFORMAL INFLUYE EN LOS PROCESOS DE IDENTIDAD Y ESPACIALIZACION DE LA CALLE NOVENA DEL CENTRO DE CÚCUTA.....	31
4.3 CAPITULO III: DIFERENTES SIGNIFICADOS DE IDENTIDAD EN LOS PROCESOS DE ESPACIALIZACIÓN EN LOS VENDEDORES AMBULANTES DE LA CALLE NOVENA. ..	35
5. CONCLUSIONES.....	39 6.
RECOMENDACIONES.....	41 7.
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	42 8.
APÉNDICES	44
<i>8.1 Apéndice 1. Cuadro Categorical</i>	<i>44</i>
<i>8.2 Apéndice 2. Mapeo de Actores.....</i>	<i>45 8.3</i>
<i>Apéndice 3. Rutas de recolección de información.....</i>	<i>45 8.4</i>
<i>Apéndice 4. Ficha de observación</i>	<i>47</i>
<i>8.5 Apéndice 5. Diarios de campo</i>	<i>48</i>
<i>8.6 Apéndice 6. Triangulación general.....</i>	<i>64</i>

V

RESUMEN

Esta investigación busca conocer la construcción de identidad a partir de los procesos de espacialización desarrollados por los vendedores ambulantes en la calle novena del centro de Cúcuta para dar respuesta a la problemática ¿Cuál es la construcción de identidad? Para el desarrollo de esta se usaron bases teóricas desde la teoría de identidad social propuesta por Tajfel, desde la postura del marco teórico, conceptual y legal se establecen categorías y subcategorías que dan respuestas a los objetivos propuestos, así mismo, el entorno social donde se realizó la presente investigación fue en la calle novena del centro de Cúcuta, ubicado en la Comuna 1 de la ciudad, abarcando el Parque Mercedes hasta el Palacio Nacional. La metodología que se llevó a cabo se basó en el paradigma interpretativo, con un enfoque cualitativo y un diseño etnográfico tomando una muestra de 10 vendedores ambulantes con un rango de edad entre los 22 y 45 años, por tanto, se utilizaron las siguientes técnicas: observación participante, historias de vida y entrevista, las cuales permitieron conocer las culturas, costumbres, comportamientos e interacción social de los sujetos de estudio, así mismo, contaron sus historias de vida y experiencia vividas durante sus

jornadas laborales. De acuerdo a los hallazgos se crearon tres capítulos de resultados que le dieron respuesta a los objetivos específicos cumpliendo lo planteado en el objetivo general, la cual son los siguientes: el primer capítulo se propone a Identificar los principales factores de identidad en los procesos de espacialización en los vendedores ambulantes, el segundo capítulo, formas en que el trabajo informal influye en los procesos de espacialización de la calle novena del centro de Cúcuta, y el tercer capítulo, diferentes significados de identidad en los procesos de espacialización en los vendedores ambulantes de la calle novena. Por lo tanto, se concluye como la familia desempeña su rol como escenario socializador desde los aspectos básicos, sin abarcar la informalidad de los vendedores ambulantes que participan en las diferentes acciones del entorno y el poder ocupar un espacio en este sector les ha costado, muchos sacrificios, el tener que pelear con las autoridades legales, e incluso con ellos mismos para hacer respetar su permanencia en el lugar.

Palabras clave: Identidad, espacialización, vendedores ambulantes, empleo informal, economía.

VI

ABSTRACT

This research seeks to know the construction of identity from the spatialization processes developed by street vendors in the ninth street of the center of Cúcuta to respond to the problem ¿What is the construction of identity? For the development of this were used theoretical bases from the theory of social identity proposed by Tajfel, from the position of the theoretical, conceptual and legal framework are established categories and subcategories that give answers to the proposed objectives, Likewise, the social environment where the present investigation was carried out was in the ninth street of the center of Cúcuta, located in the Commune 1 of the city, encompassing the Mercedes Park to the National Palace. The methodology that was carried out was based on the interpretive paradigm, with a qualitative approach and ethnographic design taking a sample of 10 street vendors with an age range between 22 and 45 years, therefore, the following techniques were used: participant observation, life stories and interviews, which allowed to know the cultures, customs, behaviors and social interaction of the subjects of study, as well as to tell their life stories and experience lived during their working days. According to the findings, three chapters of results were created that responded to the specific objectives meeting the general objective, which are the following: the first chapter proposes to Identify the main identity factors in the spatialization processes in street vendors, the second chapter, ways in which informal work influences the spatialization processes of the ninth street of the center of Cúcuta, and the third chapter, different meanings of identity in the processes of spacialization in street vendors of the ninth street. Therefore, it is concluded how the family plays its role as a socializing scenario from the basic

aspects, without covering the informality of street vendors who participate in the different actions of the environment and being able to occupy a space in this sector has cost them, many sacrifices, having to fight with the legal authorities, and even with themselves to enforce their permanence in the place.

VII

INTRODUCCIÓN

La investigación realizada tiene como finalidad la construcción de identidad a partir de los procesos de espacialización desarrollados por los vendedores ambulantes en la calle novena del centro de Cúcuta, en relación con la sociedad busca conocer la problemática de estudio que causa este trabajo informal debido a que no están amparados legalmente, a su vez, el trabajo informal surge debido a la vulnerabilidad económica, el desempleo, inseguridad, la mala organización del gobierno, así mismo los vendedores informales se dedican a la venta de todo tipo de bienes, como libros, películas, frutas, verduras, ropa, electrodomésticos, comida entre otras, estos sujetos de estudio que se dedican a este trabajo han venido formando parte del comercio en las calles y causando problemas en el espacio público.

Por lo tanto, el creciente número de vendedores ambulante en Cúcuta y su participación en la economía informal es una realidad, en las diferentes zona de la ciudad como en la calle novena, semáforos, parques y demás se pueden encontrar vendedores informales, a su vez, de lo que representan para el espacio público y para las reglamentaciones del gobierno, son personas o individuos que ofrecen un servicio a la comunidad, por tanto, se vuelve esencial ver la informalidad desde la perspectiva de los procesos de espacialización tanto en vendedores como compradores.

Está estructurado por capítulos. El Primer capítulo, factores de identidad en los procesos de espacialización en los vendedores ambulantes, el cual se entiende que el trabajo informal es el responsable directo de los procesos de espacialización en los vendedores ambulantes, de igual manera aquella identidad permite fortalecer lo que se ha construido en el espacio laboral.

El segundo capítulo, formas en que el trabajo informal influye en los procesos de espacialización de la calle novena del centro de Cúcuta, teniendo en cuenta la información recolectada se logra analizar porque el trabajo informal influye en dichos procesos de espacio e identidad en los vendedores ambulantes, correspondiendo aquellos componentes de estudio que inciden a los procesos de identidad social de los sujetos de estudio, lo cual se obtienen formas de trabajo informal para solventar la calidad de vida.

El tercer capítulo, diferentes significados de identidad en los procesos de espacialización en los vendedores ambulantes de la calle novena, así mismo, los vendedores ambulantes tengan capacidad de buscar el significado de su identidad como trabajador informal, ya sea en la parte social o cultural para así aportar a los procesos de espacialización, dentro del desarrollo del capítulo se encontraran los diferentes significados de identidad que permitirán a los sujetos de estudios interpretar su realidad social.

1

1. PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

A lo largo de la historia el espacio físico se constituye en parte fundamental de la dinámicas diarias de las personas puesto que es a través de estos donde se realizan diversos procesos que evocan la interacción social entre los individuos, sin embargo, cuando se habla de espacio público se torna aún más importante, entendiendo por espacio público los lugares abiertos y cerrados pertenecientes al estado pero a disposición de cualquier ciudadano, cuando se habla de espacios abiertos hace referencia a plazas, parques, calles y lugares cerrados, como bibliotecas, centros comunitarios y demás espacios públicos; en este sentido el espacio público realiza un papel fundamental en lo urbano, ya que allí es donde se da la parte social e interacción con los demás individuos de una comunidad, tal y como lo expresa (Sahui, 2002) “un espacio de relaciones entre individuos quienes, a través del discurso y sus acciones, contribuyen a modelar el mundo común como un horizonte de entendimiento y encuentro ciudadano” (261-262).

Para el caso puntual de la ciudad de Cúcuta, los espacios públicos tienen una gran influencia en la ciudad, ya que aquellos lugares están bien diseñados del cual ayudan a la ciudad como tal en varios componentes como, el orden público, reduce el cambio climático, da beneficios en salud y bienestar a sus habitantes, la inseguridad desvanece, influye en la parte económica de la ciudad como tal y tienen influencia en el turismo que se puede dar en la ciudad.

Aquellos procesos de espacialidad que acuden los vendedores ambulantes en la calle novena no son adecuados, ya que permiten invadir el paso peatonal y transitorio del servicio público, ocasionando inconformidad para los establecimientos económicos inscritos en la cámara de comercio, a su vez, hoy en día es un contexto de complejidad, porque en el sector urbano se debe

intentar promover las diversas dificultades sociales que padecen los vendedores ambulantes como lo afirma (Bohigas, 2004), "la confluencia, la flexibilidad y la superposición de funciones,- fomentando un espacio adecuado para la representación conflictiva propia de la ciudad; la compactación espacial y representativa; y, la legibilidad de los itinerarios y de los elementos

2

significativos." Toda persona debe conocer sus valores como buen ciudadano, más que eso conocer cuáles son sus parámetros en los procesos de espacialización, saber interactuar, diferenciar aquellas identidades que los hacen ser personas ambulantes, en establecer mecanismos de integración bajo aquellos conceptos de identidad, permitiendo a cada uno conocer cuál es su rol, en la calle novena del centro de Cúcuta.

Por lo tanto, existen dimensiones de las cuales se encuentran implicadas a dar conocimiento y concepto de espacio público, una de ellas que está más asociada en la problemática es la dimensión físico – territorial, de lo cual se caracteriza por ser un espacio visible con buena accesibilidad y reconocible por un grupo determinado o indeterminado de personas, se usa de manera directa, a su vez, se identifican como una parte de la ciudad que se podría ver concebido con capacidad de adaptación, aunque en la dimensión política, se crea un espacio donde se expresa el diálogo entre la administración y la parte jurídica, en la social, nos indica que en estos espacios no existen diferenciaciones de población de los espacios públicos pueden hacer posicionamiento cualquier ciudadano, no obstante a lo anteriormente dicho en esta dimensión social se enfatiza en el hecho de que a pesar de ser espacios públicos socialmente existen relaciones de poder, en la dimensión económica se observa falencia ya que estos espacios públicos en varias ciudades han sido utilizados de manera inadecuada con el mercado informal, la dimensión cultural hace referencia a la historia de la ciudad plasmada en estos espacios públicos los cuales se vuelven turísticos en la mayoría de las ocasiones.

De lo anterior, se identificara la construcción de identidad, por el cual, los vendedores ambulantes, conocerán cuál es su propia identidad bajo un conjunto de rasgos específicos, tomando conciencia y respeto hacia la vinculación de la dimensión social, aunque, el desarrollo de identidad es un proceso complejo, a su vez, se realiza interacción con los demás como señala, Erikson (2011): “La

formación de la identidad emplea un proceso de reflexión y observación simultáneas que tiene lugar en todos los niveles del funcionamiento mental. Según este proceso, el individuo se juzga a sí mismo a la luz de lo que percibe como la manera en que los otros lo juzgan a él comparándolo con ellos y en los términos de una tipología significativa”. (p 2).

3

Del mismo modo, se puede decir que la identidad se construye a partir de la interacción con otros, aunque la formación de identidad pública implica un proceso de reconocimiento y valoración que lo hacen de forma individual, es así como emerge la autoestima, aunque es importante tener en cuenta que el espacio público da factores mejorables a nivel económico en la ciudad, el diseño vial es un receptor relevante al momento de realizar una estructura de la ciudad ya que mejora el nivel económico y ambiental.

El problema es la falta de procesos de espacialización o es el cómo los procesos de espacialización desarrollados en la calle novena afectan a la sociedad cucuteña, por el cual, se ven afectados por la invasión del paso transitorio, por los diferentes vendedores ambulantes, debido a que allí es un lugar donde emerge mucho el factor económico de la ciudad, pero los individuos deben conocer sobre los procesos de espacialización, en saber cómo organizar su espacio e identidad, ya sea, personal, cultural, política, económica, por otro lado, no se incentiva esa cultura ciudadana, porque los gritos del perifoneo de los vendedores de verdura, no muestran cuál es su aporte sobre el concepto de identidad, también se puede decir que las personas no respetan los paraderos de servicios públicos, aunque, se evidencia que los individuos no tiene claro la identidad cultural, ya que botan basura de lo cual, es un alto incremento de contaminación ambiental, por el cual, se pueda determinar el trabajo informal de aquellos vendedores que ocupan los procesos de espacialización en el dicho sector de la presente comuna de la ciudad.

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cuál es la construcción de identidad a partir de los procesos de espacialización desarrollados por los vendedores ambulantes en la calle novena del centro de Cúcuta?

4

1.3 DELIMITACIÓN

1.3.1 Delimitación espacial

La investigación se lleva a cabo en la Comuna 1 o Centro de Cúcuta, desde el Parque Mercedes hasta el Palacio Nacional, comprendiendo la calle novena como el eje de distribución del comercio en toda la ciudad, con un rango de 450.000 habitantes, donde el espacio en el que se va a intervenir está comprendido como un sector de alto ingreso económico, ya que abarca centros comerciales, bancos, de lo cual representa el distrito financiero de la ciudad.

1.3.2 Delimitación temporal

Esta investigación se lleva a cabo iniciando en el periodo académico 2020-1 y terminando en el 2021-1.

1.3.3 Delimitación conceptual

Los términos en los que se enmarca en la presente investigación son los siguientes: identidad, espacio, cultura, invasión, investigación, urbano, espacialización, procesos, construcción. 5

1.4 JUSTIFICACIÓN

Para el desarrollo de este estudio investigativo, el objetivo central es comprender la construcción de identidad a partir de los procesos de espacialización desarrollados por los vendedores ambulantes en la calle novena del centro de Cúcuta, por el cual, se entiende que el trabajo informal en la ciudad ha aumentado por la poca demanda de inversionistas en la ciudad, en lo cual, la única alternativa es la informalidad, que ha tenido un asentamiento notorio en las calles de Cúcuta, en especial en el calle novena del centro de la ciudad, debido a que es una de las calles más transitorias, tanto peatonal o vehicular, por lo tanto, son ocupadas por los vendedores para exhibir sus productos de comercio.

Sin embargo, el poder ocupar un espacio en este sector les ha costado, muchos sacrificios, el tener que pelear con las autoridades legales, e incluso con ellos mismo para a hacer respetar su permanencia en el lugar, a partir de los procesos de espacialización desde la dimensión espacial en dicho sector de la ciudad, el cual es la única forma de sustento para sus familias, ya que la mayoría de vendedores ambulantes, tienen obligaciones con sus seres queridos, debido a que acceder al trabajo informal es la única manera de poder solventar sus necesidades.

En cuanto que a cada persona en aquel espacio este conforme con las alternativas de espacialización incluyendo a los vendedores ambulantes que por alguna causa les toca padecer esta situación por su situación en enriquecer su calidad de vida, cada individuo debe tomar conciencia de como es el sistema de espacialidad en aquella calle, se refleja como un aspecto de desintegración u desorganización de identidad cultural, se puede elaborar un plan de acción para demostrar la transformación desde los procesos de espacialidad en los vendedores tal manera se logre un gran aumento de participación social dentro del contexto en el cual están conviviendo según, Ferrans

(1990) “Calidad de vida general definida como el bienestar personal derivado de la satisfacción o insatisfacción con áreas que son importantes para él o ella”.

En este orden de ideas, en cuanto a los procesos de espacialización no se habla únicamente de los sujetos de estudio, en este caso son los vendedores ambulantes, sino de toda la comunidad que hace parte de la calle novena, ya que al realizarse esta investigación se conducen a los 6 vendedores de la ciudad de Cúcuta, a que se involucren en los procesos de identidad, ya sea social, cultural, económica, emprendedora, a su vez, teniendo en cuenta cuáles son sus aportes a dicha problemática, en donde se pueda conocer sus motivos que los llevan a hacer parte del trabajo informal en los procesos de espacialización.

Aunque se evidencia el esfuerzo, que ha hecho la administración municipal para frenar dicha problemática, el cual no ha tenido una solución eficaz, ya que se les ha tratado de reubicar en espacios estratégicos, lo que no ha servido de gran ayuda, a su vez, los vendedores se sienten olvidados en dichos espacios, y retoman nuevamente a la invasión de espacio público, como se evidencia en la calle novena, de igual forma, permitirá visualizar en el campo de acción para los diversos resultados de la investigación, resaltando la importancia de interacción entre los sujetos de estudio y el grupo investigativo, permitiendo lograr comprender como se realizara la construcción de identidad y espacialización en diferentes perspectivas.

1.5 OBJETIVOS

1.5.1 Objetivo General

- Comprender la construcción de identidad a partir de los procesos de espacialización desarrollados por los vendedores ambulantes en la calle novena del centro de Cúcuta.

1.5.2 Objetivos Específicos

- Identificar los principales factores de identidad en los procesos de espacialización en los vendedores ambulantes.
- Describir las formas en que el trabajo informal influye en los procesos de identidad y espacialización de la calle novena del centro de Cúcuta.

- Contrastar los diferentes significados de identidad en los procesos de espacialización en los vendedores ambulantes de la calle novena.

2. MARCO REFERENCIAL

2.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

Para el presente trabajo de investigación se realizó una revisión de trabajos bajo las fuentes de diferentes autores para poder estructurar una base de antecedentes a nivel internacional y nacional, que permitirá abordar la problemática de estudio, en tener mayor conocimiento que aportan en el cuerpo del trabajo de investigación.

2.1.1 Antecedentes Internacionales

Un primer antecedente es el de Romero (2016) quien desarrollo la investigación titulada: “Espacios públicos y calidad de vida urbana. Estudio de casa en Tijuana, baja california” en Chihuahua. México, con un objetivo de estudiar a profundidad los vínculos existentes entre los espacios públicos, en este caso a partir de dos casos concretos (la Unidad deportiva profesor Santos Meza y el Malecón de Playas), y la calidad de vida urbana de sus usuarios, para establecer cómo estos espacios públicos influyen en mejorar, disminuir o mantenerla, en un contexto de violencia e inseguridad. Sin embargo el abordaje teórico utilizado se basa en una perspectiva desde el individuo, desde la geografía humana fenomenológica se estudió el espacio vivido, la construcción social del espacio público y principalmente la construcción de la calidad de vida urbana en ambos espacios. Se realizaron recorridos de observación de usos/actividades durante 14 días en cada espacio, se entrevistaron a 22 usuarios y a seis informantes clave. Para esta investigación se eligió una metodología con enfoque cualitativo, La estrategia metodológica se diseñó para cumplir con los objetivos de la investigación y así dar respuesta a las preguntas de investigación cuyos resultados denotan la profundización llevada a cabo durante la fase de obtención de información como en el análisis de resultados. Los resultados obtenidos permiten conocer cómo estos espacios son utilizados, apropiados y valorados socialmente. Aunque el aporte de la presente investigación incentiva a la calidad de vida urbana de los usuarios puede ser mejorada a través de diversos vínculos entre dimensiones del espacio y aspectos de la calidad de vida urbana tales como: disfrute del espacio, salud, seguridad, familiar, economía, distracción, diversión, civismo, socialización,

relajación, contacto con la naturaleza, identidad, turístico, artístico-cultural, apropiación del espacio y educación ambiental.

Un segundo antecedente es el de Valdivia (2018) quien desarrollo la investigación titulada: “Análisis del comercio informal y su relación con el deterioro del espacio público ocasionado en el mercado El Huequito” en Tarapoto, Perú, tiene como objetivo de analizar la relación entre el comercio informal y el deterioro del espacio público en el mercado El Huequito del distrito de Tarapoto. El enfoque de esta investigación es cualitativo, tipo no experimental, con diseño de investigación descriptiva correlacional transeccional. La muestra fue de 112 pobladores y consumidores del mercado del distrito de Tarapoto. Para la obtención de la información se elaboraron dos cuestionarios. La información obtenida, fue procesada a través del software estadístico SPSS V22 y del Excel. Obteniendo los resultados de la investigación, se comprobó que existe relación entre las variables comercio informal y el deterioro del espacio público en el mercado El Huequito, con $\chi^2 = 45.823 > \chi^2_{(1)} = 14.45$ con $p < 0.01$; lo que significa que existe alta correlación, este resultado permite confirmar que la invasión del espacio público, contaminación del espacio, obstaculización de vías y la tugurización por actividades económicas son los efectos producidos por el comercio informal. Esta investigación desde el punto de vista urbano, dado que el espacio público es el que da identidad y carácter a una ciudad y que hoy día está siendo deteriorado por actividades económicas como es el comercio informal que es un problema latente y con crecimiento progresivo.

Un tercer antecedente es el de Toledo & Guamanquispe (2015) quienes desarrollaron la investigación titulada: “identidad cultural y su incidencia en el desarrollo turístico de la parroquia Pilahuín cantón Ambato provincia de Tungurahua” en Ambato, Ecuador realizaron una investigación con el objetivo de analizar la identidad cultural y su incidencia en el desarrollo turístico de la parroquia Pilahuín cantón Ambato provincia de Tungurahua, con la intención de impulsar el turismo en este lugar mediante el rescate y revalorización de la cultura pilahueña; pues a través de este trabajo investigativo se pretende recuperar las representaciones culturales de la parroquia y exponer al visitante. En la presente investigación se hace uso de una metodología de campo, a más de ello se utiliza un plan de recolección de información con el afán de facilitar la recopilación de datos fundamentales, por medio de la encuesta aplicada a los moradores de la parroquia Pilahuín; obteniendo como resultado la importancia de rescatar y conservar la

expresiones y manifestaciones culturales, de tal manera que el habitante tome conciencia de la importancia que implica mantener vigente una cultura y difundirla a través del turismo. Es por ello que se ha tomado en consideración la elaboración de un plan de revitalización cultural, dirigido a

todas las comunidades de la parroquia de Pilahuín, pues aportará de manera significativa el orgullo de la identidad cultural de este lugar, de tal manera que, una vez rescatada su cultura se pueden desarrollar actividades turísticas orientadas a la cultura, pues en la actualidad el turismo cultural otorga mayor potencialidad, fuerza y dinamismo a un lugar, convirtiéndose en el motor principal de desarrollo económico y social de un sitio.

2.1.2 Antecedentes Nacionales

Un aporte significativo es el de Sierra & Flórez (2018) quienes desarrollaron la investigación titulada: “Fortalecimiento de la identidad cultural colombiana a través de textos literarios en estudiantes de grado cuarto” en Bogotá, Colombia, con el objetivo de Fortalecer la identidad cultural colombiana a través de una propuesta basada en textos literarios en los estudiantes del grado cuarto del colegio Universidad Libre, por lo tanto la comunidad pueda acatar las normas establecidas, es necesario que ésta se reconozca como parte de una nación, cuya historia ha aportado a la construcción de un territorio multiétnico y multicultural. Siendo esto, un tema delicado que pasa de lo político a lo social, es menester del sistema educativo colombiano fomentar desde la educación preescolar una identidad cultural para crear un entorno de aceptación de la diversidad. El presente trabajo se enfocó en la investigación cualitativa, Dicho enfoque se centra en la diversidad ideológica y en las particularidades de los sujetos, por esta razón, los instrumentos para la recolección de datos están dirigidos a la obtención de perspectivas, puntos de vista, emociones, experiencias, significados y otros aspectos subjetivos de los participantes. Teniendo en cuenta los objetivos definidos en la propuesta, los cuales, corresponden a los marcadores culturales presentes en todo texto literario y que definen la identidad cultural del mismo, se plantean las siguientes categorías de análisis: una sociedad en un momento histórico, usos y costumbres sociales y un patrimonio cultural. Por lo tanto la aplicación teórica y práctica de una propuesta, diseñada a partir de textos literarios como medio para el fortalecimiento de la identidad cultural colombiana, de lo cual incentiva en la investigación demostrar por medio del aprendizaje el significado de la identidad cultural en los vendedores ambulantes.

10

Por su parte González (2018) quien desarrollo la investigación titulada: “El uso social del espacio público y sus vínculos con el sistema integrado de transporte masivo. Caso: Cartagena” Bogotá, Colombia, con el objetivo Investigar y validar a través de análisis si el espacio público que ofrecen los Sistemas de Transporte Masivo es propicio para que se desarrollen las costumbres sociales, es importante también, el análisis de la normativa y la legislación que influyen directamente en el objeto de estudio con el fin de entender los impactos de Trans Caribe y la manera en la que se asume el espacio público desde la perspectiva normativa de la movilidad, también se

observan las normas con el ánimo de entender cuál ha sido el impacto o efecto en el espacio público, en la construcción y en el uso social. La estructura metodológica establecida para la presente investigación se desarrolla a partir de los conocimientos adquiridos en la Maestría de Planificación Urbana y Regional. La formulación de las preguntas base del tema elegido, las cuales darán como resultado la pregunta base general que guiará la investigación y de la cual se desprenderá el problema, los objetivos, las hipótesis, el alcance entre otros. Los análisis realizados, y leyendo las percepciones de los habitantes se realizan conclusiones particulares del proceso, y recomendaciones para la implementación de los sistemas de transporte masivo en las ciudades en lo relacionado a los espacios públicos y su habitabilidad por los ciudadanos. Por lo tanto la investigación incentiva en nuestro fundamento de estudio a tomar conciencia en enriquecer la percepción que tienen los vendedores ambulantes sobre como son los procesos de espacialización.

Otro aporte es el de Otálora (2010) quien desarrollo la investigación titulada: “Diseño de espacios educativos significativos para el desarrollo de competencias en la infancia” Colombia, con el objetivo de Analizar un espacio educativo significativo es un ambiente de aprendizaje que promueve y fortalece el desarrollo de competencias sociales y cognitivas en los niños, por lo tanto ofrece elementos conceptuales y metodológicos de la psicología educativa que facilitan el diseño de espacios educativos significativos para el desarrollo de competencias infantiles dentro y fuera del aula. Por una parte, se brinda una definición de ambiente de aprendizaje que permite comprenderlo como un espacio dinámico y complejo de construcción de conocimiento. Las prácticas cotidianas son situaciones que fácilmente pueden ser utilizadas por los agentes educativos como situaciones de resolución de problemas, pues son actividades que tienen un carácter práctico que implica a los niños aprender a responder a las necesidades del entorno. El uso de instrumentos creados o vinculados a las comunidades a las que los niños pertenecen

11

promueve su interacción con el contexto cultural. En la presente investigación nos da aporte de cómo debemos dar interés sobre los diseños de espacios bajo el enfoque de aprendizaje estipulando a los individuos del espacio en donde se va a realizar la investigación para enriquecer el conocimiento sobre como es el desarrollo de competencias en la intención de relación con los demás individuos bajo una identidad cultural.

Un cuarto antecedente es el de Tunjano (2014) quien desarrollo la investigación titulada: “La cultura ciudadana como eje transversal de la convivencia y seguridad ciudadana” en Bogotá, Colombia, con el objetivo de Analizar la cultura ciudadana, como eje transversal de la convivencia y seguridad ciudadana. El estudio surge a partir de los casos cotidianos de violencia e inseguridad ciudadana, que diariamente se conocen a través de los medios de comunicación. Frente a esta experiencia y en el contexto de la actual problemática de inseguridad, vandalismo e indisciplina social y de violencia en Colombia, surge un planteamiento central: Determinar si la cultura

ciudadana, es un factor interviniente de la convivencia y la seguridad ciudadanas en Colombia. Comprobar si la cultura ciudadana es una política pública en Colombia y qué acciones positivas la promueven. Para dar respuesta a estos interrogantes, se diseñó el estudio como una investigación exploratoria descriptiva, que se soportó en los dos periódicos de más circulación nacional de Colombia (El Tiempo y El Espectador), además de algunas revistas del ámbito nacional, como también en algunos trabajos específicos. Entre las conclusiones planteadas en la presente investigación, están las siguientes: con base en el análisis realizado de los casos de violencia, vandalismo e indisciplina social, se identificaron los factores que afectan la convivencia y seguridad ciudadanas, entre ellos: la intolerancia o cultura de la violencia; el alcohol y las drogas prohibidas; el bajo nivel de denuncia y la impunidad; la pobreza y la falta de oportunidades; la educación sin valores; el narcotráfico y los grupos armados ilegales; la corrupción y la cultura de la trampa; la laxitud y obsolescencia de las normas de policía y la ausencia de política pública en cultura ciudadana. La cultura ciudadana es importante identificarla en los vendedores ambulantes que son parte en nuestra investigación, ya que es un factor importante en la convivencia del buen uso del ciudadano, a su vez saber identificar los espacios que se están trabajando.

12

2.2 MARCO TEÓRICO

La identidad generalmente hace referencia a una serie de rasgos, características propias de una personas, o un grupo de ellos que logran diferenciarlos de los demás, por el cual, alude a aquella apreciación que cada individuo se tiene sobre sí mismo en comparación con otros, que puede incluir la percepción de toda una colectividad, sin embargo, es la identidad la que se encarga de forjar y dirigir a una comunidad definiendo sus necesidades, acciones, gustos, rasgos que los identifica o distingue.

Según Laing (1961) define a la identidad como “aquello por lo que uno siente que es “él mismo” en este lugar y este tiempo, tal como en aquel tiempo y en aquel lugar pasados o futuros; es aquello por lo cual se es identificado” toda persona o individuo debe reconocer su identidad personal, de lo cual, le permite crear diversas alternativas en su calidad de vida, teniendo en cuenta el tiempo o lugar donde se encuentre, dando importancia a aquellas necesidades, en comparación de los demás, conociendo su rol ante la sociedad.

La teoría de identidad social propuesta por Tajfel (1979), explica que los grupos a los que pertenecemos nos definen y forman parte de nuestro auto valoración configurando de forma importante bases para nuestra autoestima. A partir de nuestra identidad con el grupo, sentimos una seguridad y determinación que nos define y es por ello que buscamos la mejor valoración para ese grupo. Así pues, esta teoría explica como el concepto que un individuo tiene de sí mismo puede

explicarse a través del grupo al que pertenece y su forma de actuar varía según el grupo en el que se encuentre. Es por ello que tendemos a categorizar al grupo con el que nos identificamos, a partir de ahora el endogrupo, como parte de nosotros dotándolo de cualidades positivas, mientras que categorizamos a las personas que pertenecen a los demás grupos o exogrupos, como adversarios, oponentes o simplemente diferentes a nosotros otorgándoles cualidades negativas.

Sin embargo, en la teoría de Tajfel, el proceso en el cual llegamos a poseer mentalidad de endogrupo o exogrupo pasa por tres fases:

Fase de categorización: En esta fase tendemos a categorizar a las personas ajenas y a nosotros mismos en grupos de pertenencia, para así tratar de identificarnos según estos. Así sucede cuando al conocer a una persona obtenemos información para hacernos una “idea” global de ella. De esta manera podemos clasificar a una persona en el grupo de “liberal”, “abogado”,

13

“heterosexual” o “madridista”, por ejemplo, para tratar de adivinar de cuál será su personalidad o comportamiento según el grupo al que pertenece.

Fase de Identificación Social: Una vez nos identificamos con un grupo concreto, tratamos de actuar de la manera más acorde a las normas de este grupo. Esto es muy importante para nuestra autoestima ya que crea una sensación de concordancia en nuestros valores. Por ejemplo, si nos identificamos con un grupo político que tiene unos valores concretos, trataremos de actuar conforme a estos valores. Esto nos aporta estabilidad y hace que nuestro concepto de nosotros mismos sea positivo.

Fase de Comparación Social: Ya identificados con un grupo concreto, tendemos a calificar negativamente a los miembros de grupos distintos, el exogrupo. Esto nos crea una conciencia de grupo más fuerte y hace que nuestra autoestima se incremente. Así pues, los seguidores de un equipo de fútbol concreto suelen calificar negativamente a los seguidores del grupo contrario.

Es importa reconocer las fases que propone dicha teoría, porque permite fortalecer la identidad social, ya que debemos tomar en cuenta, en como asociarnos a un grupo de individuos porque así, se sabe cuál es su personalidad, a su vez, todo individuo que haga parte de un grupo social, debe cumplir los parámetros o normas requeridas para dicha aceptación, por otro lado, se pretende calificar como es el comportamiento dentro de un grupo social, político, cultural. Según Tajfel (1981) ha definido a “la identidad social como aquella parte del auto concepto de un individuo que deriva del conocimiento de su pertenencia a un grupo social junto con el significado valorativo y emocional asociado a dicha pertenencia” (Pág. 18). Por lo tanto, en dicha comunidad de investigación los actores deben conocer o construir cuál es su identidad ya sea en lo social, cultural, requiriendo asumir importancia, en los procesos de espacialización, como lo explica el autor cada

individuo debe reconocer su identidad en el ámbito de espacio, para así tener mejor comportamiento en dicho proceso de selección en la construcción de los diferentes espacios que se presentan en la localidad de la presente investigación.

Por lo tanto, el trabajo informal en los vendedores ambulantes, desempeñan esta actividad laboral debido a quienes reciben ingresos al margen tributario por parte del gobierno, aunque ellos emplean esta acción como trabajadores independientes, por lo general, no cuentan con la debida protección legal para las relaciones laborales, por el cual, son empleos sin protección social, que no brindan estabilidad económica, para Ghai (2003) ha definido el concepto de trabajo informal:

14

“abarca todas las clases de trabajo y tiene facetas cualitativas y cuantitativas. La idea de trabajo decente es válida tanto para los trabajadores de la economía regular como para los trabajadores asalariados de la economía informal, los trabajadores autónomos (independientes), y los que trabajan a domicilio”. (p. 1).

Aunque en Cúcuta, el comercio informal hoy en día ha sido el principal referente de trabajo informal en los ciudadanos, donde han encontrado la forma de sustentar a sus familiares, lo que se considera un punto clave en la ciudad, por el cual, ha ido aumentando en los últimos tiempos, debido a la migración de los Venezolanos, en donde se evidencie los procesos de espacialidad e identidad, involucrando este factor como un ente de alto ingreso económico.

Sin embargo, el conflicto, la diversidad de puntos de vista e intereses, así como el alcance interdisciplinario se refleja constantemente en el espacio construido en modalidad urbana, según Horacio Capel (2002:20), reflejo de "la organización económica, la organización social, las estructuras políticas y los objetivos de los grupos sociales dominantes." El proceso de espacialización es eficaz en los vendedores ambulantes en la ciudad de Cúcuta, queriendo entre lazar como es también el trabajo informal dentro de este ámbito, para conseguir un mejor aporte sobre la problemática propuesta.

La espacialidad es una habilidad psicomotriz reconocida como tal en diversos manuales (Conde y Viciano, 2001; Díaz 1999, 2001), debiendo entenderse la psicomotricidad como la integración de las interacciones cognitivas, emocionales, simbólicas y sensorio motrices, capaz de desempeñar un rol primordial para el desarrollo armónico de la personalidad, cuyos ámbitos de aplicación son la educación, la re-educación, la prevención y el campo terapéutico (Berruezo, 2000). Debido a que los procesos de espacialización en los vendedores ambulantes, es caracterizar que aspectos se puede construir en los espacios de la calle novena, de cómo establecer aquellos

mecanismos de influencia, para indagar el aspecto geográfico, a su vez, estos procesos de espacialización es importante en la comunidad, porque aprenden a conocer su propio territorio en donde puedan dar a conocer la importancia que presenta este espacio para así realizar funciones como trabajo informal.

15

2.3 MARCO CONCEPTUAL

A partir de la construcción de los diferentes aportes teóricos mencionados anteriormente y fuentes de investigación que se han planteado para lograr aprobar los conceptos claves, por el cual, se trabajaran los conceptos de construcción social, cultura, espacio público, identidad, investigación, procesos, urbano hacia una mirada de reflexión en los procesos de espacialización en los vendedores ambulantes, por consiguiente se conceptualizan los anteriores términos de la siguiente manera:

Construcción Social: Es una entidad institucionalizada o un artefacto en un sistema social "inventado" o "construido" por participantes en una cultura o sociedad particular que existe porque la gente accede a comportarse como si existiera, o acuerdan seguir ciertas reglas convencionales

El concepto de Construcción Social de la Realidad lo abordaré a la luz de las ideas planteadas por Berger y Luckmann (1971), autores que sostienen que la “realidad” o “realidades” son conocimientos que guían nuestra conducta, por lo que el conocimiento es esencialmente individual y particular.

Cultura: Cuando hablamos de cultura nos referimos a un término amplio, muy abarcador, en el que están contempladas las distintas manifestaciones del ser humano, en oposición a sus aspectos genéticos o biológicos, a la “naturaleza”. Sin embargo, presenta diversas formas de entenderse.

Según Grimson (2008), la “Cultura” fue un concepto que nació para oponerse a la “Alta Cultura” y las teorías racistas que impregnaban en un primer estadio de la Antropología, al querer buscar diferencias – jerarquías – entre los diferentes grupos humanos con los que se encontró una primera Europa aislada al toparse con el mundo.

Espacio público: Por lo tanto, al espacio de propiedad pública (estatal), dominio y uso público. Es el lugar donde cualquier persona tiene el derecho a circular en paz y armonía, donde el paso no puede ser restringido por criterios de propiedad privada, y excepcionalmente por reserva

El espacio público abarcan, por regla general, las vías de tránsito o circulaciones abiertas como: calles, plazas, carreteras; así como amplias zonas de los edificios públicos, como, las bibliotecas, escuelas, hospitales, ayuntamientos, estaciones o los jardines, parques y espacios naturales, cuyo suelo es de propiedad pública.

Identidad: El término identidad proviene del vocablo latín *identitas*, que refiere al grupo de rasgos y características que diferencia a un individuo, o grupo de individuos, del resto. Es a partir de esta que las personas logran distinguirse del resto y esto depende siempre de la cosmovisión e historia propia y del contexto en el que se vive.

La identidad personal alude en primera instancia al nombre y apellido que cada persona ha recibido. De esta manera, una persona puede ser diferenciada del resto. Con los avances de la tecnología y el importante incremento de la población a nivel mundial, se han implementado nuevos elementos que permiten diferenciar a una persona de otra, como lo son las huellas digitales y el ADN.

Este concepto implica todo aquello que tiene que ver con las creencias, tradiciones, símbolos, comportamientos, valores y orgullos que comparten los miembros de un determinado grupo de personas y que son a su vez los que permiten la existencia de un sentimiento de pertenencia.

Investigación: La investigación es un procedimiento reflexivo, sistemático, controlado y crítico que tiene por finalidad descubrir o interpretar los hechos y fenómenos, relaciones y leyes de un determinado ámbito de la realidad...-una búsqueda de hechos, un camino para conocer la realidad, un procedimiento para conocer verdades parciales,-o mejor-, para descubrir no falsedades parciales.

A su vez, La búsqueda de conocimientos y verdades que permitan describir, explicar, generalizar y predecir los fenómenos que se producen en la naturaleza y en la sociedad. Es una fase especializada de la metodología científica. La investigación es el proceso que, utilizando el método científico, permite obtener nuevos conocimientos en el campo de la realidad social (investigación pura) o bien estudiar una situación para diagnosticar necesidades y problemas a efectos de aplicar los conocimientos con fines prácticos. Ender Egg. (1995).

Procesos: Refiere a la acción de ir hacia adelante, de avanzar en una trayectoria determinada y, por semejanza, avanzar en el tiempo. Es un término empleado en una enorme variedad de contextos, sobre todo técnicos o industriales, pero siempre conservando ese sentido original.

En líneas generales, se habla de procesos cuando se tiene un estado inicial y uno final de algún cuerpo, sistema o ambiente, entre los cuales se da una transformación, desplazamiento o cambio de alguna naturaleza. Cuando hablamos de procesos podemos estar refiriéndonos a una de múltiples cosas, como ser, el proceso evolutivo de las especies que ha ocurrido en la historia del universo de forma ajena a la premeditación humana.

Urbano: Es posible hablar de zona urbana para nombrar a aquella región que cuenta con más de 2.000 habitantes, en su mayoría dedicados al sector secundario (industrial) o terciario (servicios) de la economía. Ante el creciente desarrollo urbano, la delimitación de una zona urbana contempla diferentes factores que varían de acuerdo al país.

Aunque, La población urbana es aquella que vive en las grandes ciudades. Muchas veces, las personas que habitan en las ciudades se han trasladado de zonas rurales en busca de oportunidades de trabajo, estudio o actividades de ocio. La definición de la ciudad y la determinación del límite inferior de lo urbano -o, en ocasiones, de la existencia de un continuo rural-urbano- han sido cuestiones ampliamente debatidas por los investigadores y por los organismos oficiales de estadística y que ha tenido muy diversas soluciones.

En realidad, el problema presenta dos vertientes muy distintas. Por un lado, está la cuestión de la definición teórica del hecho urbano en contraposición a lo rural, y la enumeración de los rasgos esenciales de la ciudad. Por otro, la definición concreta utilizada en cada país para determinar con fines estadísticos lo urbano, y fijar el límite a partir del cual puede empezar a hablarse de ciudad como entidad distinta de los núcleos rurales o semirurales.

18

2.4 MARCO CONTEXTUAL

El presente trabajo de investigación se desarrollara en la calle novena del centro de Cúcuta, ubicado en la Comuna 1 de la ciudad San José de Cúcuta, desde el Parque Mercedes hasta el Palacio

Nacional, comprendiendo dicho barrio Centro, como el eje principal de distribución del comercio en toda la ciudad, a su vez, cuenta con un rango de 450.000 habitantes, conformado de barrios como: El Contento, El Páramo, El Centro, La Playa, Latino, El Callejón, incluyendo parte de la sexta.

Aunque, la reseña histórica del barrio consigna a la fisonomía actual del centro de Cúcuta se debe a este plan de reconstrucción, que se hizo pensando en una ciudad de unos 25.000 habitantes, pero a comienzos del siglo XX esta cifra fue ampliamente rebasada. El espacio en el que se va a intervenir está comprendido como un sector de alto ingreso económico, ya que abarca centros comerciales, bancos, de lo cual representa el distrito financiero de la ciudad.

Es pertinente la realización del presente proyecto en el contexto de la calle novena anteriormente mencionada, permite abordar la problemática planteada y generar un impacto positivo, al ser este escenario, como fuente de ingreso económico de la ciudad, en donde es notorio la inseguridad de las personas, abastecimiento de espacio público por vendedores de trabajo informal, allí se construirá los procesos de espacialización e identidad para el desarrollo en aquellos factores que la limitan.

2.5 MARCO LEGAL

La ley 361 de 1997 por medio de la Accesibilidad de las personas con movilidad reducida, según el artículo 43 las normas y criterios básicos para facilitar la accesibilidad a las personas con movilidad reducida, sea esta temporal o permanente, cuya capacidad de orientación se encuentre disminuida por la edad, analfabetismo, limitación o enfermedad. Por lo tanto, en la movilidad de los vendedores ambulantes de la calle novena es más propensa a ocasionar problemas con las demás personas que hacen parte de esta comunidad.

19

Posteriormente el Artículo 63 de la Constitución Política de Colombia, establece “los bienes de uso público, los parques naturales, las tierras comunales de grupos étnicos, las tierras de resguardo, el patrimonio arqueológico de la Nación y los demás bienes que determine la ley, son inalienables, imprescriptibles e inembargables”. Es importante conocer y manejar el uso adecuado del espacio público, teniendo en cuenta aquella normatividad que estipula el Estado, en tener un buen manejo de aquellos espacios públicos que hacen parte a la construcción demográfica de la comuna.

A través de la Ley de 1989 puntualiza en temas de la Reforma Urbana, conteniendo una definición de espacio basada en criterios referentes a los de la naturaleza del propietario del inmueble, así como lo establece el artículo 5°. Estipulado por dicha ley es importante tener en cuenta, aquella definición a la que le vamos a dar al espacio en el cual estaremos ocupando, donde se tendría en cuenta aquellos referentes en el cual cada vendedor o individuo dará significado a la espacialidad de la comuna.

Artículo 5° espacio público. El conjunto de inmuebles públicos y los elementos arquitectónicos y naturales de los inmuebles privados, destinados por su naturaleza, por su uso o afectación, a la satisfacción de necesidades urbanas, colectivas que trascienden, por tanto, los de los intereses individuales de los habitantes. (Ley 9 de 1989 - Reforma Urbana, 1989: p.20).

Otro aspecto importante que se reglamenta por medio de la presente ley, es el tema del

destino y uso del espacio público por los vendedores ambulantes de la calle novena del centro de Cúcuta, la cual se estipula en el artículo 6.

Artículo 6° destino y uso del espacio público. EL destino de los bienes de uso público incluidos en el espacio de las áreas urbanas y suburbanas no podrá ser variado sino por los concejos, juntas metropolitanas o por el consejo intendencial.

Ley 115 de 1994 por el cual se expide la ley general de educación, en el artículo 1 se estipula que la educación es un proceso de formación permanente, personal, cultural, y social que se fundamenta en una concepción integral de la persona humana, de su dignidad, de sus derechos y de sus deberes.

20

3. METODOLOGÍA

3.1 PARADIGMA DE LA INVESTIGACIÓN

El paradigma que se utilizara dentro de esta investigación es el paradigma interpretativo, ya que este consiste en “revelar el significado de las formas particulares de la vida social mediante la articulación sistemática de las estructuras de significado subjetivo que rigen las maneras de actuar de los individuos” (Ortiz, 2000, p.44).

La presente investigación se fundamenta desde el paradigma interpretativo, puesto que la temática abordada se estudia a partir de las experiencias vividas por los vendedores ambulantes, a su vez, permitiendo un análisis y comprensión del fenómeno de estudio.

En este orden de ideas el paradigma interpretativo permite tener en cuenta como aspecto primordial la participación de los sujetos sociales, a su vez, que sean ellos mismos quienes identifiquen la realidad del fenómeno de estudio, para así hacer un análisis del mismo acerca de lo que los beneficia y afecta, por el cual, plantear diferentes alternativas de mejorar su calidad de vida.

3.2 ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN

Esta investigación se realizara bajo el enfoque cualitativo, de acuerdo a los autores Blasco y Pérez (2007:25), señalan que,

La investigación cualitativa estudia la realidad en su contexto natural y cómo sucede,

sacando e interpretando fenómenos de acuerdo con las personas implicadas. Utiliza variedad de instrumentos para recoger información como las entrevistas, imágenes, observaciones, historias de vida, en los que se describen las rutinas y las situaciones problemáticas, así como los significados en la vida de los participantes.

La investigación de tipo cualitativa permitirá estudiar el fenómeno propuesto en el presente trabajo, desde la realidad del contexto en los procesos de espacialización e identidad de los

21

vendedores ambulantes, desde los datos recolectados en el diagnóstico, a su vez, dentro del enfoque cualitativo, no se busca comprobar teorías básicas sobre dicha problemática, sino que por medio de observación o comportamiento de estos individuos, encontrar las variables que dan problema en el marco de la investigación, se quiere experimentar dentro del escenario el estudio del contexto donde trabajan estas personas, para así conocer como es la vulnerabilidad o el trato con las personas que los rodean, desde un ámbito social se tiene en cuenta la metodología donde se alcancen los objetivos específicos para dar un resultado de gran impacto dentro del marco de la problemática bajo instrumentos de información.

3.3 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

El diseño bajo el cual se desarrollara el proyecto investigativo es el etnográfico, en primera instancia se señala que según Martínez:

La etnografía se traduce etimológicamente como el estudio de las etnias y significa el análisis del modo de vida de una raza o grupo de individuos, mediante la observación y descripción de lo que la gente hace, cómo se comportan y cómo interactúan entre sí, para describir sus creencias, valores, motivaciones, perspectivas y como esto pueden variar en diferentes momentos y circunstancias, es decir, que “describe las múltiples formas de vida de los seres humanos” (Martínez: 1994:10).

Es decir, que la etnografía nos permite abordar las realidades y fenómenos sociales desde las interacciones y acciones de las personas, teniendo en cuenta todo ser humano responde a su entorno, para así crear hábitos y patrones de comportamiento en relación del entorno en el cual, viven los vendedores ambulantes, para actuar de manera natural siempre que no se vaya a salir de la zona de confort.

Por el cual, Blázquez y Ortega (1984) conciben el espacio como “aquello que nos rodea” esto es, “los objetos, los elementos y las personas; y tener una buena percepción del espacio permitirá ser capaz de situarse, de moverse en este espacio, de orientarse, de tomar direcciones múltiples y de analizar situaciones y representarlas”

En relación al proceso investigativo a llevar a cabo se tiene en cuenta que se busca conocer la construcción de identidad en los procesos de espacialización de los vendedores ambulantes de la calle novena de Cúcuta, bajo la fundamentación de este diseño se lograra hacer una recolección de información verídica para evidencia los niveles de construcción de identidad, ya que como personas en una comunidad permitirán que con ayuda de las técnicas a utilizar se obtenga información real.

3.4 POBLACIÓN – MUESTRA

La población a tener en cuenta serán los vendedores ambulantes de la calle novena de Cúcuta, en el cual, se encuentran individuos que hacen parte del trabajo informal, también se involucrar, propietarios de establecimientos de la calle novena, del cual se ven afectados, por medio de esta práctica informal, ya que sus establecimientos son de poca visibilidad, dentro del ámbito laboral, debido a que es de suma importancia para la comunidad saber conocer que aspectos son importantes, desde la perspectiva en donde es evidente aquellas alternativas de promover la satisfacción de aquellos vendedores ambulantes, por el cual, hacen parte de la práctica del trabajo informal.

La muestra se realiza con diez vendedores ambulantes de la calle novena, ya que es un grupo, del cual se tiene fácil acceso y se encuentra en un rango de edades entre los 22 y 45 años de edad, esa cantidad como la muestra para la obtención de información ya que se ha basado en las técnicas en la que se desarrollaran para la recolección datos se requiere dichas técnicas de un grupo no superior a este número de personas, así mismo generando una participación activa de los sujetos de investigación dando el paso de cumplimiento de los objetivos planteados. Por su parte Casal y Mateu (2003), plantean que este tipo de muestreo consiste en “la elección por métodos no aleatorios de una muestra cuyas características sean similares a las de la población objetivo. En este tipo de muestreos la “representatividad” la determina el investigador de modo subjetivo, siendo este el mayor inconveniente del método ya que no podemos cuantificar la representatividad de la muestra” (p.5).

3.5 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Las técnicas a usar en esta investigación, son la observación participante, esta técnica es usada en muchas disciplinas ya que el principal objetivo de esta técnica es familiarizarnos más con

el contexto, conocer todas sus culturas costumbres, comportamientos, realidades y así poder tener una mejor interacción social y obtener datos específicos que nos aportaran mucho a nuestra investigación.

Otra de las técnicas a tener en cuenta en nuestra investigación, son las historias de vida esto nos permitirá recoger en totalidad las experiencias contadas por medio de entrevistas por periodos de tiempos el cual nos ayudara a conocer mejor los sucesos por los que han pasado los sujetos y así poder aportar a nuestra investigación esta técnica es tomada en cuenta por investigadores el cual arroja un conocimiento empírico pero de mayor importancia en el momento de llegar a conocer los sujetos tener una mejor relación con ellos ya que esto nos acerca más a ellos.

También tendremos en cuenta la entrevista ya que esta nos permite tener información relevante ya que esta técnica se toma como una conversación directa entre el investigador y el sujeto

debemos ser claros en el momento de estructurarla para así poder tener la mayor información necesaria que nos aportara en la investigación ya que esta nos arrojará información muy relevante.

La entrevista semiestructurada etnográfica en palabras de Ortiz (2007) se caracteriza porque “se plantean las mismas preguntas a todos los entrevistados, sin embargo, el orden de ellas difiere de una persona a otra, incluso la forma de plantearse puede cambiar modificando la redacción pero no la esencia o modificando el énfasis”. (p.26) además posee como ventaja la flexibilidad para hacer los cambios necesarios al momento de interrogar al entrevistado (Sommer y Sommer, 2001), siempre y cuando estos sea en la forma como se estructura la pregunta mas no el sentido sobre el cual esta se plantea.

24

3.6 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS PARA EL ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

Técnica del subrayado

Esta técnica nos sirve para establecer categorías en diferentes temas de la información recolectada facilitando la comprensión de las ideas principales de la investigación en desarrollo. Con la información suministrada por aquellos objetos de estudio, el investigador establecerá diversas unidades para incluirlas en determinadas categorías y subcategorías a las que posteriormente se les asignara un color que más se asemeje a dichas categorías; lo anterior conlleva a la fácil interpretación de la información suministrada ya que será más sencillo la comprensión de lectura de los mismos.

El aplicar esta técnica, sencilla y rápida, exigirá seguir con atención el texto y evaluar continuamente lo que el autor quiere decir y qué es lo más importante de cada párrafo; por esto, más allá de la utilidad futura del subrayado (para repasar o encontrar información importante con facilidad), esta técnica es sumamente valiosa porque obliga a centrar la atención y a leer comprensivamente. (Luetich, A. 2002. Mar, 19).

De modo que esta técnica es de gran utilidad para el proceso de analizar los datos recolectados, así mismo nos facilita la interpretación de la información recolectada extrayendo los datos más importantes que nos aporte para el proceso de la triangulación.

Triangulación

Respecto a la triangulación es un técnica de análisis de datos que se centra en el contrastar visiones o enfoques a partir de los datos recolectados. Su propósito es la contraposición de varios datos y métodos que están centrados en un mismo problema, así se pueden establecer comparaciones, en diversos contextos y temporalidades.

Al respecto, Ruth y Finol (2009) en su artículo de investigación titulado: La Triangulación como Procedimiento de Análisis para Investigaciones Educativas destacan lo siguiente: 25

La triangulación en la investigación social presenta muchas ventajas porque el utilizar diferentes métodos, éstos actúan como filtros a través de los cuales se capta la realidad de modo selectivo. Por ello conviene recoger los datos del evento con métodos diferentes: si los métodos difieren el uno del otro, de esta manera proporcionarán al investigador un mayor grado de confianza, minimizando la subjetividad que pudiera existir en cualquier acto de intervención humana (s.p).

Para realizarla se utiliza una matriz en las cuales se contengan las tres categorías de la investigación con sus respectivas subcategorías y la información que aportar a cada uno de las mismas.

26

4. HALLAZGOS

En el presente apartado se encuentra el desarrollo de los resultados obtenidos tras la recolección de la información, a su vez, el análisis de datos realizado en la investigación es abordado

desde una perspectiva cualitativa, con la finalidad de Comprender la construcción de identidad a partir de los procesos de espacialización desarrollados por los vendedores ambulantes en la calle novena del centro de Cúcuta, se expondrán los hallazgos obtenidos por medio de entrevistas semiestructuradas, a partir de la construcción de tres capítulos, por el cual enfocará en el desarrollo de los objetivos específicos que permitan alcanzar el objetivo general; aunque para la presente investigación se tienen en cuenta los factores de identidad, procesos de espacialización, trabajo informal, identidad, significados de identidad, procesos de espacialización en los vendedores, por lo tanto, se convierten en las categorías racionales las cuales se desarrollan con las subcategorías en la presente investigación a partir de un análisis teórico, de lo cual se da una respuesta a los procesos de espacialización y construcción de identidad.

En este orden de ideas el primer capítulo se propone a Identificar los principales factores de identidad en los procesos de espacialización en los vendedores ambulantes, generando analizar falencias y estrategias en construir los factores de identidad en los procesos de espacialización se optaron los vendedores ambulantes proponer que la oportunidad laboral es un factor por el cual les permite a hacer parte del trabajo informal que a su vez la cultura ciudadana, permitirá generar más orden al público, enfatizando participación en la población para así mejorar la percepción que conlleva la calle novena, para el abordaje de los sujetos de estudio, aplicaron entrevistas semiestructuradas, analizando esta como una técnica de recolección de datos, que permite extraer información eficaz para la presente investigación.

En un segundo capítulo, formas en que el trabajo informal influye en los procesos de espacialización de la calle novena del centro de Cúcuta, teniendo en cuenta la información recolectada se logra analizar porque el trabajo informal influye en dichos procesos de espacio e identidad en los vendedores ambulantes, correspondiendo aquellos componentes de estudio que inciden a los procesos de identidad social de los sujetos de estudio, lo cual se obtienen formas de trabajo informal para solventar la calidad de vida.

27

Además se desarrolla un tercer capítulo, diferentes significados de identidad en los procesos de espacialización en los vendedores ambulantes de la calle novena, así mismo, los vendedores ambulantes tengan capacidad de buscar el significado de su identidad como trabajador informal, ya sea en la parte social o cultural para así aportar a los procesos de espacialización, dentro del desarrollo del capítulo se encontraran los diferentes significados de identidad que permitirán a los sujetos de estudios interpretar su realidad social.

4.1 CAPITULO I: FACTORES DE IDENTIDAD EN LOS PROCESOS DE ESPACIALIZACIÓN EN LOS VENDEDORES AMBULANTES.

Algunos factores que influyen en el proceso de construcción de la identidad personal son: las tradiciones, las costumbres, el género, los grupos sociales, los símbolos, las instituciones políticas y sociales, según Laing (1961) define a la identidad como “aquello por lo que uno siente que es “él mismo” en este lugar y este tiempo, tal como en aquel tiempo y en aquel lugar pasados o futuros; es aquello por lo cual se es identificado” p.224. A partir de ello se entiende que el trabajo informal es el responsable directo de los procesos de espacialización en los vendedores ambulantes, de igual manera aquella identidad permite fortalecer lo que se ha construido en el espacio laboral.

A partir de los resultados obtenidos para el desarrollo del presente capítulo se logra analizar los factores de identidad en los vendedores ambulantes de la calle novena, a su vez, dichos factores son unos de los componentes que inciden al trabajo informal, lo cual permite ir dando respuesta a la pregunta bajo la cual se guía este proceso investigativo.

En relación con lo anterior, es de importancia señalar la relación que existe entre los significados de identidad y los procesos de espacialización, a partir de ellas el sujeto se involucra en el objetivo de todo lo que se encuentra en su entorno. Se afirma con base en los autores señalados, mi lugar de sustento, una oportunidad, desorden en la ciudad, a partir de estos espacios en los que se permite analizar el proceso de identidad en los vendedores informales.

A partir de cada una de las respuestas otorgadas por los vendedores ambulantes abordados en la investigación se logró determinar cómo dichos factores de identidad que influye en los procesos de espacialización en los vendedores ambulantes.

28

En un primer momento se observa como los sujetos de estudio perciben el significado de identidad, relacionándolo con actividades inmersas en donde emerge la calidad de vida o ingreso económico, según Ferrans (1990b) “Calidad de vida general definida como el bienestar personal derivado de la satisfacción o insatisfacción con áreas que son importantes para él o ella”. En esta apreciación se evidencia en lo expuesto por los sujetos de estudio (DC1, P1) “Mi lugar de sustento” (DC2, P1) “Una oportunidad” (DC3, P8) “mi familia dependen de mi trabajo”.

En este orden de ideas, los factores de identidad influyen en el auto concepto que cada individuo hace de su personalidad, en cuanto a los grupos sociales a los que pertenece, con lo que se identifica e incluso la autoestima que posee, a partir de los factores claves que lo constituyen: oportunidad laboral, la familia depende económicamente del trabajo familiar, cultura ciudadana,

según Erikson (1976), un sentido de identidad es la resultante de la habilidad del individuo para integrar sus identificaciones iniciales, parciales y variadas. La consecuencia de este proceso integrativo es un sentido de la rectitud acerca de lo que se está haciendo y un sentimiento de comodidad acerca de quién es.

Oportunidad laboral.

La oportunidad laboral se constituye como elemento esencial en la construcción de factores de identidad en los vendedores ambulantes, en este sentido Shane (2000), la información es clave para descubrir oportunidades, y también lo es el conocimiento previo sobre: (a) los mercados (p.e., relaciones con proveedores, técnicas de ventas o requisitos de capital en equipamiento); (b) la forma de servir los mercados; y (c) el conocimiento de los problemas de los clientes. Asimismo, trabajos recientes consideran la información que los emprendedores pueden obtener derivada de su capital social.

De acuerdo al teórico Shane, se puede evidenciar que entre los vendedores ambulantes se presenta dicha situación de oportunidad laboral, en cómo identificar aquel factor de identidad debido a su proceso laboral, a su vez, los sujetos de estudio expresan que (DC3, P8) “mi familia dependen de mi trabajo” DC1, P2 “Significado personal, sustentar a mi familia.” (DC1, P3) “Excluido” con base a ello se debe tener como acción principal en la familia la cual es el fortalecimiento de registrar oportunidades para generar ingresos económicos, de lo cual con lleve a realizar acciones participativas.

29

En este orden de ideas se evidencia de manera amplia el rol funcional que cumple la familia como escenario de oportunidad, ya que se observa una tendencia de salir adelante debido al alto incremento de informalidad en dicho contexto, desde la perspectivas de aquellos vendedores, es eficaz, solventar las creencias y tradiciones que contra el núcleo familiar, para así socializar sobre sus oportunidades laborales partiendo desde el factor de identidad en la que los identifican, lo cual permite explorar en los procesos de espacialización.

Sin embargo, lo expuesto deja ver que la familia es un factor involucrado para generar una mejor oportunidad laboral, ya sería un escenario eficaz, en involucrar la motivación, interés y la necesidad de todos aquellos factores de identidad que representan en dicho proceso de investigación, la cual, permite reforzar las capacidades de iniciativas propias.

De la misma manera, aquellas expresiones son tomadas en cuenta con temas que involucra el trabajo informal y una mejor calidad de vida, en otras palabras, aspectos como el sustento familiar,

es un factor que los motiva ejercer la informalidad laboral en el sector, a su vez, es quien la familia depende de quién cabeza en el hogar, para así poder suplir sus necesidades básicas, por otro lado, se puede evidenciar que también son personas excluidas por la sociedad, que representa un mal aspecto ante la clases sociales, pero no se tiene en cuenta cuál es su necesidad o que los motiva ejercer esta labor.

Cabe señalar, que existen vendedores ambulantes en otros sectores de la cual no son excluidos, ni se les vulneran sus derechos como ciudadanos, pues ellos mismo consideran que esta función es un empleo normal que les generan ingresos económicos a sus núcleos familiares, un ejemplo de ello es el actor 3 quien expresa lo siguientes “Muy mal tratados ya que no contamos como tal con el apoyo de la alcaldía nos toca salir corriendo con toda nuestra mercancía la policía nos quiere quitar lo poco que tenemos, los clientes por la inseguridad desean no salir al centro” (DC3, P3).

30

Cultura ciudadana.

La cultura ciudadana se entiende como el conjunto de los comportamientos, valores, actitudes y percepciones que comparten los miembros de una sociedad urbana; y que determinan las formas y la calidad de la convivencia, influyen sobre el respeto del patrimonio común y facilitan o dificultan el reconocimiento de los derechos y deberes ciudadanos.

Respecto a la cultura ciudadana como escenario de integración, se evidencia que impulsa acciones en las que promueve la integración de los vendedores ambulantes, sin embargo, son acciones en la cuales se desarrollan aquellas capacidades que darán satisfacción en los procesos de espacialización.

Aunque, la idea de cultura ciudadana refiere a las normas y los valores compartidos por los habitantes de una localidad. En este caso, lo ciudadano se refiere sobre todo a la dimensión política de las personas, que tienen derechos y obligaciones en el marco de la sociedad en la que viven, debido a que los vendedores ambulantes fomentan que es una acción de integración, (DC2, P6) “tener el puesto muy bien organizado”, (DC3, P5) “Por costumbre, la gente representa ser una calle muy transitada.”

Lo anterior permite percibir que la cultura ciudadana hace parte de los factores de identidad que permitan aportar en los procesos de espacialización, así mismo, los vendedores ambulantes logren incentivar la participación social en incorporar mecanismos de motivación, a su vez, la

cultura ciudadana engloba la protección y la promoción de estos derechos, que permiten la convivencia pacífica entre las personas y que resguardan el patrimonio común.

A partir de lo escrito hasta el momento, se evidencia la importancia que atañe el introducir mejorar al respecto del control cultural, del cual los vendedores ambulantes deben desempeñar, para poder generar espacios de integración o campañas de motivación en donde sean los protagonistas de una campaña social.

Ahora bien en cuanto a los factores de identidad es relevante para el trabajador social ya que permite, abarcar una misma problemática desde las diferentes perspectivas de los sujetos de estudio, ya que esta población por lo general es excluida por las demás personas de la sociedad 31

contribuyendo metodologías de gran aporte al momento de intervenir el trabajador social, por lo tanto, se infunde la capacidad de participar, la necesidad e importancia de hacer cambiar la problemática.

Sin embargo los aportes teóricos y los hallazgos descritos se evidencia que los factores de identidad son componentes que está completamente ligados a los procesos de espacialización en los vendedores ambulantes, a su vez, se ve involucrada la familia y cultura ciudadana, también se evidencian ciertas falencias tales como forjar las capacidades de los sujetos de estudio que los permita analizar sobre la construcción de identidad, para poder generar nuevas iniciativas desde el proceso de integración.

En coherencia con lo anterior es importante mencionar que la oportunidad laboral y cultura ciudadana, también hace parte del gobierno en generar nuevos paralelos en estos procesos de espacialización, motivando o incentivando a los vendedores informales, desde campañas, capacitaciones o inducciones que permita garantizar dichos factores de identidad sean factibles, a su vez, generando políticas públicas, planes y programas que se pueda generar herramientas necesarias con estos actores involucrados en el contexto informal de la calle novena.

4.2 CAPITULO II: FORMAS EN QUE EL TRABAJO INFORMAL INFLUYE EN LOS PROCESOS DE IDENTIDAD Y ESPACIALIZACION DE LA CALLE NOVENA DEL CENTRO DE CÚCUTA.

En el desarrollo del presente capítulo se encuentra enmarcada las categorías de trabajo informal e identidad en los procesos de espacialización en vendedores ambulantes, contenidas por sus subcategorías, que se determinan como empleo, derecho, economía, emprendimiento, para González et al. (2006), trabajo informal, es una forma urbana de hacer las cosas, cuya marca

distintiva incluye: pocas habilidades y capital, operación en pequeña escala, producción de trabajo intensivo con “tecnología” adaptada y un mercado no regulado y competitivo.

En este sentido, la importancia de las formas en que el trabajo informal influye en los procesos de identidad debido al aporte de González sobre el trabajo informal la cual es una capacidad de obtener beneficios de calidad de vida, ya que se presenta una informalidad en el 32

presente contexto de estudio, para así poder identificar cuáles son las formas que influyen en los procesos de espacio e identidad.

Teniendo en cuenta la información recolectada se logra analizar porque el trabajo informal influye en dichos procesos de espacio e identidad en los vendedores ambulantes, correspondiendo aquellos componentes de estudio que inciden a los procesos de identidad social de los sujetos de estudio, lo cual se obtienen formas de trabajo informal para solventar la calidad de vida.

Empleo Informal

El empleo informal, se refiere a la actividad laboral de los trabajadores independientes, los vendedores ambulantes, las trabajadoras de servicio doméstico, los limpiavidrios, entre otros. Por lo general, son mal remunerados y ofrecen condiciones laborales deficientes, así mismo, no cuentan con la debida protección legal para las relaciones laborales, de lo cual, son empleos sin protección social, que no brindan una estabilidad económica para los involucrados. Por su parte la Organización Internacional del Trabajo (2002, p. 24) considera que:

El empleo informal puede tener características como falta de protección en casos como el no pago de salarios, obligación de hacer sobretiempo o turnos extraordinarios, despidos sin aviso ni compensación, condiciones de trabajo inseguras y ausencia de beneficios como las pensiones, el reposo por enfermedad o el seguro de salud. Las mujeres, los migrantes y otros grupos de trabajadores vulnerables que no tienen otras oportunidades se ven obligados a aceptar trabajos en condiciones de informalidad.

Con bases en las respuestas proporcionadas por los sujetos de estudio se evidencia que hay una mayor presencia de empleo informal, economía, emprendimiento, puesto que los espacios que se generan, en primera instancia son propuestos por la calidad de vida, en muchos de los espacios se ve la presencia de diferentes elementos que se caracterizan dichas formas de trabajo informal que influye en los procesos de espacio e identidad.

Se considera que los asalariados tienen un empleo informal si su relación de trabajo, de derecho o, de hecho, no está sujeta a la legislación laboral nacional, al impuesto sobre la renta, a la protección social o a determinadas prestaciones relacionadas con el empleo (preaviso al despido, indemnización por despido, vacaciones anuales pagadas o licencia pagada por enfermedad, etc.). (Rodríguez y Calderón, 2015, p. 42).

Por lo anterior, se puede decir que los sujetos de estudio son llevados o inducidos a ejercer el trabajo informal, teniendo en cuenta sus necesidades, económica, calidad de vida, facilidad, debido a que participar en esta acción laboral, permite reflejar beneficios para sus familiares, en otras palabras, los sujetos de estudio por medio de entrevistas nos cuentan como es el proceso de ejercer la informalidad. Cuando se les pregunta sobre, “¿Qué opinión tiene acerca sobre el trabajo informal que existe en la ciudad?”. A lo cual estos expresan, “forma en que se practique se lleve a cabo con orden espacio bien ubicado, aseado buena cultura” (DC1, P10), “pocas oportunidades que nos brinda la ciudad” (DC2, P10), “muchas personas vive de esto” (DC5, P10).

Del mismo modo, se pudo ver reflejada la categoría de economía y emprendimiento a través de las encuestas aplicadas, así como el auto desconocimiento en términos de que dichas acciones también le competen en la calidad de vida, debido a que manifiestan en todo momento cuales son su privilegios en realizar o ejercer dicho empleo, de lo cual sus familias es el factor primordial, a su vez se identifican de que forma el empleo informal influye en su identidad, de lo cual parte de la siguiente pregunta “¿Cuáles son las razones que lo llevan a ocupar la percepción que tiene usted, frente a lo que simboliza su puesto de trabajo?” “no respetamos los espacios públicos, desorden en la ciudad” (DC1, P15), “Generar ingresos para el sustento de mi familia.” (DC3, P15), “Mi motivo para ganar el pan diario” (DC3, P15).

Por consiguiente, se pudo encontrar que los sujetos de estudio no sienten compromiso frente a los procesos de identidad o espacialización, no obstante, es posible que sea el resultado de que no se les tomen cuenta, puesto que en los momentos en que se han interesado por ser partícipes han sido subestimados “forma en que se practique se lleve a cabo con orden espacio bien ubicado, aseado buena cultura” (DC1, P10), es decir, que no se les confía plenamente en el desarrollo de actividades para determinar acciones desarrolladas.

Ahora bien, en cuanto a lo descrito se puede inferir que la manifestación de empleo informal está presente en los diferentes escenarios en los que se encuentran los vendedores ambulantes del contexto, sin embargo, las falencias que ocasionan dicha situación pueden ocasionarse por la falta

de identidad, responsabilidad, compromiso, a su vez, también se percibe la ausencia de conocimiento sobre los procesos de espacialización e identidad de lo cual es un factor de desinterés sobre la integración social en dicho contexto.

Emprendimiento

Desde la postura de Audretsch (2004), refiriéndose al papel del empresariado en la sociedad, afirma que luego de una caída durante el período de la posguerra, en los últimos años el espíritu empresarial y la pequeña empresa se han convertido en el motor del crecimiento en todo el mundo. Aunque el emprendedor simplemente es aquella persona que empieza una nueva actividad, ya sea económica, social, política, ya que los sujetos de estudio podrán identificar una oportunidad de negocio y los recursos necesarios para colocarlos en marcha.

Con base a las características del emprendimiento enfatizado con la oportunidad laboral, se puede dar cuenta que en los sujetos de estudio, tan solo se da que participen en los proyectos asignados por la alcaldía municipal dependiendo de sus necesidades laborales de lo cual se identifiquen que formas de trabajo informal permitan influir los procesos de espacialización e identidad.

Como se mencionó anteriormente, el emprendimiento se ve muy sesgado en los vendedores ambulantes de la calle novena del centro de Cúcuta, según lo manifestado por los actores abordados, ¿Tiene algún emprendimiento que lo lleve a lograr sus metas? “estar más cómodo, no ser molestia a la ciudadanía” (DC1, P14), “algún momento lograr mi emprendimiento” (DC3, P14), “fortalecer mi puesto para llegar a contar con un local” (DC3, P14).

Dentro de las características del emprendimiento se encuentra, por ejemplo la población informada pero con un estilo de vida diferente al no ser promovido para incentivar sus expectativas futuras de empoderar los beneficios que pueden traer para sus familias, acudiendo a las habilidades 35

que cada sujeto debe propagar sus capacidades que le sirve como experiencia en su vida, lo cual se explica de la siguiente manera, “se refieren a las capacidades y competencias como las habilidades y conocimientos del individuo que resultan de la evolución de las aptitudes desarrolladas a lo largo de su vida, gracias al aprendizaje y la experiencia” (López et al., 2004).

En esta forma de empleo informal se presencia en los sujetos de estudios que es uno de los aspectos más cercanos que permite experimentar nuevas alternativas de motivación para generar nuevos ingresos económicos en donde proporcione una mejor calidad de vida a sus familiares según

lo relatado por los sujetos de estudio, “prosperar con lo poco que se gana” (DC1, P16) “Sobrevivir día a día mi significado es salir adelante.” (DC4, P16), “Mi motivo para ganar el pan diario” (DC4, P16), aunque es importante que se informe a los sujetos de estudio sobre los procesos de integración de promover mejor requerimiento de ser un buen emprendedor como lo afirman los actores.

4.3 CAPITULO III: DIFERENTES SIGNIFICADOS DE IDENTIDAD EN LOS PROCESOS DE ESPACIALIZACIÓN EN LOS VENDEDORES AMBULANTES DE LA CALLE NOVENA.

Para el presente capítulo se tendrán en cuenta los diferentes significados de identidad que poseen los vendedores ambulantes en los procesos de espacialización, bajo dicha categoría se abarcan las subcategorías que son conocimiento, cultura, social político, delimitación que comprenden dentro de ciertas características que se encuentran descritas posteriormente.

Con base en los aportes teóricos se comprende que “los seres humanos somos animales que se auto interpretan; y la base social o cultural de la identidad corresponde a la participación innegable de los otros y del contexto de la comunidad en lo que cada uno es”. (Charles Taylor, 2006), esta apreciación con lleva a que los vendedores ambulantes tengan capacidad de buscar el significado de su identidad como trabajador informal, ya sea en la parte social o cultural para así aportar a los procesos de espacialización, dentro del desarrollo del capítulo se encontraran los diferentes significados de identidad que permitirán a los sujetos de estudios interpretar su realidad social.

36

Conocimiento de identidad

Si bien es cierto que la identidad es circunstancia de ser una persona, a su vez, es determinada por un conjunto de rasgos o características que la diferencia de otras personas. Para Charles Taylor (1996), la identidad personal es una realización de un modo de vida con significado dentro de un marco cultural y de relación de sí mismo con los otros significantes y que expresa una valoración de bienes en términos de elegir el mejor modo de ser y de vivir en los vendedores ambulante, ya que al conocer su identidad pueden defender sus derechos igualitarios.

De acuerdo con los postulados del autor hace referencia a la importancia del conocimiento de identidad en los vendedores ambulantes, es decir, hace especial hincapié para el desarrollo de su teoría en los procesos de participación, enmarcando el margen jurídico y su aplicación, del cual se considera de suma importancia al señalar la participación de los vendedores conlleva al desarrollo de crear su propia identidad en el contexto que conviven, resaltando que es un principio de dar

significado o aporte eficaz para correlacionar con los procesos de espacialización “La identidad personal se apoya en el supuesto de que un individuo, puede ser distinguido de todos los demás, y de que entorno a todos estos medios de diferenciación puede adherirse una historia continua y única de hechos sociales.” (Gutiérrez, 2009).

Con base en lo anterior y teniendo en cuenta la información recolectada por parte de los vendedores ambulantes, se puede establecer que los sujetos de estudio presentan un ligero conocimiento frente al tema de identidad, señalando básicamente aquellos a los que tienen acceso como a la economía, sustento familiar, emprendimiento, valores, entre otros.

Al indagar con los sujetos de estudio que es lo que conciben o comprenden ellos como conocimiento de identidad, se puede observar que la mayoría tienen breve conocimiento sobre la categoría de estudio “significados de identidad”, el cual permite su reconocimiento, que les da acceso a una calidad de vida, según lo expresan los actores “procesos de orden, incomodar a alguien con la presencia de mi puesto” (D1, P17), “El orden público mejor espacio a los clientes” (D3, P17), “Sobrevivir día a día mi significado es salir adelante.” (D4, P16), “Mi motivo para ganar el pan diario” (D4, P16).

37

Por otra parte, existe un mínimo porcentaje de esta población que desconoce completamente lo que significa conocimiento de identidad, “la necesidad falta de oportunidades” (D3, P13). Ello ocasiona cierta preocupación, debido a que el desconocimiento del significado de identidad conlleva a que no puedan ser promovidos y definidos sumándole a esto que los sujetos de estudio no identifiquen cuando les son vulnerados.

En conclusión, se puede decir frente a la temática del conocimiento de identidad que es percibida en la población de manera general, como aspecto importante y que se conocen algunas de las alternativas que pueden tomar en caso de que sus derechos no sean respetados por los demás, sin embargo, en cuanto al tema de este proyecto se abarca los procesos de identidad y espacialización, se ve confusa en los sujetos de estudio desde la perspectiva de identidad, lo cual permite observar que no se desarrolla una buena temática en cuanto a ello desde los diferentes escenarios.

Identidad Cultural

La identidad cultural constituye un proceso que en la actualidad se encuentra muy poco atendido por parte de los actores, en lo que respecta la identidad cultural comprende una serie de particularidades según lo plantea Salgado (1999) que la Identidad Cultural está referida al

componente cultural que se moldea desde edad temprana a través de nuestras costumbres, hábitos, fiestas, bailes, modos de vida, todo aquello que forma parte de nuestro folklore y que es una expresión misma de nuestro pasado y presente con proyección al futuro.

Desde los postulados de Salgado (1999), en referencia a identidad cultural presenta los siguientes componentes: identidad cultural, étnica, social e histórica. De tal manera, que para construir la identidad nacional, tendríamos que empezar por trabajar cada uno de estos pilares, incluida la identidad cultural.

Teniendo en cuenta lo anterior y así mismo la información obtenida, se puede señalar respecto a dichos aspectos comunicativos con los sujetos de estudio abordados, que gran parte de la misma se interés por expresar sus ideas y decir lo que piensan de manera voluntaria, pero lo 38

hacen únicamente en ámbitos de confianza “Ocupando un lugar público” (DC1, P18), “Derecho a la libertad” (DC2, P18), “el espacio Es público y todos tenemos derecho de vender” (DC4, P18).

Por ende, resulta de gran interés demostrar a los sujetos de estudio que la identidad cultural ante todo como se mencionó en el apartado anterior, es un derecho que poseen y de igual forma que va mucha más de allá de ser partícipe de una intervención, de participación o diferentes actividades de esta índole, si bien es cierto que son diferentes manifestaciones y expresiones de la identidad cultural, también es cierto que hace falta la visión frente a ella y de todo lo que a partir de ella se puede lograr.

En cuanto a ello, se pudo evidenciar que no existe conocimiento frente al tema por parte de los sujetos de estudio, algunos manifiestan no saber absolutamente nada respecto a ello y otro por su parte lo han escuchado pero no saben lo que es, en que consiste, ni mucho menos como se realiza y muy pocos lo tienen mínimamente claro, esto con base en lo expresado por los sujetos de estudio “empezar de nuevo” (DC2, P20), “Me vería bastante afectado ya que todos mis clientes conocer mi puesto” (DC3, P20), “Empezaría a buscar otra identidad en otro espacio” (DC4, P20), “Mi identidad no cambiaría lo que cambiaría sería la organización” (DC5, P20).

Es importante resaltar que desde la visión del Trabajo Social se considera primordial abordar los temas aquí trabajados respecto a la identidad cultural, cabe aclarar que es esencial intervenirlos desde la informalidad ya que es mucho más accesible que los vendedores ambulantes aprendan desde su puesto laboral conocer que para aprender primero deben desaprender, lo cual hace menos eficiente y eficaz el proceso de intervención.

Finalmente se puede establecer que el desarrollo y fortalecimiento de dichas capacidades de identidad cultural en los sujetos de estudio se ha visto permeada por diversos componente y factores, lo cual se toma preocupante desde la perspectiva social, ya que ello denota falencias también en las dinámicas sociales, ya que hace que los vendedores ambulantes crezcan subvalorando su propia identidad, que sean autónomos, críticos, decididos pero si se tomen indiferentes hacia su realidad social.

39

5. CONCLUSIONES

Tras el proceso de recolección de información y su respectivo análisis se puede concluir de manera concreta, lo siguiente:

Se evidencia la importancia que posee la construcción de identidad en los procesos de espacialización a partir de los principales factores que permite conocer a identidad de los vendedores ambulantes.

La familia desempeña su rol como escenario socializador desde los aspectos básicos, sin abarcar la informalidad de los vendedores ambulantes que participan en las diferentes acciones del entorno.

El poder ocupar un espacio en este sector les ha costado, muchos sacrificios, el tener que pelear con las autoridades legales, e incluso con ellos mismo para a hacer respetar su permanencia en el lugar.

La identidad generalmente hace referencia a una serie de rasgos, características propias de una personas, o un grupo de ellos que logran diferenciarlos de los demás, por el cual, alude a aquella apreciación que cada individuo se tiene sobre sí mismo en comparación con otros, que puede incluir la percepción de toda una colectividad.

Los espacios públicos tienen una gran influencia en la ciudad, ya que aquellos lugares están bien diseñados del cual ayudan a la ciudad como tal en varios componentes como, el orden público, reduce el cambio climático, da beneficios en salud y bienestar a sus habitantes.

Toda persona debe conocer sus valores como buen ciudadano, más que eso conocer cuáles son sus parámetros en los procesos de espacialización, saber interactuar, diferenciar aquellas identidades que los hacen ser personas ambulantes, en establecer mecanismos de integración bajo aquellos conceptos de identidad.

La identidad se construye a partir de la interacción con otros, aunque la formación de identidad pública implica un proceso de reconocimiento y valoración que lo hacen de forma individual. 40

El trabajo informal en la ciudad ha aumentado por la poca demanda de inversionistas en la ciudad, en lo cual, la única alternativa es la informalidad, que ha tenido un asentamiento notorio en las calles de Cúcuta, en especial en el calle novena del centro de la ciudad.

El trabajo informal en los vendedores ambulantes, desempeñan esta actividad laboral debido a quienes reciben ingresos al margen tributario por parte del gobierno, aunque ellos emplean esta acción como trabajadores independientes.

6. RECOMENDACIONES

En concordancia con los resultados obtenidos del proceso de investigación y con base en la metodología adoptada para dicha investigación, se realizan las siguientes recomendaciones:

Se considera pertinente abordar la problemática de la construcción de identidad en los procesos de espacialización desde el entorno que les rodea, haciendo especial énfasis en sus escenarios socializadores como los son familia, trabajo, barrio y comunidad, ya que son los espacios en los que se desarrolla el afecto para construir identidad.

Se recomienda de vital importancia intervenir en cuanto a los procesos de espacialización, ya que aborda dicha problemática de construcción de identidad en los vendedores ambulantes comprometidos y que se interesen por las diferentes situaciones que le rodean.

Se recomienda vinculación de los agentes sociales como lo son entes gubernamentales o instituciones que sean de carácter privado o público, para la solución de dicha problemática como la informalidad que se presenta en las diversas calles de la ciudad.

7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Berger y Luckman (1971), concepto de construcción social. Recuperado de:
<https://www.redalyc.org/pdf/299/29901112.pdf>

Blasco y Pérez (2007:25), Enfoque Cualitativo. Recuperado de, http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/mirm/enfoque_cualitativo.html

Bohigas, (2004) Reflexiones sobre espacio público. Recuperado de
[file:///C:/Users/usuario/Downloads/263776-Text%20de%20l'article-356867-2-10-20130416%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/usuario/Downloads/263776-Text%20de%20l'article-356867-2-10-20130416%20(1).pdf)

Calderón, J. Identidades culturales y globalización. En Revista «Umbral» número 8 Abril 1998. Olmedo. España.

Concepto definición. (Última edición: 3 de enero del 2015). Definición de Identidad. Recuperado de: <https://conceptodefinicion.de/identidad/>. Consultado el 25 de abril del 2020.

Ender, E (1995) Definición de investigación <https://www.webscolar.com/definiciones-de-investigacion-con-su-autor>

Erikson, (2011) Construcción de identidad. (P.3), Recuperado de,
<https://es.slideshare.net/aleplacencia/construccion-de-identidad-9849554>

Ferrans (1990) Calidad de vida: Una revisión teórica del concepto. Recuperado de
https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-48082012000100006

Ghai (2003), Trabajo decente, concepto e indicadores. Concepto de trabajo informal. Recuperado de: <https://ilo.org/public/spanish/revue/download/pdf/ghai.pdf>

Ghiso, A. (2009). Métodos de la investigación cualitativa. Artículo tomado de: Rodríguez, G., Gregorio y otros: Metodología de la investigación cualitativa. Ediciones Aljibe. Málaga España. P. 39-59.

González (2009) El uso social del espacio público y sus vínculos con el sistema integrado de transporte masivo. Caso: Cartagena. (Tesis de Postgrado) Pontificia Universidad Javeriana. Bogotá, Colombia.

Grimson (2008), concepto de cultura, recuperado de: <file:///C:/Users/usuario/Downloads/DialnetElConceptoDeLaCultura-5173324.pdf>

Horacio Capel (2002), concepto de trabajo informal. Recuperado de:
<https://www.cepal.org/mujer/noticias/noticias/1/11151/delgado.pdf>

Laing (1961), Identidad cultural y sociocultural. Recuperado de:
http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/mocl/rodriguez_s_jl/capitulo1.pdf 43

Ley 361 de 1997 Accesibilidad de la personas con movilidad reducida. Obtenido de
<http://www.minvivienda.gov.co/POTPresentacionesGuias/Gu%C3%ADA%20Recuperaci%C3%B3n.pdf>

Ley de 1989 Reforma Urbana. Recuperado de

<http://www.minvivienda.gov.co/POTPresentacionesGuias/Gu%C3%ADa%20Recuperaci%C3%B3n.pdf>

Ortiz, J. (2000). Paradigmas de la investigación. Unadocumenta. 14 (1), 42-48. Recuperado de <http://postgrado.una.edu.ve/filosofia/paginas/ortizunadoc.pdf>.

Rodríguez Gutiérrez Armando. (2009, abril 2). Qué es la identidad. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/que-es-la-identidad/>

Romero, C. (2006) Espacios públicos y calidad de vida urbana. Estudio de caso en Tijuana, Baja California (Tesis de Maestría) Universidad la Frontera del Norte Ciudad Juárez, Chihuahua. México.

Sahui (2002), Las nociones de espacio público y su correlato en la ciudad, Recuperado de: <https://journals.openedition.org/polis/3612>

SALGADO, C. (1999). ¿Quiénes somos los peruanos? Una perspectiva psicológica de la Identidad Nacional. Lima, Perú: Universidad de San Martín de Porres.

Sen, A. (2008). *Identidad y violencia. La ilusión del destino*. Argentina: Katz.

http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S169288572015000200007#:~:text=De%20acuerdo%20con%20la%20filosof%C3%ADa,de%20ser%20y%20de%20vivir. Sierra & Flores (2018), Fortalecimiento de la identidad cultural colombiana a través de textos literarios en estudiantes de grado cuarto. Universidad Libre, Bogotá, Colombia.

Tajfel, H. (1981) La identidad. Definición de identidad social. Recuperado de: <https://www.gitanos.org/publicaciones/guiapromocionmujeres/pdf/03.pdf>

Tajfel, H. y Turner, J. C. (1986). La teoría de la identidad social del comportamiento intergrupar. En S. Worchel y W. G. Austin (Eds.), *Psicología de las relaciones intergrupales* (2ª ed., Págs. 7-24). Chicago: Nelson-Hall.

Taylor, C. (1996). Identidad y reconocimiento. *Revista de investigaciones Filosóficas y Políticas*, 7, 10-19. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1692-88572015000200007

Toledo & Guamanquispe, (2015) Identidad cultural y su incidencia en el desarrollo turístico de la parroquia Pilahuín cantón Ambato provincia de Tungurahua. (Tesis de pregrado) Universidad Técnica de Ambato. Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación.

Valdivia, (2018) Análisis del comercio informal y su relación con el deterioro del espacio público ocasionado en el mercado El Huequito, Tarapoto (Tesis de pregrado) Universidad de Toropo. 44

8. APÉNDICES

8.1 Apéndice 1. Cuadro Categorial

Objetivo General	Objetivo Específicos	Categorías	Subcategorías	Indicadores
------------------	----------------------	------------	---------------	-------------

Comprender la construcción de identidad a partir de los procesos de espacialización desarrollados por los vendedores ambulantes en la calle novena del centro de Cúcuta	Identificar los principales factores de identidad en los procesos de espacialización en los vendedores ambulantes.	Factores de identidad Procesos de espacialización	Valores Cultura Economía	¿Qué factores afectan en los procesos de identidad y espacialización en los vendedores ambulantes? ¿Cuáles son las formas de trabajo informal que permiten a los vendedores a realizar procesos de identidad? ¿Qué características económicas se
	Describir las formas en que el trabajo informal influye en los procesos de identidad y espacialización de la calle novena del centro de Cúcuta.	Trabajo informal Identidad	Empleo Derecho Economía Emprendimiento	

	Contrastar los diferentes significados de identidad en los procesos de espacialización en los vendedores ambulantes de la calle novena.	Significados de identidad Procesos de espacialización en los vendedores	Conocimiento Cultural Social Político Delimitación Actividad	identifican en los procesos de espacialización? ¿Cuáles son los significados de identidad que aportan los vendedores ambulantes?
--	---	--	---	---

8.2 Apéndice 2. Mapeo de Actores

MAPEO DE ACTORES		
ACTOR	SITUACIÓN	ESCENARIOS
V. ambulante 1	Entrevista	Hogar
V. ambulante 2	Entrevista	Medio digital
V. ambulante 3	Entrevista	Medio digital
V. ambulante 4	Entrevista	Hogar

V. ambulante 5	Entrevista	Medio digital
Propietario 1	Entrevista	Hogar
Propietario 2	Entrevista	Medio digital
Propietario 3	Entrevista	Medio digital
Transeúnte 1	Entrevista	Medio digital
Transeúnte 2	Entrevista	Medio digital

8.3 Apéndice 3. Rutas de recolección de información

FORMATO PARA ENTREVISTA SEMI-ESTRUCTURADA O ESTRUCTURADA
Objetivo 1. • Identificar los principales factores de identidad en los procesos de espacialización en los vendedores ambulantes.

Categoría	Preguntas orientadoras
------------------	-------------------------------

Factores de Identidad	<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Qué significado le da a su espacio donde se encuentra laborando? 2. ¿De qué forma ha sentido usted, que se le ha vulnerado como vendedor ambulante? 3. ¿Cuáles son los principales factores que le influye en su proceso laboral?
-----------------------	---

Procesos de espacialización	<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Está usted de acuerdo con los procesos espacialización asignados por el secretario de espacio público? 2. ¿Cuál ha sido su postura frente a la reubicación de los vendedores ambulantes del sector? 3. ¿Cuáles son las razones que lo motivan a permanecer en su sitio laboral?
-----------------------------	---

Objetivo 2. • Describir las formas en que el trabajo informal influye en los procesos de identidad y espacialización de la calle novena del centro de Cúcuta.	
Categoría	Preguntas orientadoras
Trabajo informal	<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Qué opinión tiene acerca sobre el trabajo informal que existe en la ciudad? 2. ¿Qué piensas sobre el alto crecimiento de vendedores informales en el sector Calle Novena? 3. ¿De qué forma la situación actual Covid-19 ha afectado la economía en el sector?

<p>Identidad</p>	<p>1. ¿Cuáles son las razones que lo llevan a ocupar la percepción que tiene usted, frente a lo que simboliza su puesto de trabajo? 2. ¿Cuáles han sido las estrategias que la Alcaldía ha intentado socializarles a los vendedores ambulantes para mejorar el proceso de espacialización en el sector? 3. ¿Qué opina de las experiencias de sus compañeros reubicados por la administración municipal en los nuevos puestos de trabajo?</p>
<p>Objetivo 3. • Contrastar los diferentes significados de identidad en los procesos de espacialización en los vendedores ambulantes de la calle novena.</p>	
<p>Categoría</p>	<p>Preguntas orientadoras</p>

<p>Significados de identidad</p>	<p>1. ¿El aumento de vendedores ambulantes en el sector ha afectado su economía? 2. ¿Cree usted que la inseguridad del sector afecta su puesto de trabajo?</p>
<p>Procesos de espacialización en los vendedores</p>	<p>1. ¿Cuál es su postura frente a las estrategias propuestas por la Alcaldía para la reubicación de los vendedores ambulantes? 2. ¿Qué relación encuentra usted entre el lugar donde está laborando su trabajo con el éxito de su puesto laboral?</p>

FICHA DE OBSERVACIÓN

LUGAR: Calle Novena Centro

FECHA: 20/10/2020

ACTORES: Vendedores Ambulantes de la Calle Novena del Centro (Cúcuta) PROPOSITO: Evidenciar como los vendedores ambulantes perciben la construcción de identidad a través de la observación.

CATEGORÍA

SUBCATEGORÍA

DESARROLLO

FACTORES DE IDENTIDAD

ECONOMÍA

CULTURA

VALORES

EMPLEO

Siendo las 9:00 AM del día 20 de Octubre del 2020 se realiza el primer contacto con los vendedores ambulantes de la Calle Novena del Centro (Cúcuta), siendo un total de 8 muestras a trabajar para la recolección de la información.

El ejercicio se inicia con la presentación de los investigadores quienes informan el objetivo de su presencia allí y continúan con la presentación de los actores, lo que se realiza a través de la técnica rompe hielo. A continuación se genera un dialogo partiendo de la pregunta ¿Qué significado le da usted a su espacio donde se encuentra laborando?

En relación a la pregunta anterior se obtienen respuestas como:

VA1: “Mi lugar de sustento”

VA2: “Tiene mucho significado ya que en este puesto llevo más de 8 años laborando junto a mi familia.”

VA3: “Es mi segundo hogar porque duro todo el día todos los días ahí” VA4: “Es el que me da la papa

diaria” VA5: “Oportunidad de ganar dinero” VA6: “Es mi

segundo hogar”

		VA7: “Una oportunidad” VA8: “Bueno”
--	--	--

8.5 Apéndice 5. Diarios de campo

DIARIO DE CAMPO 1
LUGAR: Calle Novena Centro FECHA: 23/10/2020 HORA: 9:00 AM ACTOR: Vendedor 1 PROPOSITO: Realizar entrevista abierta para comprender la construcción de identidad a partir de los procesos de espacialización desarrollados por los vendedores ambulantes en la calle novena del centro de Cúcuta.

CATEGORÍA	SUBCATEGORÍA	DESARROLLO
-----------	--------------	------------

FACTORES DE IDENTIDAD	VALORES	<p>¿Qué significado le da usted a su espacio donde se encuentra laborando?</p> <p>R/ Mi lugar de sustento.</p>
	CULTURA	<p>¿Tiene algún significado cultural su puesto de trabajo?</p> <p>R/ Más bien significado personal ya que con eso puedo sustentar a mi familia.</p>
	CULTURA	<p>¿De qué forma es tratado usted por su condición laboral?</p> <p>R/ Excluido.</p>
	CULTURA	<p>¿La inseguridad en el sector, ha afectado sus ingresos económicos? R/ Si.</p>
	ECONOMÍA	<p>¿Qué identidad cultural representa la calle novena?</p> <p>R Peligrosa /.</p>
	ECONOMÍA	<p>¿De qué manera la Alcaldía Municipal puede llegar a establecer orden en el sector?</p> <p>R/ Orden publico debido a que hay gente que no cuida y no levanta la mugre, y forma desorden y nos señalan a todos y pagamos justos por pecadores.</p>

49

PROCESOS DE ESPACIALIZACIÓN	CULTURA	<p>¿Cuál ha sido su postura frente a la reubicación de los vendedores ambulantes del sector?</p> <p>R/ Mala.</p>
-----------------------------	---------	--

<p>TRABAJO INFORMAL</p>	<p>ECONOMÍA</p>	<p>¿Cuáles son las razones que lo motivan a permanecer en su sitio laboral?</p> <p>R/ Mi sustento diario ya que con eso se resuelve para la comida.</p>
	<p>ECONOMÍA</p>	<p>¿Está usted de acuerdo con los puestos de trabajo asignados por el Secretario de espacio público?</p> <p>R/ No.</p>
	<p>EMPLEO</p>	<p>¿Qué opinión tiene acerca sobre el trabajo informal que existe en la ciudad?</p> <p>R/ Es bueno de la forma en que se practique y se lleve a cabo con orden y en un espacio bien ubicado, aseado y con buena cultura es bueno.</p>
	<p>DERECHO</p>	<p>¿Qué piensas sobre el alto crecimiento de vendedores informales en el sector Calle Novena?</p> <p>R/ A veces es una falta de respeto ya que ocupan callen donde se desplazan los automóviles y hasta en los andenes también roban el espacio a lo público, se debe ingeniar un espacio en donde no sea incomodo tu presencia.</p>
	<p>ECONOMÍA</p>	<p>¿Qué apoyo económico le ha dado la Alcaldía por su trabajo informal?</p> <p>R/ Ninguno.</p>

		<p>R/ Se está volando muchas cosas ya que por lo que más se esfuerza no molestar de igual manera se está ocupando un lugar público.</p>
--	--	---

51

<p>PROCESOS DE ESPACIALIZACIÓN EN LOS VENDEDORES</p>	<p>SOCIAL</p>	<p>¿Cómo cree usted que se alteraría su identidad como vendedor informal en los nuevos procesos de reubicación de espacio público?</p> <p>R/ Menos ventas.</p>
	<p>SOCIAL</p>	<p>¿De qué manera se vería afectada su identidad si se le asigna nuevos puestos laborales en el sector?</p> <p>R/ Menos ventas.</p>
	<p>DELIMITACIÓN</p>	<p>¿Por qué considera propio el espacio que ocupa para ejercer su actividad laboral?</p> <p>R/ No es propio no lo considero así, somos conscientes que el lugar es público y que debemos tener el cuidado posible para no incomodar tanto.</p>
	<p>DELIMITACIÓN</p>	<p>¿La reducción del espacio público de qué manera ha afectado su condición social al laborar?</p> <p>R/ Si.</p>

52

DIARIO DE CAMPO 2

LUGAR: Calle Novena Centro

FECHA: 23/10/2020 HORA: 9:00 AM

ACTOR: Vendedor 2

PROPOSITO: Realizar entrevista abierta para comprender la construcción de identidad a partir de los procesos de espacialización desarrollados por los vendedores ambulantes en la calle novena del centro de Cúcuta.

CATEGORÍA	SUBCATEGORÍA	DESARROLLO
-----------	--------------	------------

FACTORES DE IDENTIDAD	VALORES	¿Qué significado le da usted a su espacio donde se encuentra laborando? R/ Una oportunidad.
	CULTURA	¿Tiene algún significado cultural su puesto de trabajo? R/ Si, es donde más gente visita este parque.
	CULTURA	¿De qué forma es tratado usted por su condición laboral? R/ Me ignoran.
	CULTURA	¿La inseguridad en el sector, ha afectado sus ingresos económicos? R/ Claro, toca esconder la plata.
	ECONOMÍA	¿Qué identidad cultural representa la calle novena? R/ Histórica.
	ECONOMÍA	¿De qué manera la Alcaldía Municipal puede llegar a establecer orden en el sector?

	EMPRESARIATO	ocupar espacios públicos? R/ El desempleo formal . ¿Tiene algún emprendimiento que lo lleve a lograr sus metas?
--	--------------	--

		R/ Mi emprendimiento es mi familia.
--	--	--

<p>PROCESOS DE ESPACIALIZACIÓN EN LOS VENDEDORES</p>	<p>DELIMITACIÓN</p>	<p>¿La reducción del espacio público de qué manera ha afectado su condición social al laborar?</p> <p>R/ No solo nos quita la libertad si nos quieren manejar</p>
--	---------------------	---

<p>DIARIO DE CAMPO 3</p> <p>LUGAR: Calle Novena Centro FECHA: 23/10/2020 HORA: 9:00 AM ACTOR: Vendedor 3 PROPOSITO: Realizar entrevista abierta para comprender la construcción de identidad a partir de los procesos de espacialización desarrollados por los vendedores ambulantes en la calle novena del centro de Cúcuta.</p>		
<p>CATEGORÍA</p>	<p>SUBCATEGORÍA</p>	<p>DESARROLLO</p>

<p>FACTORES DE IDENTIDAD</p>	<p>VALORES</p> <p>CULTURA</p> <p>CULTURA</p>	<p>¿Qué significado le da usted a su espacio donde se encuentra laborando?</p> <p>R/ Tiene mucho significado ya que en este puesto llevo más de 8 años laborando junto a mi familia.</p> <p>¿Tiene algún significado cultural su puesto de trabajo?</p> <p>R/ Si, ya que trato de tener el puesto muy bien organizado para así poder llamar la atención de los clientes y me compren de mis productos.</p> <p>¿De qué forma es tratado usted por su condición laboral?</p>
------------------------------	--	--

		<p>R/ Somos muy mal tratados ya que no contamos como tal con el apoyo de la alcaldía y muchas veces nos toca salir corriendo con toda nuestra mercancía porque la policía nos quiere quitar lo poco que tenemos.</p>
--	--	--

<p>PROCESOS DE ESPACIALIZACIÓN</p>	<p>CULTURA</p>	<p>¿La inseguridad en el sector, ha afectado sus ingresos económicos?</p> <p>R/ Si, ya que los clientes por la inseguridad desean no salir al centro, si no a lo justamente necesario.</p>
	<p>ECONOMÍA</p>	<p>¿Qué identidad cultural representa la calle novena?</p> <p>R/ por costumbre de la gente representa ser una calle muy transitada.</p>
	<p>ECONOMÍA</p>	<p>¿De qué manera la Alcaldía Municipal puede llegar a establecer orden en el sector?</p> <p>R/ Considero que los de transito puede generar un poco de orden no dejando parque vehículos en la vía para que allá una movilidad rápida del transporte y la gente pueda transitar mejor.</p>
	<p>CULTURA</p>	<p>¿Cuál ha sido su postura frente a la reubicación de los vendedores ambulantes del sector?</p> <p>R/ No estoy de acuerdo ya que nos quieren reubicar en un sitio que no es transitado por la gente y así no tendríamos ingresos como lo es en la calle 9.</p>
	<p>ECONOMÍA</p>	

	<p>ECONOMÍA</p>	<p>¿Cuáles son las razones que lo motivan a permanecer en su sitio laboral?</p> <p>R/ razones económicas, ya que mi familia dependen de mi trabajo.</p> <p>¿Está usted de acuerdo con los puestos de trabajo asignados por el Secretario de espacio público?</p> <p>R/ No, no estoy de acuerdo ya que están asignados en un sitio donde no va mucha gente.</p>
--	-----------------	--

<p>PROCESOS DE ESPACIALIZACIÓN EN LOS VENDEDORES</p>	<p>CULTURAL SOCIAL</p> <p>SOCIAL</p> <p>SOCIAL</p> <p>DELIMITACIÓN</p> <p>DELIMITACIÓN</p>	<p>¿Cuál sería el derecho que usted tiene a considerar el espacio que ocupa para ejercer su actividad laboral, como parte de su identidad?</p> <p>R/ De que el espacio Es público y todos tenemos derecho de vender y de sobrevivir.</p> <p>¿Cómo cree usted que se alteraría su identidad como vendedor informal en los nuevos procesos de reubicación de espacio público?</p> <p>R/ La jubilación sería un gran problema, es cómo empezar de nuevo.</p> <p>¿De qué manera se vería afectada su identidad si se le asigna nuevos puestos laborales en el sector?</p> <p>R/ Empezaría a buscar otra identidad en otro espacio.</p> <p>¿Por qué considera propio el espacio que ocupa para ejercer su actividad laboral?</p> <p>R/ Porque la tierra donde caminamos es libre.</p> <p>¿La reducción del espacio público de qué manera ha afectado su condición social al laborar?</p> <p>R/ Ya tenemos que exhibir pocas cosas y la mercancía se pierde.</p>
--	--	--

DIARIO DE CAMPO 5

LUGAR: Calle Novena Centro

FECHA: 23/10/2020 HORA: 9:00 AM

ACTOR: Vendedor 5

PROPOSITO: Realizar entrevista abierta para comprender la construcción de identidad a partir de los procesos de espacialización desarrollados por los vendedores ambulantes en la calle novena del centro de Cúcuta.

CATEGORÍA	SUBCATEGORÍA	DESARROLLO
-----------	--------------	------------

<p>FACTORES DE IDENTIDAD</p>	<p>VALORES</p>	<p>¿Qué significado le da usted a su espacio donde se encuentra laborando?</p> <p>R/ Oportunidad de ganar dinero.</p>
	<p>CULTURA</p>	<p>¿Tiene algún significado cultural su puesto de trabajo?</p> <p>R/ Son llamativas para el público.</p>
	<p>CULTURA</p>	<p>¿De qué forma es tratado usted por su condición laboral?</p> <p>R/ Regular, muchas veces somos discriminados por el espacio.</p>
	<p>CULTURA</p>	<p>¿La inseguridad en el sector, ha afectado sus ingresos económicos?</p> <p>R/ Si, los horarios se deben reducir por inseguridad.</p>
	<p>ECONOMÍA</p>	<p>¿Qué identidad cultural representa la calle novena?</p> <p>R/ Lugar de mucha gente.</p>
	<p>ECONOMÍA</p>	<p>¿De qué manera la Alcaldía Municipal puede llegar a establecer orden en el sector?</p> <p>R/ Organizando los puestos de trabajo limitados a un espacio determinado.</p>

PROCESOS DE ESPACIALIZACIÓN EN LOS VENDEDORES	SOCIAL	¿De qué manera se vería afectada su identidad si se le asigna nuevos puestos laborales en el sector? R/ Mi identidad no cambiaría lo que cambiaría sería la organización.
	DELIMITACIÓN	¿Por qué considera propio el espacio que ocupa para ejercer su actividad laboral? R/ Porque es donde ubico mi puesto y estoy encargado del lugar.
	DELIMITACIÓN	¿La reducción del espacio público de qué manera ha afectado su condición social al laborar? R/ En no poder extender mí negocio.

DIARIO DE CAMPO 6

LUGAR: Calle Novena Centro

FECHA: 23/10/2020 HORA: 10:00 AM

ACTOR: Propietario 1

PROPOSITO: Realizar entrevista abierta para comprender la construcción de identidad a partir de los procesos de espacialización desarrollados por los vendedores ambulantes en la calle novena del centro de Cúcuta.

CATEGORÍA	SUBCATEGORÍA	DESARROLLO
-----------	--------------	------------

<p>PROCESOS DE ESPACIALIZACIÓN</p>	<p>CULTURA</p>	<p>¿De qué forma es tratado usted por su condición laboral?</p> <p>R/ De buena forma de parte de mis vecinos.</p>
	<p>CULTURA</p>	<p>¿La inseguridad en el sector, ha afectado sus ingresos económicos? R/ No pero se ve mucho ampa en el sector.</p>
	<p>ECONOMÍA</p>	<p>¿Qué identidad cultural representa la calle novena?</p> <p>R/ Es una calle muy transitada desde hace mucho tiempo la mayoría de gente la identifica por los todo a cinco mil.</p>
	<p>ECONOMÍA</p>	<p>¿De qué manera la Alcaldía Municipal puede llegar a establecer orden en el sector?</p> <p>R/ Minimizando la cantidad de vendedores ambulantes y que se vean más policía patrullando.</p>
	<p>CULTURA</p>	<p>¿Cuál ha sido su postura frente a la reubicación de los vendedores ambulantes del sector?</p> <p>R/ Estoy en total desacuerdo tapan la visibilidad de mi local y se adueñan del espacio público.</p>
	<p>ECONOMÍA</p>	<p>¿Cuáles son las razones que lo motivan a permanecer en su sitio laboral?</p> <p>R/ Llevo 4 años laborando allí y es lo que me sostiene económicamente.</p>
	<p>ECONOMÍA</p>	<p>¿Está usted de acuerdo con los puestos de trabajo asignados por el Secretario de espacio público?</p> <p>R/ No.</p>