



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE SOCIOLOGÍA



**BIENESTAR SOCIOAFECTIVO Y EXPECTATIVAS SOBRE EL
FUTURO DE LOS COMERCIANTES DE LOS MERCADOS LA
BOMBONERA Y CENTRAL, CUSCO-PUNO, 2023**

TESIS

PRESENTADA POR:

Bach. STHEFANI RIVAS SUMIRI

Bach. SAIDA MILAGROS MAMANI MAMANI

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

LICENCIADO EN SOCIOLOGÍA

PUNO – PERÚ

2024



NOMBRE DEL TRABAJO

Bienestar socioafectivo y expectativas sobre el futuro de los comerciantes de los mercados La Bombonera y Central, Cusco-Puno, 2023

AUTOR

Sthefani Rivas Sumiri/ Saida Milagros Mamani Mamani

RECuento DE PALABRAS

16988 Words

RECuento DE CARACTERES

95078 Characters

RECuento DE PÁGINAS

88 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

1.6MB

FECHA DE ENTREGA

Jun 26, 2024 6:28 AM GMT-5

FECHA DEL INFORME

Jun 26, 2024 6:30 AM GMT-5

● 14% de similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos.

- 13% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 10% Base de datos de trabajos entregados
- 3% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

● Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Material citado
- Material citado
- Coincidencia baja (menos de 8 palabras)




Dr. Gustavo Medina Vilca
DIRECTOR DE LA UNIDAD DE INVESTIGACION
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
UNA - PUNO


DR. FEBRIN FRANCISCO DIANA SERNA
REG. CSP Nº 0348

Resumen



DEDICATORIAS

Dedico este logro, a mi papá Wilfredo Rivas Guillen, a mi mamá Basilia Sumiri Mamani; por velar mi bienestar, por su gran apoyo y motivación, por estar ahí desde el primer paso que di, por las palabras de ánimo en aquellos momentos de dificultad, por corregirme cuando me equivoco, por ser mis pilares para seguir adelante, por haberme forjado como la persona que soy, muchos de mis logros se los debo a ustedes, es un orgullo y privilegio ser su hija; a mi hermana Yadira Rivas Sumiri, por ser esa persona que me guía y está en las buenas y malas, por motivarme a alcanzar mis proyectos y ser un ejemplo de superación; a mí misma por no rendirme y seguir adelante, los amo con mi vida.

STHEFANI.R.S.



A Dios el creador de cosas maravillosas, por haberme permitido llegar a este punto de mi vida con su bendición y buena salud.

A mí apreciada madre Aguida, por haber sido mi soporte en los momentos más difíciles de mi vida, por su amor incondicional y por ser el pilar fundamental de mis logros.

A mi padre Leonidas, por sus buenos consejos, por guiarme por el camino correcto y ser ejemplo de logro.

A mi hija Romina Gutierrez por haber llegado a mi vida en el momento indicado, por ser mi mayor motivación de perseverancia, mi fortaleza, el angelito que ilumina mi vida, para ella mi amor infinito.

SAIDA MILAGROS.M.M.



AGRADECIMIENTOS

Agradecemos a Dios por bendecirnos la vida, por guiarnos a lo largo de nuestra existencia, ser el apoyo y fortaleza en aquellos momentos de dificultad y debilidad.

Nuestra gratitud a nuestra Escuela Profesional de Sociología, a los docentes, quienes con su apoyo y enseñanza contribuyeron la base de nuestra vida profesional, en especial a mi asesor de tesis Dr. Fermin Francisco Chaiña Chura por haber conducido este proyecto con éxito.

Finalmente agradecemos a nuestros jurados; Dr. Fermin Laqui Ramos, M.Sc. Elizalde Coacalla Vargas y Mg. Leon Isaac Quispe Huaranca; por sus conocimientos y aporte a la tesis.

Sthefani & Saida M.



ÍNDICE GENERAL

	Pág.
DEDICATORIAS	
AGRADECIMIENTOS	
ÍNDICE GENERAL	
ÍNDICE DE FIGURAS	
ÍNDICE DE TABLAS	
ÍNDICE DE ANEXOS	
ÍNDICE DE ACRÓNIMOS	
RESUMEN	13
ABSTRACT.....	14
CAPITULO I	
INTRODUCCIÓN	
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	15
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	16
1.2.1. Problema general.....	16
1.2.2. Problemas específicos	16
1.3. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN	17
1.3.1. Hipótesis general	17
1.3.2. Hipótesis específicos.....	17
1.4. JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO.....	17
1.5. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	19



1.5.1. Objetivo General	19
1.5.2. Objetivo Específicos	19

CAPÍTULO II

REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1. ANTECEDENTES	20
2.1.1. Antecedentes internacionales	20
2.1.2. Antecedentes nacionales	20
2.1.3. Antecedentes locales	22
2.2. MARCO TEÓRICO	22
2.2.1. Bienestar socioafectivo	22
2.2.2. Expectativas sobre el futuro	28
2.3. MARCO CONCEPTUAL	33
2.3.1. Bienestar socioafectivo	33
2.3.2. Expectativas sobre el futuro	33
2.3.3. Niveles de bienestar socioafectivo	33
2.3.4. Afecto positivo	33
2.3.5. Expectativas normativas	33
2.3.6. Expectativas idealistas	34
2.3.7. Expectativas realistas	34

CAPÍTULO III

MATERIALES Y MÉTODOS

3.1. ZONA DE ESTUDIO	35
3.2. TIPO DE ESTUDIO	36
3.2.1. Tipo de investigación	36



3.2.2. Diseño de investigación	36
3.2.3. Técnica e instrumentos.....	38
3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA.....	39
3.3.1. Población.....	39
3.3.2. Muestra.....	40
3.3.3. Procedimiento	42
3.4. VARIABLES	43
3.5. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS.....	43
CAPITULO IV	
RESULTADOS Y DISCUSIÓN	
4.1. RESULTADOS	45
4.1.1. Resultados de la variable bienestar socioafectivo.....	45
4.1.2. Prueba de normalidad de los datos.....	61
4.1.3. Prueba de hipótesis.....	62
4.2. DISCUSIÓN	66
V. CONCLUSIONES	75
VI. RECOMENDACIONES	77
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	78
ANEXOS.....	82

Área : Organizaciones, Liderazgo y Gestión Organizacional

Tema : Bienestar Socioafectivo y Expectativas sobre el Futuro.

Fecha de sustentación: 1 de Julio del 2024.



ÍNDICE DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Dimensión social del mercado La Bombonera.....	46
Figura 2. Dimensión social del mercado central.....	47
Figura 3. Dimensión afecto positivo del mercado La Bombonera	49
Figura 4. Dimensión afecto positivo del mercado central	51
Figura 5. Dimensión expectativas personales de logro mercado central	52
Figura 6. Dimensión expectativas personales de logro mercado la Bombonera	54
Figura 7. Expectativas socioculturales mercado central	55
Figura 8. Expectativas socioculturales La bombonera	57
Figura 9. Expectativas de incertidumbre	58
Figura 10. Expectativas de incertidumbre mercado central.....	59



ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Escala de bienestar socio afectivo y expectativas sobre el futuro.....	39
Tabla 2. Fiabilidad de instrumentos	39
Tabla 3. Población de estudio	40
Tabla 4. Tamaño de la muestra	41
Tabla 5. Cuadro operacionaliación de variables	43
Tabla 6. Dimensión social del mercado La Bombonera	45
Tabla 7. Dimensión social del mercado central	47
Tabla 8. Dimensión afecto positivo del mercado La Bombonera.....	48
Tabla 9. Dimensión afecto positivo del mercado central.....	50
Tabla 10. Dimensión expectativas personales de logro mercado central.....	52
Tabla 11. Dimensión expectativas personales de logro mercado la Bombonera.....	53
Tabla 12. Expectativas socioculturales mercado central	55
Tabla 13. Expectativas socioculturales La bombonera.....	56
Tabla 14. Expectativas de incertidumbre	58
Tabla 15. Expectativas de incertidumbre mercado central	59
Tabla 16. Pruebas de normalidad.....	61
Tabla 17. Prueba estadística de hipótesis general	62
Tabla 18. Prueba estadística de hipótesis específica 1	63
Tabla 19. Prueba estadística de hipótesis específica 2.....	64
Tabla 20. Prueba estadística de hipótesis específica3.....	65



ÍNDICE DE ANEXOS

	Pág.
Anexo 1. Cuadro de matriz de variables	83
Anexo 2. Cuadro de operacionalización de variables	84
Anexo 3. Declaraciones juradas de autenticidad.....	85
Anexo 4. Autorizaciones para el depósito de tesis	87



ÍNDICE DE ACRÓNIMOS

SPSS : Statistical Package For The Social Sciences- Paquete Estadístico



RESUMEN

La presente investigación evidencia que los comerciantes del mercado La Bombonera y el Mercado Central han enfrentado ciertas dificultades, como la falta de apoyo social, la desigualdad social y desafíos relacionados con su estabilidad socioeconómica debido a su dependencia de las operaciones diarias y al contacto cercano con los consumidores. La crisis política y el impacto persistente del COVID-19 han reducido los ingresos, afectando negativamente el bienestar socioafectivo y las perspectivas futuras de estos comerciantes. Frente a ello, se planteó como objetivo principal determinar la forma en que se relacionan el bienestar socioafectivo y las expectativas sobre el futuro de los comerciantes de los mercados La Bombonera y Central, Cusco-Puno, 2023. El estudio se enmarcó en un enfoque cuantitativo, correlacional, transeccional y no experimental. Con una población de 2500 comerciantes de La Bombonera y 500 comerciantes del Mercado Central, la muestra de estudio estuvo conformada por 248 comerciantes del Mercado La Bombonera y 57 comerciantes del Mercado Central. Como técnica de recolección de datos se utilizó la encuesta, con su respectivo instrumento. Tras procesar estadísticamente la información, los resultados evidenciaron una relación significativa entre el bienestar socioafectivo y las expectativas sobre el futuro de los comerciantes de los mercados. Estos resultados se tornan relevantes para que las autoridades pertinentes puedan adoptar decisiones informadas y eficaces para promover un ambiente favorable para los comerciantes, incrementando su bienestar y contribuyendo al progreso económico local.

Palabras Clave: Bienestar socioafectivo, Comerciantes, Desigualdad social, Expectativas sobre el futuro, Mercado.



ABSTRACT

The merchants of the La Bombonera and Mercado Central markets have faced certain difficulties such as lack of social support, facing social inequality and weighing difficulties in terms of their socioeconomic stability due to their dependence on daily operations and close contact with consumers. The political crisis and the persistent impact of COVID-19 have reduced income, negatively affecting the socio-affective well-being and future prospects of these merchants. Faced with this, it is proposed to determine the way in which socio-affective well-being is related to the expectations about the future of the merchants of the La Bombonera and Central markets, Cusco-Puno, 2023. The study is framed in the quantitative, correlational, transectional and non-experimental. With a population of 2,500 merchants from La Bombonera and 500 merchants from the Central Market, of which a stratified sampling was established for 341 of them, using the survey technique and applying questionnaires on socio-affective well-being and expectations about the future. After statistically processing the information. The results show the significant relationship between socio-affective well-being and expectations about the future of market traders. These results become relevant so that the relevant authorities can make informed and effective decisions to promote a favorable environment for traders, increasing their well-being, and contributing to local economic progress.

Keywords: Socio-affective Well-being, Merchants, Social inequality, Expectations about the future, Market.



CAPITULO I

INTRODUCCIÓN

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En el contexto de las regiones Cusco y Puno, los mercados de La Bombonera y Central han sido centros de actividad comercial fundamentales que han influido significativamente en la dinámica socioeconómica de la zona. Sin embargo, a pesar de su importancia, existe una carencia de estudios detallados que exploren el bienestar socioafectivo y las expectativas sobre el futuro de los comerciantes que operan en estos mercados. Este vacío de conocimiento impide una comprensión integral de las condiciones de vida y perspectivas de quienes dependen de estos espacios para su sustento. Por otro lado, es preciso aclarar que el bienestar socioafectivo de los individuos, especialmente de aquellos involucrados en el comercio informal, es esencial para el desarrollo sostenible de su comunidad. A pesar de la relevancia de este aspecto, no se ha investigado a fondo cómo las condiciones de trabajo, las relaciones interpersonales y los factores socioafectivos influyen en el bienestar de los comerciantes en los mercados La Bombonera y Central. Esta falta de conocimiento limita la capacidad de implementar políticas y programas que aborden las necesidades específicas de estos actores comerciales. Así mismo, la dimensión de nuestra investigación denominada como la incertidumbre económica y social plantea desafíos significativos para cualquier comunidad, y los comerciantes de los mercados La Bombonera y Central no son ajenos a esta realidad. A pesar de la importancia de comprender las expectativas de estos comerciantes sobre su futuro, no se dispone de estudios que analicen de manera detallada cómo perciben su situación a largo plazo, qué obstáculos anticipan y qué aspiraciones



tienen. Esta falta de información obstaculiza la formulación de estrategias que puedan ayudar a estos comerciantes a enfrentar los desafíos venideros de manera más efectiva.

Los mercados La Bombonera y Central no solo son lugares de transacciones comerciales, sino también comunidades vibrantes que contribuyen significativamente a la identidad cultural y al desarrollo económico local. La falta de comprensión sobre el bienestar y las expectativas de los comerciantes puede tener repercusiones directas en la estabilidad económica de la región y en la calidad de vida de quienes dependen de estos mercados para subsistir.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.2.1. Problema general

¿Cuál es la relación del bienestar socioafectivo y las expectativas sobre el futuro de los comerciantes de los mercados La Bombonera y Mercado Central, Cusco-Puno, 2023?

1.2.2. Problemas específicos

P1. ¿Cuál es la relación del bienestar socioafectivo y las expectativas personales de logro de los comerciantes de los mercados La Bombonera y Mercado Central?

P2. ¿Cuál es la relación del bienestar socioafectivo y las expectativas socioculturales de los comerciantes de los mercados La Bombonera y Mercado Central?

P3. ¿Cuál la relación del bienestar socioafectivo y las expectativas de incertidumbre de los comerciantes de los mercados La Bombonera y Mercado Central?



1.3. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

1.3.1. Hipótesis general

El bienestar socioafectivo tiene relación significativa con las expectativas sobre el futuro de los comerciantes de los mercados La Bombonera y Central, Cusco-Puno, 2023

1.3.2. Hipótesis específicos

H1. El bienestar socioafectivo tiene relación significativa con las expectativas personales de logro de los comerciantes de los mercados La Bombonera y Mercado Central.

H2. El bienestar socioafectivo tiene relación significativa con las expectativas socioculturales de los comerciantes de los mercados La Bombonera y Mercado Central.

H3. El bienestar socioafectivo tiene relación significativa con las expectativas de incertidumbre de los comerciantes de los mercados La Bombonera y Mercado Central

1.4. JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO

A nivel internacional, la crisis sanitaria generada por la propagación del virus del COVID-19 ha impactado de manera profunda en los sistemas económicos y en las dinámicas de vida de distintos países, incidiendo en la actividad comercial y la seguridad financiera de diversos sectores. La incertidumbre resultante ha llevado a cambios en las expectativas de futuro y a una reevaluación del bienestar socioafectivo en función de las restricciones y las dificultades a las que se enfrentan los individuos en sus roles comerciales y personales.



A nivel nacional, en el contexto de Perú, la crisis política y el impacto continuado del COVID-19 han influido en la economía, afectando especialmente a los sectores comerciales locales. Las medidas de confinamiento y las restricciones en la movilidad han alterado las operaciones comerciales y han desencadenado ajustes en las estrategias de subsistencia de los comerciantes. Esta situación ha llevado a una mayor complejidad en el bienestar socioafectivo, en la medida en que los desafíos económicos y la incertidumbre sobre el futuro han generado tensiones en el bienestar general de la población.

En el ámbito local, los mercados "La Bombonera" en Sicuani, Cusco y Central de la ciudad de Puno, se convierten en un microcosmos que refleja las dinámicas más amplias a nivel internacional y nacional. Los comerciantes de este mercado han enfrentado dificultades adicionales debido a su dependencia de las operaciones diarias y al contacto cercano con los consumidores. La crisis política y el impacto persistente del COVID-19 han reducido los ingresos, afectando negativamente el bienestar socioafectivo y las perspectivas hacia el futuro de estos comerciantes. La combinación de factores económicos y de salud pública ha transformado la relación entre el bienestar socioafectivo y las expectativas futuras en este contexto a nivel local.

A nivel práctico, el estudio se realizó porque posee una relevancia directa en la esfera funcional y operativa al abordar la interrelación entre el bienestar socioafectivo y las expectativas de futuro de los comerciantes del mercado "La Bombonera" en Sicuani, Cusco y el Mercado Central de Puno. La comprensión de estos aspectos se convierte en una herramienta fundamental para los responsables de la formulación de políticas públicas y estrategias de desarrollo local, así como para el desarrollo de actividades académicas a nivel universitario.



1.5. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.5.1. Objetivo General

Determinar la relación del bienestar socioafectivo y las expectativas sobre el futuro de los comerciantes de los mercados La Bombonera y Mercado Central, Cusco-Puno, 2023

1.5.2. Objetivo Específicos

O1. Identificar la relación del bienestar socioafectivo y las expectativas personales de logro de los comerciantes de los mercados La Bombonera y Mercado Central.

O2. Especificar la relación del bienestar socioafectivo y las expectativas socioculturales de los comerciantes de los mercados La Bombonera y Mercado Central

O3. Determinar la relación del bienestar socioafectivo y las expectativas de incertidumbre de los comerciantes de los mercados La Bombonera y Mercado Central



CAPÍTULO II

REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1. ANTECEDENTES

2.1.1. Antecedentes internacionales

Jiménez (2021) evaluó la satisfacción de vida que mantienen distintos estudiantes universitarios en el departamento del Meta, Colombia, mediante una muestra de 50 participantes de diversos programas académicos. Se recopilaron datos sociodemográficos a través de entrevistas y se aplicó la Escala de Bienestar socioafectivo de Diener. Los resultados preliminares indicaron que la mayoría de los jóvenes expresaron estar satisfechos con varios aspectos de sus vidas, especialmente las mujeres.

Mohamad (2019) abordó la evaluación subjetiva de la vida y las diversas formas de abordar desafíos sociales. Tras recopilar datos de 142 jóvenes universitarios en Buenos Aires, se evidencia que el bienestar socioafectivo se correlaciona positivamente con orientaciones y estilos constructivos de resolución de problemas, mientras que se relaciona negativamente con enfoques disfuncionales. Estos hallazgos refuerzan la importancia de una perspectiva positiva y razonada en la resolución de problemas para promover el bienestar.

2.1.2. Antecedentes nacionales

Peña (2022) indagó sobre la relación existente entre las variables satisfacción de vida y locus de control, ambas presentes en distintos jóvenes universitarios pertenecientes al sur del Perú, la investigación contó con una metodología correlacional descriptiva de tipo no experimental, escogiendo como muestra de investigación a un total de 350 alumnos universitarios que cursan sus



estudios en Moquegua, realizada la investigación se concluyó que, existe una positiva correlación entre ambas variables, con lo que se buscaría establecer un programa que ayude a mejorar la calidad de vida y por ende, la satisfacción de los estudiantes con la misma a partir de cambios en el locus de control.

Chira (2021) realizó un estudio buscando conocer cuál es la relación que se mantiene entre las variables de satisfacción de vida y bienestar psicológico, en estudiantes que culminaron sus estudios universitarios en Lima, Perú, en el transcurso de la pandemia, para lo cual, fue escogida una muestra de 101 estudiantes, los resultados reflejan una positiva correlación entre dichas variables y, a su vez, siendo que, el bienestar psicológico mantiene una importancia muy grande en asegurar la satisfacción de vida de los graduados.

Fernández (2021) realizó una investigación con el fin de encontrar la relación que existe entre la satisfacción de vida de un total de 333 alumnos de un centro educativo con las expectativas a largo plazo que tienen los mismos, la investigación conto con una metodología descriptiva correlacional y un diseño transversal, los resultados de dicha investigación reflejan la existencia de una significativa correlación entre las variables de estudio, concluyéndose que, las expectativas a largo plazo se relacionan con la satisfacción de vida de dichos estudiantes.

Bohórquez (2020) realizó una investigación sobre la relación que existe entre las variables de expectativas a futuro en distintos estudiantes que cursan la universidad en la ciudad de Lima, Perú, y la satisfacción familiar que mantienen los mismos, dicho estudio conto con una muestra de un total de 125 estudiantes, los resultados reflejan la inexistencia de una significativa relación entre dichas variables.



2.1.3. Antecedentes locales

Quispe (2023) exploró la relación entre envejecimiento activo y bienestar socioafectivo en adultos mayores. Utilizando un enfoque teórico y un diseño transversal no experimental con método hipotético-deductivo, se aplicaron cuestionarios tipo Likert a 60 adultos mayores de conveniencia. Los resultados indicaron dificultades en la salud física y mental, la participación social y las relaciones familiares. Se concluyó que existe una correlación moderada (Rho de Spearman 0.495) entre envejecimiento activo y bienestar socioafectivo en este contexto.

Hilasaca y Mamani (2019) realizaron una investigación con el fin de conocer cuál es la relación que existe entre las variables de bienestar socioafectivo y resiliencia, presentes en alumnos que estudian en un centro educativo de índole particular situado en la ciudad de Juliaca, la investigación conto con distintas escalas que cumplieron el objetivo de recolectar información de una muestra conformada por un total de 167 estudiantes, que cursan sus estudios comprendidos en los grados de cuarto y quinto de secundaria. Los resultados reflejan la presencia de una significativa correlación entre las variables de resiliencia y bienestar socioafectivo, concluyéndose la existencia de una conexión entre las mismas.

2.2. MARCO TEÓRICO

2.2.1. Bienestar socioafectivo

El bienestar socioafectivo, se concibe como un constructo multidimensional que refleja la interacción compleja entre los individuos y su entorno social. Desde esta perspectiva, se consideran factores como las relaciones interpersonales, las normas culturales y la pertenencia a grupos sociales como



elementos que mantienen influencia es como es percibido el bienestar y lo satisfechas que se encuentran las personas con sus vidas (Carrión, et al., 2000).

Desde la óptica económica, el bienestar socioafectivo puede interpretarse como un resultado de la maximización de la utilidad individual, donde la consecución de recursos y metas materiales se asocian con una mayor satisfacción. Esta perspectiva reconoce la importancia de la estabilidad financiera y la mejora en el nivel de vida para contribuir a la satisfacción general (Delfino, et al., 2014).

En el contexto de la calidad de relaciones sociales y afectivas, el bienestar socioafectivo se considera como un componente clave que abarca aspectos subjetivos y objetivos de la experiencia de una persona. Se destaca la relevancia de aspectos como la salud, la educación, el ambiente, las oportunidades laborales y la seguridad, y cómo estos elementos influyen en el grado de satisfacción general de la vida de una persona (Barcelata y Rivas, 2016).

El bienestar socioafectivo es un componente esencial del bienestar subjetivo, que engloba el nivel de satisfacción y la erradicación de cualquier tipo de emociones negativas. Se considera que el bienestar socioafectivo es una parte fundamental de la experiencia global de bienestar, junto con la presencia de alegría, satisfacción y bienestar emocional en general (Barcelata y Rivas, 2016).

El bienestar socioafectivo se interpreta como un indicador del crecimiento personal y el logro de metas individuales. Desde esta perspectiva, el bienestar socioafectivo se asocia con el sentido de autorrealización, la consecución de aspiraciones personales y la sensación de estar en consonancia con los valores y propósitos personales.



2.2.1.1. Importancia del bienestar socioafectivo

El bienestar socioafectivo se mantiene presente en la vida de todas las personas, evaluado de manera subjetiva es esencial para determinar el bienestar, dicha evaluación engloba descripciones de la vida personal en cuanto a la felicidad y satisfacción que se posee. Dicho indicador tiene la facultad de evaluar la adaptación tanto cognitiva como emocional de los individuos con el entorno en el que viven, la capacidad que mantienen los mismos para enfrentarse ante la adversidad y los desafíos. La resiliencia también se encuentra comúnmente relacionada con el bienestar socioafectivo, la misma que a su vez, relaciona la fortaleza que tienen los individuos para soportar y adaptarse al estrés, siendo que, el bienestar socioafectivo promueve la mejora de la salud mental (Barcelata y Rivas, 2016, p. 45).

La sociología define al bienestar socioafectivo como una expresión de la calidad de vida que es evaluada por los componentes de la sociedad. Los comportamientos que se mantienen sobre la calidad de relaciones sociales y afectivas pueden afectar el desenvolvimiento social de los individuos hacia su comunidad, y que los mismos participen en distintas actividades de socialización. Martínez (2004).

La cohesión social también se encuentra relacionada de forma íntima junto con la integración al bienestar socioafectivo, las personas que cuentan con un mayor bienestar socioafectivo usualmente mantienen una mayor predisposición a colaborar para conseguir la satisfacción general y contribuir a una vida comunitaria (p. 56).



El bienestar socioafectivo mantiene una importancia al momento de realizar decisiones con respecto a la vida personal y las distintas políticas públicas al ser abordada desde una perspectiva económica, la elección de una carrera profesional, las inversiones y los gastos en educación, además de distintas decisiones, pueden ser guiadas a partir de la satisfacción personal.

Navarro (2013), sostiene que:

El bienestar socioafectivo también se convierte en un parámetro para conseguir medir la efectividad de los programas de asistencia social planteados por el estado, los mismos que se encuentran dirigidos a contribuir en la calidad de relaciones sociales y afectivas del común de la población (p. 154).

La relevancia de la satisfacción de vida se encuentra en la posibilidad que tiene de poder medir de forma subjetiva el bienestar propio de las personas de manera individual, teniendo en cuenta las distintas dimensiones que la comprenden, la influencia que mantiene la misma se encuentra presente en distintos ámbitos de la vida tales como, el económico, en la toma de decisiones, el sociológico, en la participación social, el psicológico en la autopercepción, y diversas formas de relacionar dichos ámbitos en la vida cotidiana. Es por ello que, se considera que el bienestar socioafectivo ejerce un impacto multidimensional, siendo un tema de investigación fructífero y encontrándose su práctica en distintos ámbitos de la cotidianidad.



2.2.1.2. Determinantes del bienestar socioafectivo

Según Martínez (2004) se pueden identificar varios factores clave que afectan el bienestar socioafectivo, dentro de los cuales se identifican como principales:

Apoyo Social: Se refiere a la disponibilidad de ayuda, comprensión y asistencia emocional de las personas en la red social. Un fuerte sistema de apoyo social se correlaciona positivamente con un mayor bienestar socioafectivo, ya que brinda un medio para compartir preocupaciones y alegrías (Navarro, 2013).

Desigualdad Social: Puede erosionar el bienestar socioafectivo, ya que las diferencias extremas de ingresos y oportunidades pueden generar tensiones y conflictos en la sociedad. La falta de equidad y justicia social puede afectar negativamente la satisfacción emocional de los individuos (Carrión, et al., 2000).

Estabilidad Socioeconómica: La estabilidad económica y la seguridad laboral son factores determinantes del bienestar socioafectivo. La preocupación constante por la seguridad financiera puede generar estrés y ansiedad, lo que afecta negativamente las relaciones y la satisfacción emocional (Chira, 2021).

Salud Mental: La salud mental es esencial para el bienestar socioafectivo. Los trastornos mentales y emocionales pueden tener un impacto significativo en la capacidad de una persona para establecer y mantener relaciones satisfactorias, lo que a su vez influye en su bienestar (Martínez, 2004).



2.2.1.3. Niveles de bienestar socioafectivo

Alarcón (2006) expresa que los distintos niveles presentados referentes al bienestar socioafectivo, se interpretan como espejos que permiten que los individuos puedan evaluar de manera subjetiva la calidad de relaciones sociales y afectivas y el bienestar que poseen los mismos. El bienestar socioafectivo comprende los siguientes: bajo bienestar socioafectivo, moderado bienestar socioafectivo, alto bienestar socioafectivo y muy alto bienestar socioafectivo.

2.2.1.4. Dimensiones del bienestar socioafectivo

Calleja (2022) manifiestan que el bienestar socioafectivo se puede medir desde dos perspectivas distintas, las que son:

Satisfacción con la Vida: Se refiere a la percepción subjetiva que una persona tiene sobre su bienestar general. Es una medida de la evaluación cognitiva y afectiva que una persona realiza sobre su propia vida, considerando aspectos como el logro de metas, la calidad de las relaciones sociales, el nivel de satisfacción en el trabajo y otros aspectos relevantes para su existencia. Esta dimensión aborda la apreciación global que una persona tiene de su propia vida y su capacidad para alcanzar una sensación de plenitud y realización personal.

Afecto Positivo: Se centra en la experiencia y manifestación de emociones positivas en la vida de una persona. Incluye sentimientos como la felicidad, la alegría, la gratitud y el entusiasmo. El afecto positivo refleja la capacidad de una persona para experimentar emociones placenteras y optimistas, lo que contribuye significativamente a su bienestar emocional.



Esta dimensión no solo se relaciona con la frecuencia de experimentar emociones positivas, sino también con la intensidad y la duración de esas experiencias emocionales.

2.2.1.5. Medición del bienestar socioafectivo

El bienestar socioafectivo es una variable cualitativa puesto que, según la Real Academia Española (2023), la palabra afectividad significa:

“1. f. Cualidad de afectivo. 2. f. Conjunto de sentimientos, emociones y pasiones de una persona. 3. f. Tendencia a la reacción emotiva o sentimental.”

No obstante; es posible medir la misma de manera cuantitativa mediante el instrumento estandarizado denominado Escala de Bienestar Subjetivo EBS-8 de Calleja, et al., (2022), el cual es un instrumento breve, válido y confiable para la medición del bienestar subjetivo en personas hispanohablantes.

2.2.2. Expectativas sobre el futuro

2.2.2.1. Conceptualización

Desde una perspectiva sociológica, las expectativas sobre el futuro se analizan como parte de las estructuras sociales y las interacciones. Estas expectativas son moldeadas por normas culturales, valores compartidos y las dinámicas sociales en una determinada comunidad o sociedad. Además, las expectativas pueden ser influenciadas por las estructuras de poder y desigualdad, ya que ciertos grupos pueden tener acceso a recursos y oportunidades que afecten sus perspectivas de futuro de manera diferente (Casal, et al., 2005).



En el ámbito económico, las expectativas sobre el futuro tienen un papel central en la toma de decisiones financieras y económicas. Los agentes económicos, como individuos y empresas, basan sus acciones en las expectativas sobre el comportamiento de los mercados, tasas de interés, inflación y otros factores económicos relevantes. Las expectativas económicas influyen en la inversión, el consumo y la oferta laboral, impactando en la dinámica económica de una región o país (Bejarano, et al., 2020).

En el ámbito educativo y vocacional, las expectativas sobre el futuro se relacionan con las aspiraciones educativas y profesionales de las personas. Estas expectativas influyen en la elección de carreras, la formación académica y la búsqueda de oportunidades laborales. Las decisiones educativas y vocacionales están ligadas a las expectativas sobre las posibilidades de empleo, ascenso laboral y desarrollo personal en el futuro (Riberas, et al., 2001).

En un contexto político y social, las expectativas sobre el futuro también pueden ser consideradas en relación con la percepción de cambios sociales y políticos. Las expectativas pueden influir en la participación cívica, la movilización social y la demanda de cambios en políticas públicas. Además, las expectativas pueden ser afectadas por la confianza en las instituciones y líderes políticos, y cómo se anticipa que estas influirán en el rumbo futuro de la sociedad (Esquivel, et al., 2019).



2.2.2.2. Importancia de las expectativas sobre el futuro

Se refieren a las proyecciones, suposiciones y valoraciones que los individuos y grupos construyen en relación con los eventos que anticipan que ocurrirán en tiempos venideros. Las expectativas sobre el futuro no solo tienen implicaciones a nivel individual, sino que están enraizadas en los contextos sociales, culturales y económicos (Esquivel, et al., 2019).

Las expectativas sobre el futuro pueden ser comprendidas como una forma de imaginación prospectiva, un proceso mediante el cual los individuos y grupos proyectan sus deseos, temores y aspiraciones hacia adelante en el tiempo (Casal, 2005).

En este contexto, resulta importante realizar una revisión histórica de lo acontecido sociopolíticamente al interior del Perú, donde los últimos tres años han estado marcados por epidemias, crisis políticas, económicas y problemas de seguridad alimentaria; desafíos que afectan de forma significativa la estabilidad y el bienestar de personas, grupos, organizaciones y en especial de los comerciantes, quienes forman parte de un grupo económico sumamente sensible a todas estas variaciones.

Por estas consideraciones, si bien la satisfacción de los comerciantes resulta un objetivo difícil de alcanzar, no es menos importante, el identificar de manera precisa qué tan positivas o negativas son las expectativas de los comerciantes, esencialmente respecto del logro personal, sobre el entorno sociocultural y sobre la incertidumbre o riesgo que puedan atravesar más adelante.



2.2.2.3. Tipos de expectativas sobre el futuro

Distingue tres tipos esenciales de expectativas hacia el futuro, cada uno con sus características y relevancia en la comprensión de la dinámica social.

a. Expectativas normativas

Se basan en las normas sociales, valores culturales y modelos de conducta aceptados en una sociedad. Aquí, los individuos forman sus visiones del futuro en función de lo que se considera "normal" o "esperado" en un contexto social específico (Esquivel, 2019).

b. Expectativas idealistas

Están vinculadas a visiones optimistas y aspiracionales del futuro. (Barrionuevo et al. 2021). Generalmente son guiadas por emociones positivas e impulsadas por la esperanza de futuro mejor.

c. Expectativas realistas

Esquivel (2019) sostiene que “están enraizadas en la evaluación objetiva de las circunstancias y oportunidades presentes. Generalmente basada en consideraciones sólidas y capacidades reales para el crecimiento en perspectivas definidas” (p. 78).

En síntesis, los tipos de expectativas hacia el futuro son un elemento crucial para el análisis sociológico, ya que permiten examinar cómo las normas sociales, aspiraciones ideales y evaluaciones realistas interactúan en la formación de las visiones anticipatorias de las personas y grupos. Estos reflejan la complejidad de la experiencia humana y la



interacción constante entre los factores sociales, culturales y personales en la construcción de las expectativas que dan forma a la acción y la toma de decisiones en la vida cotidiana.

2.2.2.4. Dimensiones de las expectativas sobre el futuro

Casal et al. (2005) manifiesta que las expectativas sobre el futuro se pueden abordar desde tres puntos de vista que surgen a partir de las personas:

a. Expectativas personales de logro:

Casal et al. (2005) esta dimensión aborda las proyecciones y metas individuales que las personas vislumbran para sus propios logros y aspiraciones. Las expectativas personales de logro reflejan la orientación hacia el crecimiento personal y el deseo de alcanzar metas importantes.

b. Expectativas socioculturales:

Casal et al. (2005) Esta dimensión se refiere a cómo las personas perciben las presiones y las normas sociales y culturales en relación con su futuro. Las expectativas sociales y culturales impactan en las decisiones individuales y las elecciones de vida, ya que reflejan la influencia de la familia, la comunidad y la sociedad en la configuración de trayectorias.

c. Expectativas de incertidumbre:

Casal et al. (2005) manifiesta que esta dimensión aborda cómo las personas enfrentan y responden a la incertidumbre inherente al futuro. Las expectativas de incertidumbre reflejan la percepción del riesgo y la capacidad de adaptación ante lo desconocido. En un contexto sociológico,



esta dimensión ofrece información sobre cómo las personas navegan las cambiantes realidades sociales y económicas.

2.3. MARCO CONCEPTUAL

2.3.1. Bienestar socioafectivo

El bienestar socioafectivo se refiere a la calidad de vida emocional y social de una persona, considerando su capacidad para establecer relaciones saludables, manejar el estrés, adaptarse a los cambios y experimentar emociones positivas.

2.3.2. Expectativas sobre el futuro

Casal et al. (2005) manifiesta que las expectativas sobre el futuro son aquellas que están referidas a las expectativas personales de logro, son las denominadas expectativas de incertidumbre.

2.3.3. Niveles de bienestar socioafectivo

Alarcón (2006) expresa que los distintos niveles de bienestar socioafectivo de las personas nos ayudan a evaluar de manera subjetiva la calidad de relaciones sociales y afectivas, así como el bienestar que poseen los mismos.

2.3.4. Afecto positivo

El afecto positivo se refiere a las emociones y sentimientos positivos que experimentamos en nuestras vidas. Estas emociones incluyen la alegría, la gratitud, la satisfacción, el amor, la serenidad y otras sensaciones placenteras. El afecto positivo es una dimensión importante del bienestar emocional y está asociado con varios beneficios para la salud mental y física

2.3.5. Expectativas normativas

Las expectativas normativas se refieren a las creencias o suposiciones sobre lo que se considera social o culturalmente apropiado o esperado en una



determinada situación o contexto. Estas expectativas están basadas en normas sociales, valores culturales o estándares éticos que guían el comportamiento de los individuos y la sociedad en general.

2.3.6. Expectativas idealistas

Están vinculadas a visiones optimistas y aspiracionales del futuro.
(Barrionuevo, et al., 2021).

2.3.7. Expectativas realistas

Están enraizadas en la evaluación objetiva de las circunstancias y oportunidades presentes (Esquivel., 2019).



CAPÍTULO III

MATERIALES Y MÉTODOS

3.1. ZONA DE ESTUDIO

La investigación fue realizada en dos contextos, por un lado, en el mercado "La Bombonera" ubicado en Sicuani, Cusco, durante el año 2023. Este mercado se encuentra situado en un contexto geográfico significativo, en la región sureña de Cusco, en la localidad de Sicuani. Sicuani es reconocida por su rica herencia cultural y su dinámica actividad comercial, convirtiéndola en un punto de encuentro de diversas expresiones culturales y tradiciones.

El mercado "La Bombonera" es un importante centro de comercio local donde convergen diversos comerciantes, caracterizado por su vitalidad y diversidad sociocultural. El lugar se erige como un reflejo de la vida cotidiana de la comunidad local, siendo un espacio donde se intercambian productos y se generan relaciones sociales que inciden en la satisfacción y las expectativas de los comerciantes.

Por otro lado, la realización del estudio se contextualizó en el mercado Central de la ciudad de Puno, el cual se encuentra situado en el corazón de la ciudad. Puno, desde el punto de vista social es una región caracterizada históricamente por la preservación de costumbres y tradiciones ancestrales quechuas y aimaras que convergen y se amalgaman permanentemente en sus principales ciudades que funcionan de ejes de desarrollo.

Así, el mercado Central constituye uno de los principales centros de intercambio comercial pero también cultural de la región Puno, cuya importancia para el desenvolvimiento cotidiano de sus ciudadanos es también relevante de ser estudiado.



La relevancia de estas localidades radica en su potencial para aportar una visión rica y contextualizada sobre la interacción entre las dimensiones del bienestar socioafectivo y las expectativas hacia el futuro en el ámbito de la actividad comercial. Estos entornos ofrecen un contexto enriquecedor para el análisis de la relación entre estas dos variables, brindando perspectivas valiosas que pueden contribuir al entendimiento más profundo de la interacción entre los aspectos individuales y socioculturales en la satisfacción y proyección futura de los comerciantes.

3.2. TIPO DE ESTUDIO

3.2.1. Tipo de investigación

Hernández, et al (2014) en esta investigación prospectiva, se adoptó el método inductivo y deductivo. El método inductivo se empleó para un enfoque deductivo riguroso para abordar la relación entre el bienestar socioafectivo y las expectativas futuras de los comerciantes del mercado "La Bombonera" y del Mercado Central de Puno. Mediante este enfoque, se partió de premisas teóricas y generales para formular la recopilación y el análisis de datos. La metodología deductiva permitió contrastar las hipótesis con evidencia empírica, lo que posibilitará el examen de la influencia mutua entre el bienestar socioafectivo y las expectativas hacia el futuro en el contexto específico de los comerciantes.

3.2.2. Diseño de investigación

a. Enfoque

Esta investigación adoptó un enfoque cuantitativo para analizar la relación entre el bienestar socioafectivo y las expectativas sobre el futuro de los comerciantes en el mercado "La Bombonera" y el Mercado Central. A través de este enfoque, Hernández, et al (2014) se recopilarán datos numéricos que



permitirán realizar análisis estadísticos rigurosos y objetivos. Mediante la aplicación de instrumentos de medición estandarizados y técnicas de análisis estadístico, se buscará identificar patrones y tendencias en los datos, permitiendo una comprensión más precisa y generalizable de la relación entre estas variables en el contexto específico de los comerciantes de dicho mercado.

b. Alcance

El presente estudio de investigación corresponde a un diseño correlacional para examinar la relación entre el bienestar socioafectivo y las expectativas sobre el futuro de los comerciantes del mercado "La Bombonera" en Sicuani, Cusco y el Mercado Central de Puno. A través de este enfoque, se buscará identificar patrones y tendencias en los datos recopilados, con el propósito de comprender la naturaleza y la intensidad de la relación entre ambas variables. Este alcance permitirá analizar si existe una asociación significativa entre la percepción individual de bienestar socioafectivo y las proyecciones sobre el futuro de los comerciantes en este contexto particular, contribuyendo así a enriquecer la comprensión de los factores que influyen en su bienestar y perspectivas a largo plazo.

c. Diseño

El diseño de investigación se caracterizó por ser no experimental y transversal. En este contexto, los datos fueron recogidos en un solo momento, sin realizar manipulaciones deliberadas de las variables ni intervenciones en el entorno natural de los comerciantes del mercado "La Bombonera" en Sicuani, Cusco y el Mercado Central en Puno. Esta aproximación permitió analizar la



relación entre el bienestar socioafectivo y las expectativas sobre el futuro en un punto específico, brindando una instantánea de la situación en dicho contexto.

3.2.3. Técnica e instrumentos

Variable 1: bienestar socioafectivo

Para la medición de la variable 1, bienestar socioafectivo, utilizamos la técnica de la encuesta, la cual fue aplicada a los comerciantes del mercado "La Bombonera" y del Mercado Central de Puno. Esta técnica de recolección de datos permite obtener información de manera estructurada y cuantificable sobre el bienestar socioafectivo experimentado por los comerciantes.

Para su implementación, se emplearon como instrumento el cuestionario denominado Escala de Bienestar Subjetivo EBS-8 de Calleja et al (2022), el cual es un instrumento breve, válido y confiable para la medición del bienestar subjetivo en personas hispanohablantes.

Variable 2: expectativas sobre el futuro

Para abordar la variable 2, expectativas sobre el futuro, se utilizaron una encuesta como técnica de recolección de datos entre los comerciantes del mercado "La Bombonera" en Sicuani, Cusco, y del Mercado Central de Puno durante el año 2023. Para su implementación, se empleará como instrumento el cuestionario de expectativas sobre el futuro, elaborado por los investigadores.

Tabla 1.

Escala de bienestar socio afectivo y expectativas sobre el futuro

Totalmente en desacuerdo	1
En desacuerdo	2
Ni de acuerdo ni en acuerdo	3
De acuerdo	4
Totalmente de acuerdo	5

Nota. En base a los datos obtenidos

Tabla 2.

Fiabilidad de instrumentos

Estadísticos de fiabilidad	
Alfa	de N de elementos
Cronbach	
,086	25

Nota. En base a los datos obtenidos

La prueba de fiabilidad de los instrumentos, los cuales se procesaron en el paquete estadístico spss 26, nos dieron un 0.86 de alfa de Cronbach, lo cual nos indica que los elementos analizadas, que son las preguntas que se llevaron acabado en nuestra investigación si son fiables.

3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA

3.3.1. Población

La población, en el contexto de la investigación social, Hernández, et al (2014) “se refiere al conjunto completo de individuos, elementos, objetos o fenómenos que poseen ciertas características definidas y que son objeto de estudio “(p. 124). De esta manera, la población objeto de estudio estará compuesta por un total de 2500 comerciantes activos que operan en el mercado "La Bombonera" en

Sicuani, Cusco, y un total de 500 comerciantes activos del Mercado Central de Puno, determinados a partir de los siguientes criterios de inclusión y exclusión.

Criterios de inclusión:

Los criterios de inclusión fueron determinados considerando aquellos comerciantes que cuenten con una participación activa en la actividad comercial del mercado. Además, se establecerá como criterio de inclusión que los comerciantes sean mayores de edad y que hayan estado operando en el mercado durante un período mínimo predefinido.

Tabla 3.

Población de estudio

Estrato	Clasificación	Población
1	Comerciantes del mercado “La bombonera”	2500
2	Comerciantes del mercado central	500
	Total	3000

Nota. En base a los datos obtenidos

3.3.2. Muestra

La muestra del presente estudio fue seleccionada a partir de dos grupos, los comerciantes del mercado La Bombonera con un total de 2500, mientras que los comerciantes del Mercado Central corresponden a 500, utilizando un muestreo probabilístico.

De esta manera, se determinó la muestra mediante el siguiente procedimiento:

- a) Cálculo de muestra por aleatoriedad: Nuestro muestreo es no probabilístico y por conveniencia.

Donde:

$$n = \frac{Z^2 \times N \times p \times q}{e^2 \times (N - 1) + Z^2 \times p \times q}$$



Coeficiente de confianza = Z

Universo y población = N

Probabilidad a favor = p

Probabilidad en contra = q

Tamaño de la muestra = n

Error de estimación = e

Considerando un coeficiente de nivel de confianza de 1.96, una población total de 3000 personas, una probabilidad a favor y en contra de 0.5, y un margen de error en la estimación de 5% (0,05) se determinó un tamaño de muestra de 341 personas

b) Cálculo de muestra según estrato (C)

$$\text{Estrato 1} = n \cdot N_1 / N = 341 \cdot 2500 / 3000 = 284.17$$

$$\text{Estrato 2} = n \cdot N_2 / N = 341 \cdot 500 / 3000 = 56.83$$

Tabla 4.

Tamaño de la muestra

Estrato	Clasificación	Población
1	Comerciantes del mercado “La bombonera”	284
2	Comerciantes del mercado central	57
	Total	341

Nota. En base a los datos obtenidos

De esta manera, se determinó una muestra estratificada de 284 comerciantes del mercado “La Bombonera” y 57 comerciantes del mercado Central.



3.3.3. Procedimiento

El procedimiento de aplicación, procesamiento y presentación de resultados de los cuestionarios de bienestar socioafectivo y de expectativas sobre el futuro se llevó a cabo con la siguiente secuencia. Primero, se administraron los cuestionarios a los comerciantes del mercado "La Bombonera" en Sicuani, Cusco, durante el año 2023 y del Mercado Central de Puno, utilizando técnicas de muestreo probabilístico previamente establecidas. Una vez recopilados los datos, se procedió al procesamiento de los mismos utilizando herramientas estadísticas como el software SPSS y Excel.

Para las variables en estudio, la aplicación del coeficiente de confiabilidad denominado Alfa de Cronbach fue esencial para evaluar la consistencia interna de las preguntas y asegurar la confiabilidad de los instrumentos del estudio; se obtuvo un valor alfa de Cronbach superior a 0.70, lo cual indicó que los instrumentos eran adecuados para su aplicación. Posteriormente, se realizó una prueba de normalidad para verificar si los datos siguen una distribución normal. Luego, se empleó un análisis estadístico descriptivo para presentar los resultados de cada dimensión de bienestar socioafectivo, destacando tendencias y patrones en la muestra estudiada.

Los resultados obtenidos de ambas pruebas estadísticas nos brindan una visión cuantitativa y precisa de los instrumentos que fueron utilizados para el estudio de las variables bienestar socio afectivo y las expectativas sobre el futuro de los comerciantes. Los resultados se presentan en tablas, gráficos y análisis estadísticos que permiten una comprensión clara y objetiva de la interacción entre estas dos variables, contribuyendo así al conocimiento en el ámbito sociológico y

brindando perspectivas relevantes para el bienestar y las aspiraciones de los comerciantes.

3.4. VARIABLES

Tabla 5.

Operación de variables

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES
Variable independiente: e: Bienestar socioafectivo	Satisfacción con la vida	Sensación de felicidad
		Sensación de satisfacción
		Autovaloración de la felicidad
		Sensación de tranquilidad
		Agrado por la vida propia
	Afecto positivo	Alegría proporcionada por la vida
		Disfrute de la vida propia
		Confort con la vida
		Orientación hacia el crecimiento personal
Variable dependiente: Expectativas sobre el futuro	Expectativas personales de logro	Deseo de alcanzar metas importantes
		Percepción de presiones externas
	Expectativas socioculturales	Percepción de las normas socioculturales
		Percepción del riesgo
	Expectativas de incertidumbre	Capacidad de adaptación ante lo desconocido

Nota. Elaborado por las investigadoras

3.5. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

El análisis y procesamiento de los datos se realizó mediante el programa estadístico SPSS versión 26, en base a dichos datos tabulados se prestan las tablas y gráficos, así como las pruebas de hipótesis.



Los resultados se presenta a continuación en escala de Likert: 1 totalmente en desacuerdo, 2 en desacuerdo, 3: ni de acuerdo ni en desacuerdo, 4: de acuerdo, 5: totalmente de acuerdo. Por tanto, en las tablas se considera solo las opiniones.

CAPITULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Los resultados y discusión se presentan en tres partes: El primero expone las características de las dimensiones sociales, afectivo, expectativas personales, socioculturales y expectativas de incertidumbre expresados por los comerciantes. En la segunda parte se presenta la prueba de hipótesis y finalmente la discusión.

4.1. RESULTADOS

4.1.1. Resultados de la variable bienestar socioafectivo

Tabla 6.

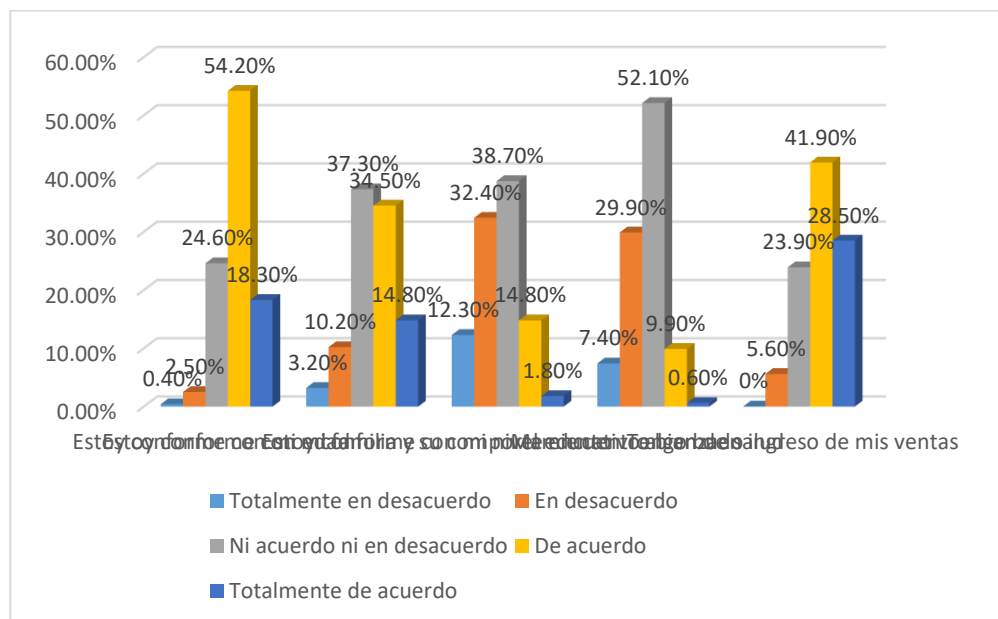
Dimensión social del mercado La Bombonera

	1	2	3	4	5
De acuerdo a las dimensiones de la variable	%	%	%	%	%
Estoy conforme con mi edad	0.4	2.5	24.6	54.2	18.3
Estoy conforme con mi familia y su comportamiento	3.2	10.2	37.3	34.5	14.8
Estoy conforme con mi nivel educativo alcanzado	12.3	32.4	38.7	14.8	1.8
Me encuentro bien de salud	7.4	29.9	52.1	9.9	0.6
Tengo buen ingreso de mis ventas	0	5.6	23.9	41.9	28.5

Nota. Elaborado en base a datos del cuestionario recogido los meses de noviembre diciembre 2023.

Figura 1.

Dimensión social del mercado La Bombonera



Nota. Basado en el análisis de datos recogidos.

Análisis descriptivo

En la tabla N° 6, figura 1 se puede evidenciar que en la dimensión social del mercado La Bombonera del ítem, estoy conforme con mi edad, el 0.4% está totalmente en desacuerdo, el 2.5% está en desacuerdo, el 24.6% está en ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 54.2% está de acuerdo, y solo el 18.3% está Totalmente de acuerdo. Mientras que en el ítem estoy conforme con mi familia y su comportamiento, el 3.2% está totalmente en desacuerdo, el 10.2% está en desacuerdo, el 37.3% está en ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 34.5% está de acuerdo, y solo el 14.8% está Totalmente de acuerdo. El ítem estoy conforme con mi nivel educativo alcanzado el 12.3% está totalmente en desacuerdo, el 32.4% está en desacuerdo, el 38.7% está en ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 14.8% está de acuerdo, y solo el 1.8% está Totalmente de acuerdo. En el ítem me encuentro bien de salud, el 7.4% está totalmente en desacuerdo, el 29.9% está en

desacuerdo, el 52.1 % está en ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 9.9 % está de acuerdo, y solo el 0.6 % está totalmente de acuerdo, finalmente, en el ítem tengo buen ingreso de mis ventas, el 5.6 % está en desacuerdo, el 23.9 % está en ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 41.9 % está de acuerdo, y solo el 28.5 % está totalmente de acuerdo.

Tabla 7.

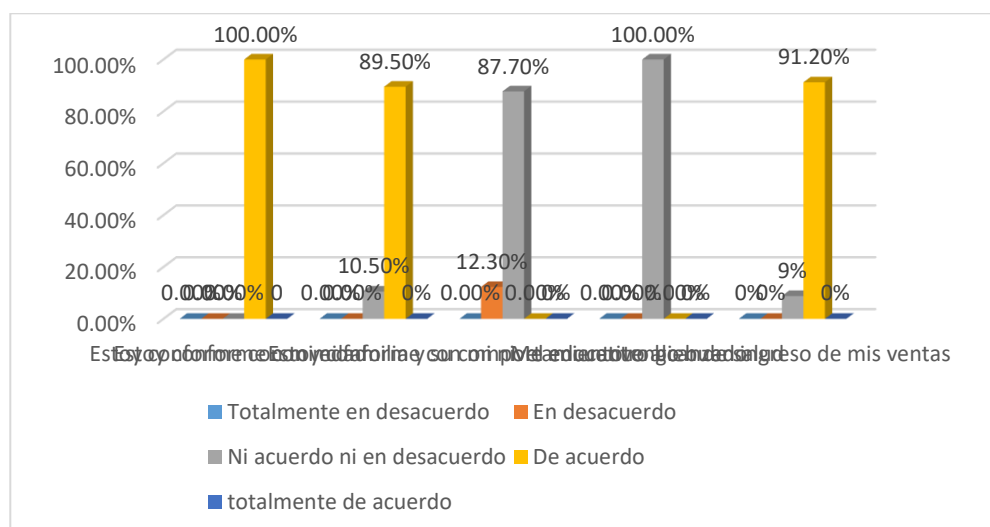
Dimensión social del mercado central

	1	2	3	4	5
De acuerdo a las dimensiones de la variable%	%	%	%	%	%
Estoy conforme con mi edad	0	0	100	0	0
Estoy conforme con mi familia y su comportamiento	0	0	10.5	89.5	0
Estoy conforme con mi nivel educativo alcanzado	0	12.3	87.7	0	0
Me encuentro bien de salud	0	22.8	77.2	0	0
Tengo buen ingreso de mis ventas	0	0	8.8	91.2	0

Nota. Elaborado en base a datos del cuestionario recogido los meses de noviembre diciembre 2023

Figura 2.

Dimensión social del mercado central



Nota. Basado en el análisis de datos recogidos.

Análisis descriptivo

En la tabla N° 7, figura 2 se puede evidenciar que en la dimensión social del mercado central, Puno del ítem, estoy conforme con mi edad, el 100% está de acuerdo, mientras que en el ítem estoy conforme con mi familia y su comportamiento, el 10.5 % está en ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 89.5 está de acuerdo. El ítem estoy conforme con mi nivel educativo alcanzado el 12.3 % está en desacuerdo, el 87.7 % está en ni de acuerdo ni en desacuerdo. En el ítem me encuentro bien de salud, el 22.8% está en desacuerdo, el 77.2% está en ni de acuerdo ni en desacuerdo, finalmente, en el ítem tengo buen ingreso de mis ventas, el 8.8 % está en ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 91,2% está de acuerdo. Estos datos contrastan con los datos obtenidos en el mercado la Bombonera del Cusco.

Tabla 8.

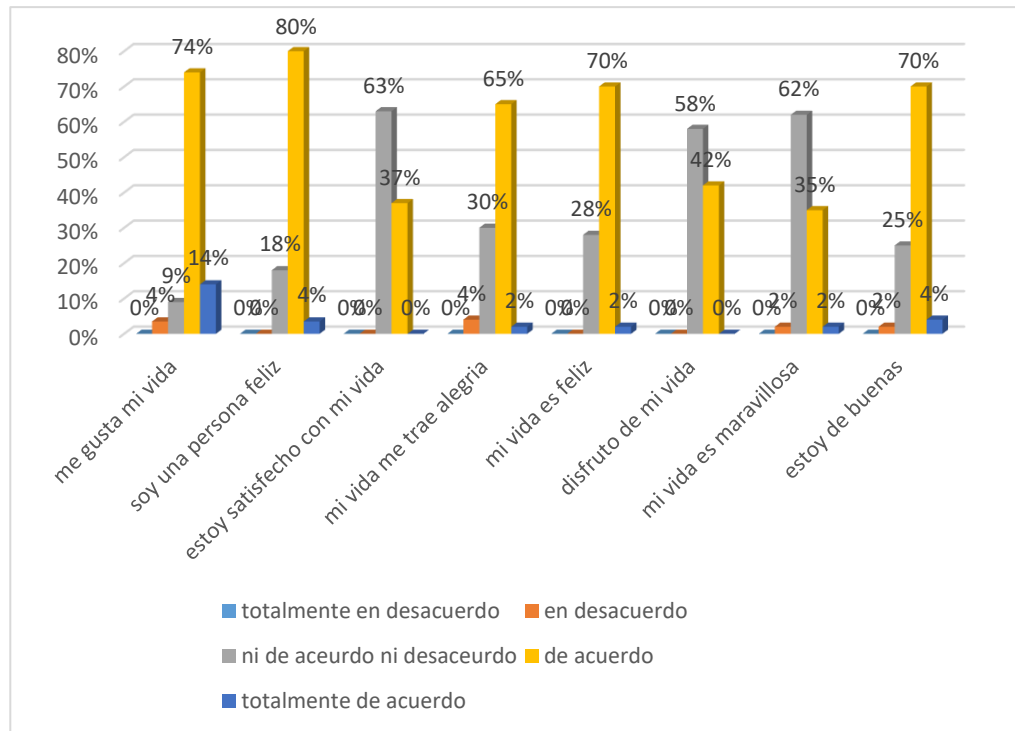
Dimensión afecto positivo del mercado La Bombonera

	1	2	3	4	5
De acuerdo a las dimensiones de la variable%	%	%	%	%	%
Me gusta mi vida	0	9.5	18.7	58.8	13.0
Soy una persona feliz	0	7	25.4	54.9	10.6
Estoy satisfecho con mi vida	0	8.5	50.4	36.6	4.6
Mi vida me trae alegría	0	5.3	36.3	52.1	6.3
Mi vida es feliz	0	5.3	33.8	54.6	6.3
Disfruto de mi vida	0	9.5	52.5	33.1	4.9
Mi vida es maravillosa	0	8.8	55.3	30.6	5.3
Estoy de buenas	0	3.9	28.5	50	17.6

Nota. Elaborado en base a datos del cuestionario recogido los meses de noviembre diciembre 2023

Figura 3.

Dimensión afecto positivo del mercado La Bombonera



Nota. Basado en el análisis de datos recogidos.

Análisis descriptivo

En la tabla N° 8, figura 3 se puede evidenciar que en la dimensión afecto positivo del mercado La Bombonera del ítem, me gusta mi vida, el 9.5% está en desacuerdo, el 18.7 % está en ni de acuerdo ni en Desacuerdo, el 58.8 está de acuerdo, y solo el 13% está Totalmente de acuerdo. Mientras que en el ítem Soy una persona feliz, el 7% está en desacuerdo, el 25.4 % está en ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 54.9 % está de acuerdo, y solo el 10.6 % está Totalmente de acuerdo. El ítem estoy satisfecho con mi vida el 8.5 % está en desacuerdo, el 50.4 % está en ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 36.6 está de acuerdo, y solo el 4.6 % está totalmente de acuerdo. En el ítem mi vida me trae alegría, el 5.3 % está en desacuerdo, el 36.3 % está en ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 52.1 % está de acuerdo, y solo el 6.3 % está totalmente de acuerdo, en el ítem mi vida es feliz,

el 5.3 % está en desacuerdo, el 33.8 % está en ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 54.6 % está de acuerdo, y solo el 6.3 % está totalmente de acuerdo. En el ítem disfruto de mi vida, el 9.5% está en desacuerdo, el 52.5 % está en ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 33.1 % está acuerdo, y solo el 4.9 % está totalmente de acuerdo de acuerdo, en el ítem mi vida es maravillosa el 8.8 % está en desacuerdo, el 55.3 % está en ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 30.6 % está acuerdo, y solo el 5.3 % está totalmente de acuerdo. Finalmente en el ítem estoy de buenas, el 3.9 % está en desacuerdo, el 28.5 % está en ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 50 % está acuerdo, y solo el 17.6 % está totalmente de acuerdo.

Tabla 9.

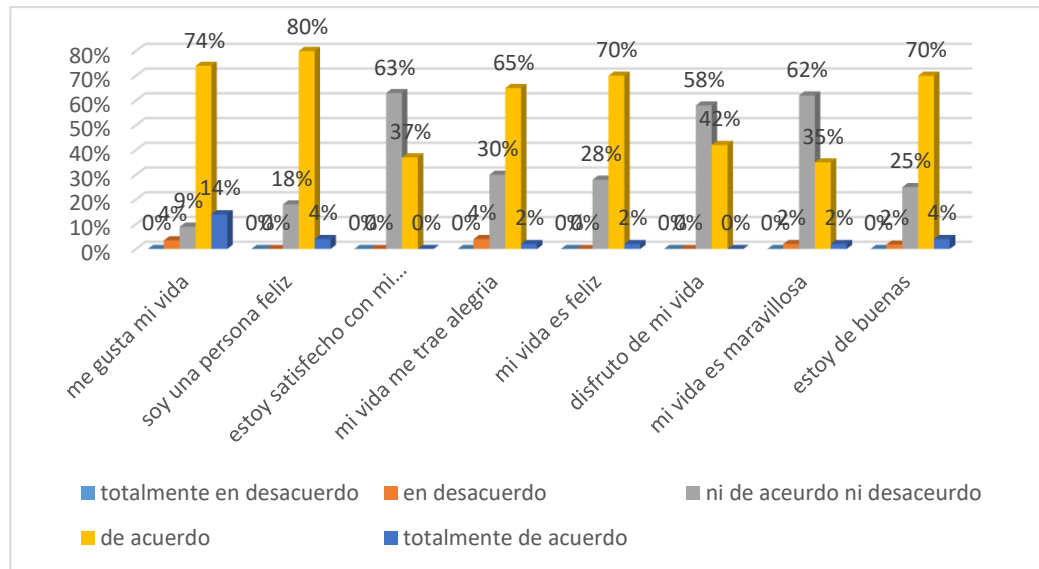
Dimensión afecto positivo del mercado central

	1	2	3	4	5
De acuerdo a las dimensiones de la variable%	%	%	%	%	%
Me gusta mi vida	0	3.5	8.8	73.7	14.0
Soy una persona feliz	0	0	17.5	78.9	3.5
Estoy satisfecho con mi vida	0	0	63.2	36.8	0
Mi vida me trae alegría	0	3.5	29.8	64.9	1.8
Mi vida es feliz	0	0	28.1	70.2	1.8
Disfruto de mi vida	0	0	57.9	42.1	0
Mi vida es maravillosa	0	1.8	61.4	35.1	1.8
Estoy de buenas	0	1.8	24.6	70.2	3.5

Nota. Elaborado en base a datos del cuestionario recogido los meses de noviembre diciembre 2023.

Figura 4.

Dimensión afecto positivo del mercado central



Nota. Basado en el análisis de datos recogidos.

Análisis descriptivo

En la tabla N° 9, figura 4 se puede evidenciar que en la dimensión afecto positivo del mercado central, Puno del ítem, me gusta mi vida, el 3.5% está en desacuerdo, el 8.8 % está en ni de acuerdo ni en Desacuerdo, el 73.7está de acuerdo, y solo el 14% está totalmente de acuerdo. Mientras que en el ítem soy una persona feliz, el 17.5 % está en, ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 78.9 % está de acuerdo, y solo el 3.5 % está totalmente de acuerdo. El ítem estoy satisfecho con mi vida el 63.2% está en, ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 36.8 % está de acuerdo.

En el ítem mi vida me trae alegría, el 3.5% está en desacuerdo, el 29.8 % está en, ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 64.9 % está de acuerdo, y solo el 1.8 % está totalmente de acuerdo, en el ítem mi vida es feliz, el 28.1% está en ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 70.2% está de acuerdo, y solo el 1.8 % está totalmente de acuerdo. En el ítem disfruto de mi vida, el 57.9% está en, ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 42.1 % está de acuerdo. En el ítem, mi vida es

maravillosa, el 1.8 % está en desacuerdo, el 61.4 % está en ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 35.1 % está acuerdo, y solo el 1.8 % está totalmente de acuerdo. Finalmente en el ítem estoy de buenas, el 1.8 % está en desacuerdo, el 24.6 % está en ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 70.2 % está acuerdo, y solo el 3.5 % está totalmente de acuerdo.

Tabla 10.

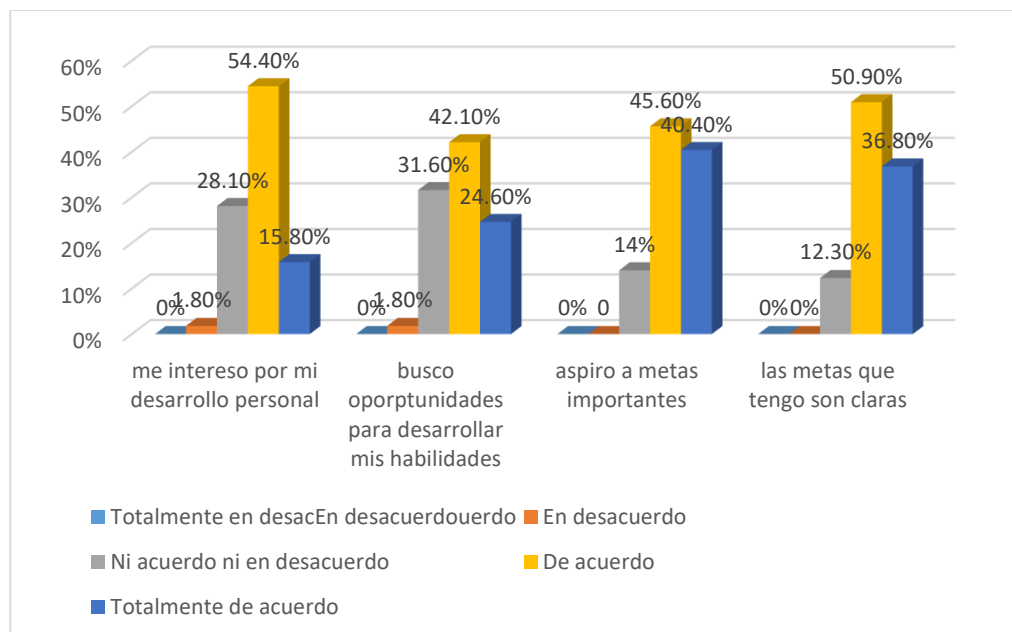
Dimensión expectativas personales de logro mercado central

	1	2	3	4	5
De acuerdo a las dimensiones de la variable	%	%	%	%	%
Me intereso por mi desarrollo personal	0	1.8	28.1	54.4	15.8
Busco oportunidades para desarrollar mis habilidades	0	1.8	31.6	42.1	24.6
Aspiro a metas importantes	0	0	14	45.6	40.4
Las metas que tengo en mi negocio son claras	0	0	12.3	50.9	36.8

Nota. Elaborado en base a datos del cuestionario recogido los meses de noviembre diciembre 2023

Figura 5.

Dimensión expectativas personales de logro mercado central



Nota. Basado en el análisis de datos recogidos.

Análisis descriptivo

En la tabla N° 10, figura 5 se puede evidenciar que en la dimensión expectativas personales del mercado central, Puno del ítem, Me intereso por mi desarrollo personal, el 1.8 % está en desacuerdo, el 28.1% está en, ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 54.4 % está de acuerdo, y solo el 15.8 % está totalmente de acuerdo. Mientras que en el ítem busco oportunidades para desarrollar mis habilidades, el 1.8 % está en desacuerdo, el 31.6 % está en, ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 42.1 % está de acuerdo, y solo el 24.6% está Totalmente de acuerdo. El ítem aspiro a metas importantes el 14 % está en ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 45.6 % está de acuerdo, y solo el 40.4 % está totalmente de acuerdo. En el ítem las metas que tengo en mi negocio son claras, el 12.3% está en ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 50.9 % está de acuerdo, y el 36.8% está totalmente de acuerdo.

Tabla 11.

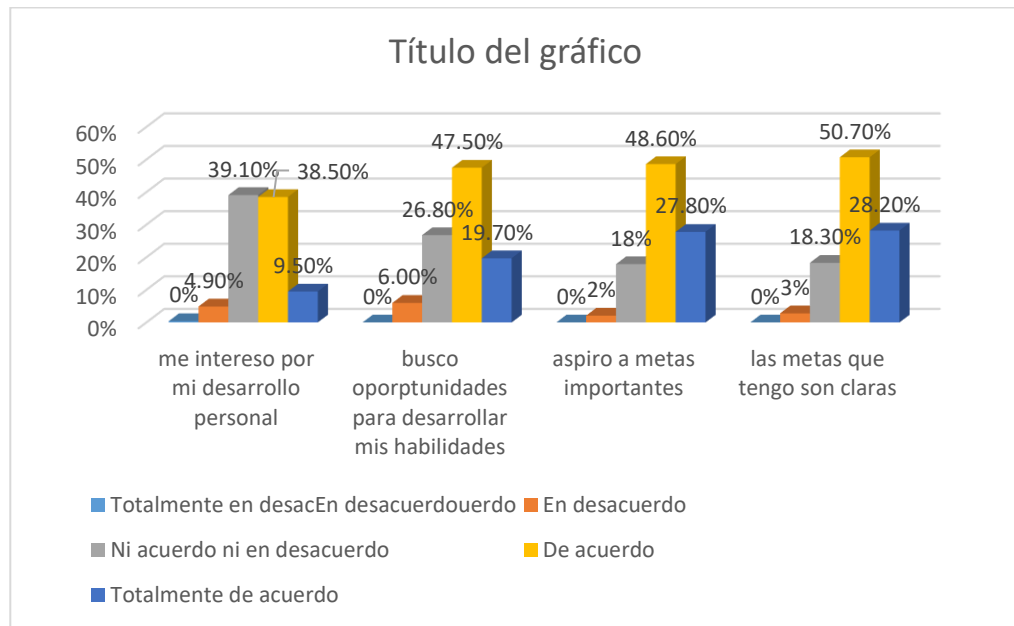
Dimensión expectativas personales de logro mercado la Bombonera

	1	2	3	4	5
De acuerdo a las dimensiones de la variable		%	%	%	%
Me intereso por mi desarrollo personal	0.4	4.9	39.1	38.5	9.5
Busco oportunidades para desarrollar mis habilidades	0	6	26.8	47.5	19.7
Aspiro a metas importantes	0	2.1	17.9	48.6	27.8
Las metas que tengo en mi negocio son claras	0	2.8	18.3	50.7	28.2

Nota. Elaborado en base a datos del cuestionario recogido los meses de noviembre diciembre 2023

Figura 6.

Dimensión expectativas personales de logro mercado la Bombonera



Nota. Basado en el análisis de datos recogidos.

Análisis descriptivo

En la tabla N° 11, figura 6 se puede evidenciar que en la dimensión expectativas personales del mercado la Bombonera, del ítem, Me intereso por mi desarrollo personal, el 0.4 % está totalmente en desacuerdo, el 4.9 % está en desacuerdo, el 39.1% está en, ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 38.5% está de acuerdo, y solo el 9.5 % está totalmente de acuerdo. Mientras que en el ítem busco oportunidades para desarrollar mis habilidades, el 6 % está en desacuerdo, el 26.8 % está en, ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 47.5 % está de acuerdo, y solo el 19.7 % está totalmente de acuerdo. El ítem aspiro a metas importantes el 2.1 está en desacuerdo, el 17.9 % está en ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 48.6 % está de acuerdo, y solo el 27.8 % está totalmente de acuerdo. En el ítem las metas que tengo en mi negocio son claras, el 2.8 está en desacuerdo, el 18.3% está en, ni de

acuerdo ni en desacuerdo, el 50.7% está de acuerdo, y el 28.2 % está totalmente de acuerdo.

Tabla 12.

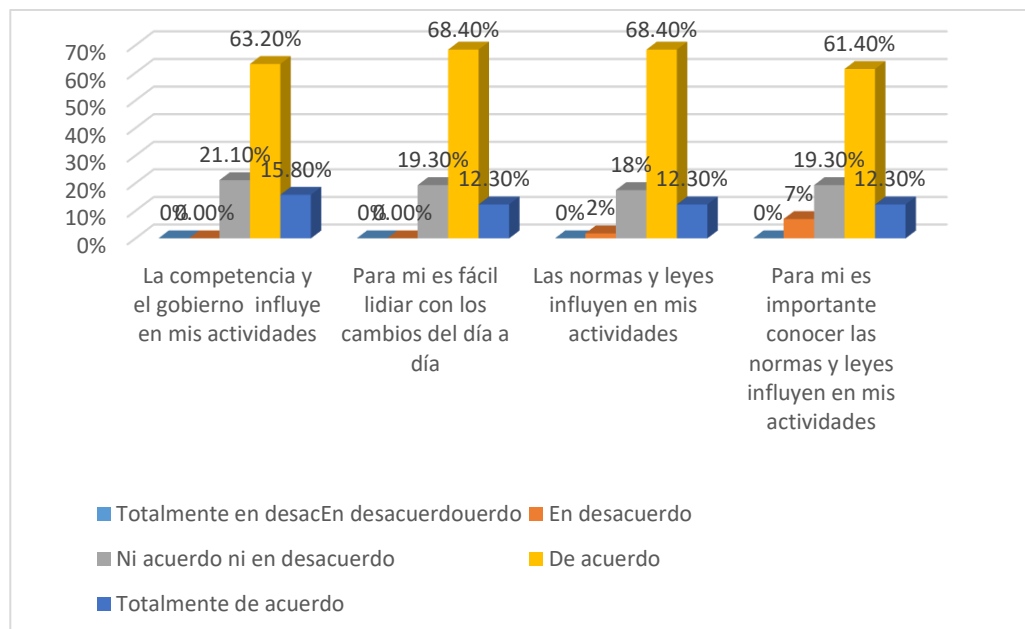
Expectativas socioculturales mercado central

	1	2	3	4	5
De acuerdo a las dimensiones de la variable	%	%	%	%	%
La competencia y el gobierno influye mucho en mis actividades	0	21.1	63.2	15.8	
Para mi es fácil lidiar con los cambios del día a día	0	19.3	68.4	12.3	
Las normas y leyes influyen en mis actividades	0	1.8	17.5	68.4	12.3
Para mi es importante conocer las normas y leyes que influyen en mis actividades	0	7	19.3	61.4	12.3

Nota. Elaborado en base a datos del cuestionario recogido los meses de noviembre diciembre 2023.

Figura 7.

Expectativas socioculturales mercado central



Nota. Elaborado en base a datos del cuestionario recogido los meses de noviembre diciembre 2023.

Análisis descriptivo

En la tabla N° 12, figura 7 se puede evidenciar que en la dimensión sociocultural del mercado central, Puno en el ítem, la competencia y el gobierno influye en mis actividades, el 21.1% está en, ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 63.2% está de acuerdo, y solo el 15.8% está totalmente de acuerdo. Mientras que en el ítem para mi es fácil lidiar con los cambios del día a día, el 19.3% está en, ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 68.4% está de acuerdo, y solo el 12.3% está totalmente de acuerdo. En el ítem las normas y leyes influyen en mis actividades el 1.8% está en desacuerdo, el 17.5% está en ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 68.4% está de acuerdo, y solo el 12.3% está totalmente de acuerdo. En el ítem para mi es importante conocer las normas y leyes que influyen en mis actividades, el 7% está en desacuerdo, el 19.3% está en ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 61.4% está de acuerdo, y solo el 12.3% está totalmente de acuerdo.

Tabla 13.

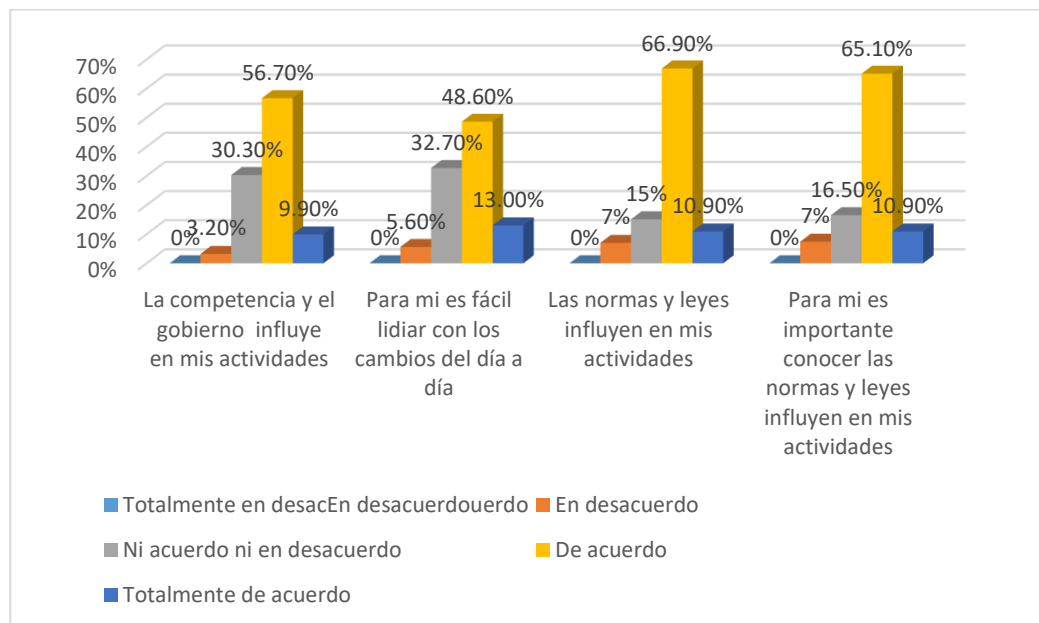
Expectativas socioculturales La bombonera

	1	2	3	4	5
De acuerdo a las dimensiones de la variable		%	%	%	%
La competencia y el gobierno influye en mis actividades	0	3.2	30.3	56.7	9.9
Para mi es fácil lidiar con los cambios del día a día	0	5.6	32.7	48.6	13
Las normas y leyes influyen en mis actividades	0	7	15.1	66.9	10.9
Para mi es importante conocer las normas y leyes que influyen en mis actividades	0	7.4	16.5	65.1	10.9

Nota. Elaborado en base a datos del cuestionario recogido los meses de noviembre diciembre 2023

Figura 8.

Expectativas socioculturales La bombonera



Nota. En base a los datos obtenidos

Análisis descriptivo

En la tabla N° 13, figura 8 se puede evidenciar que en la dimensión sociocultural del mercado central, Puno en el ítem, la competencia y el gobierno influye en mis actividades, 3.2% está en desacuerdo, el 30.3 % está en, ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 56.7% está de acuerdo, y solo el 9.9 % está totalmente de acuerdo. Mientras que en el ítem para mi es fácil lidiar con los cambios del día a día, el 5.6% está en desacuerdo, el 32.7 % está en, ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 48.6% está de acuerdo, y solo el 13% está totalmente de acuerdo. En el ítem las normas y leyes influyen en mis actividades el 7% está en desacuerdo, 15.1% está en ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 66.9% está de acuerdo, y solo el 10.9% está totalmente de acuerdo. En el ítem para mi es importante conocer las normas y leyes que influyen en mis actividades, el 7.4%

está en desacuerdo, el 16.5% está en ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 65.1% está de acuerdo, y solo el 10.9% está totalmente de acuerdo.

Tabla 14.

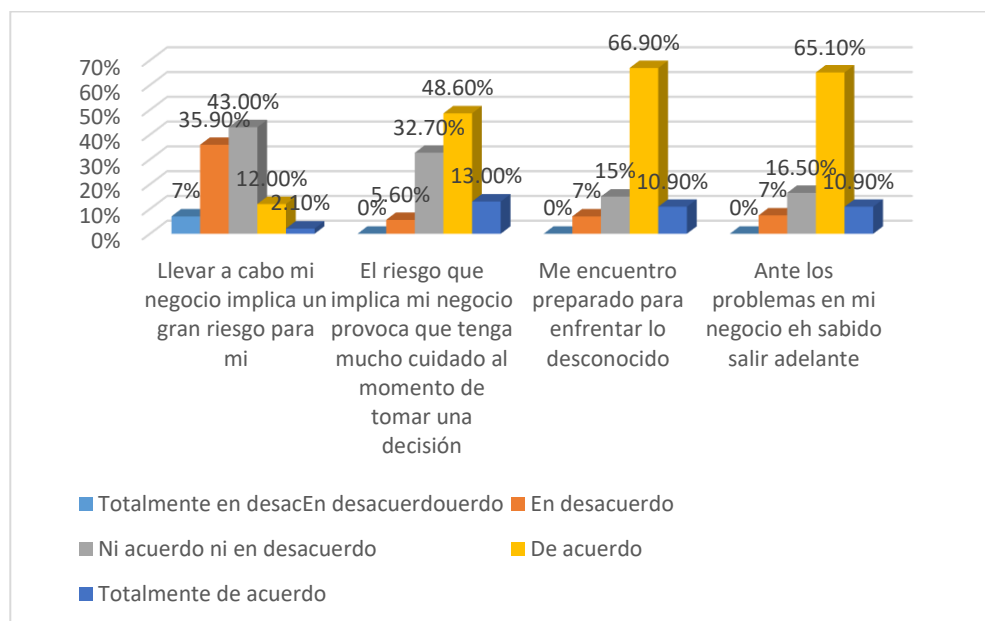
Expectativas de incertidumbre

	1	2	3	4	5
De acuerdo a las dimensiones de la variable	%	%	%	%	%
Llevar a cabo mi negocio implica un gran riesgo para mi	7	35.9	43	12	2.1
El riesgo que implica mi negocio provoca que tenga mucho cuidado al momento de tomar una decisión	0	5.6	32.7	48.6	13
Me encuentro preparado para enfrentar lo desconocido	0	7	15.1	66.9	10.9
Ante los problemas en mi negocio eh sabido salir adelante	0	7.4	16.5	65.1	10.9

Nota. Elaborado en base a datos del cuestionario recogido los meses de noviembre diciembre 2023

Figura 9.

Expectativas de incertidumbre



Nota. En base a los datos obtenidos

Análisis descriptivo

En la tabla N° 14, figura 9 se puede evidenciar que en la dimensión expectativas de incertidumbre del mercado La Bombonera del ítem, llevar a cabo mi negocio implica un gran riesgo para mí, el 7% está totalmente en desacuerdo, el 35.9% está en desacuerdo, el 32.7% está en ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 12 % está de acuerdo, y el 2.1% está totalmente de acuerdo. Mientras que en el ítem el riesgo que implica mi negocio provoca que tenga mucho cuidado al momento de tomar una decisión, el 5.6% está en desacuerdo, el 25.4 % está en ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 48.6% está de acuerdo, y solo el 13% está totalmente de acuerdo. El ítem me encuentro preparado para enfrentar lo desconocido el 7% está en desacuerdo, el 15.1 % está en ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 66.9% está de acuerdo, y el 10.9 % está totalmente de acuerdo. En el ítem. Ante los problemas en mi negocio eh sabido salir adelante, el 7.4% está en desacuerdo, el 16.5 % está en ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 65.1 % está de acuerdo, y solo el 10.9 % está totalmente de acuerdo.

Tabla 15.

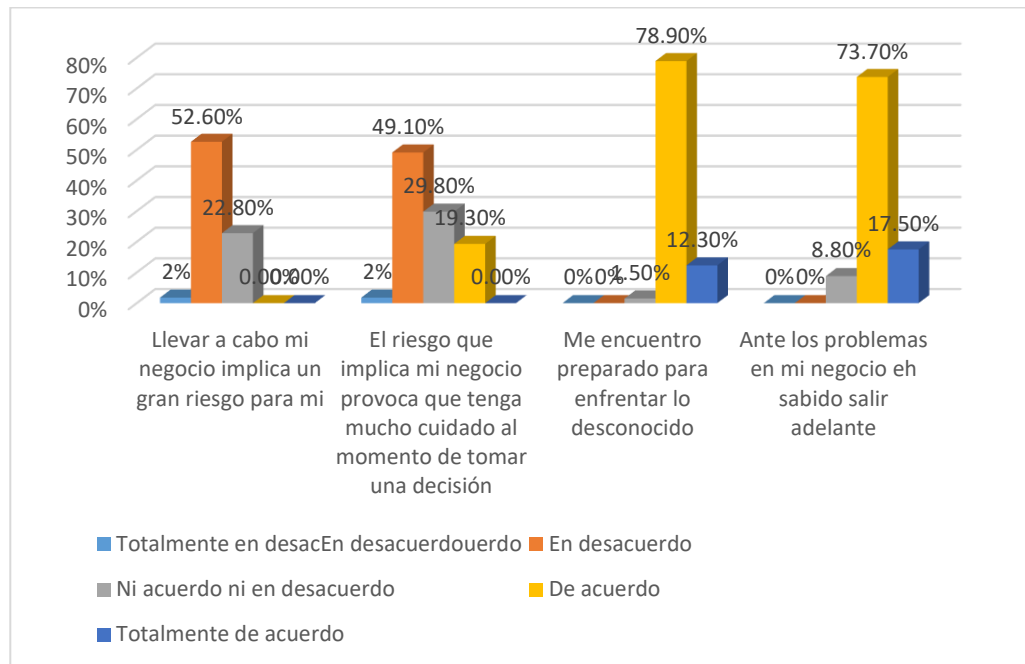
Expectativas de incertidumbre mercado central

	1	2	3	4	5
De acuerdo a las dimensiones de la variable	%	%	%	%	%
Llevar a cabo mi negocio implica un gran riesgo para mí	1.8	52.6	22.8	0	0
El riesgo que implica mi negocio provoca que tenga mucho cuidado al momento de tomar una decisión	1.8	49.1	29.8	19.3	0
Me encuentro preparado para enfrentar lo desconocido	0	0	1.5	78.9	12.3
Ante los problemas en mi negocio he sabido salir adelante	0	0	8.8	73.7	17.5

Nota. Elaborado en base a datos del cuestionario recogido los meses de noviembre diciembre 2023

Figura 10.

Expectativas de incertidumbre mercado central



Nota. En base a los datos obtenidos

Análisis descriptivo

En la tabla N° 15, figura 10 se puede evidenciar que en la dimensión expectativas de incertidumbre del mercado central, del ítem, llevar a cabo mi negocio implica un gran riesgo para mí, el 1.8 % está totalmente en desacuerdo, el 52.6% está en desacuerdo, el 22.8 % está en ni de acuerdo ni en desacuerdo, y en los ítem está de acuerdo y está totalmente de acuerdo no se encontró porcentaje alguno. Mientras que en el ítem el riesgo que implica mi negocio provoca que tenga mucho cuidado al momento de tomar una decisión, el 1.8% está totalmente en desacuerdo, el 49.1% está en desacuerdo, el 25.4 % está en ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 78.9 % está de acuerdo, mientras que el 12.3% está totalmente de acuerdo. El ítem me encuentro preparado para enfrentar lo desconocido el 1.5 % está en, ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 78.9 % está de acuerdo, y el 12.3 % está totalmente de acuerdo. En el ítem. Ante los problemas en mi negocio eh



sabido salir adelante, el 8.8 % está en ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 73.7 % está de acuerdo, y solo el 17.5 % está totalmente de acuerdo.

4.1.2. Prueba de normalidad de los datos

Para determinar la distribución de nuestros datos se realizó la prueba de normalidad los datos obtenidos, se optó por la aprueba de Kolmogorov-Smirnov debido a que los datos son mayores a 50.

Nivel de significancia 95%

Tabla 16.

Pruebas de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Bienestar socioafectivo	,387	341	,000	,698	341	,000
Expectativas sobre el futuro	,451	341	,000	,563	341	,000

a. Corrección de la significación de Lilliefors

Nota. Basado en análisis de datos recogidos.

Los resultados nos indican que los datos no muestran una distribución normal ya que p valor, es $< 0,05$. Por lo tanto, se decide usar la prueba de correlación de Rho de Spearman.

4.1.3. Prueba de hipótesis

Prueba estadística de la hipótesis general

- Ho: El bienestar socioafectivo no tiene relación significativa con las expectativas sobre el futuro de los comerciantes de los mercados La Bombonera y Central, Cusco-Puno, 2023

- Ha: El bienestar socioafectivo tiene relación significativa con las expectativas sobre el futuro de los comerciantes de los mercados La Bombonera y Central, Cusco-Puno, 2023

Tabla 17.

Prueba estadística de hipótesis general

		Bienestar socioafectivo	Expectativas sobre el futuro
Rho de Spearman	V1	Coficiente de correlación	,614**
		Sig. (bilateral)	,000
	V2	N	57
		Coficiente de correlación	,614**
	V2	Sig. (bilateral)	,000
		N	57

Nota. Basado en análisis de datos recogidos.

En la tabla N° 17, se puede evidenciar que el nivel de significancia es de p valor es de $0,000 < 0,05$, por lo tanto, aceptamos la hipótesis alternativa, la cual sostiene que, el bienestar socioafectivo tiene relación significativa con las expectativas sobre el futuro de los comerciantes de los mercados La Bombonera y Central, Cusco-Puno, 2023”.

Prueba estadística de la hipótesis específica 1

- Ho: El bienestar socioafectivo no tiene relación significativa con las expectativas personales de logro de los comerciantes de los mercados La Bombonera y Mercado Central

- Ha: El bienestar socioafectivo tiene relación significativa con las expectativas personales de logro de los comerciantes de los mercados La Bombonera y Mercado Central

Tabla 18.

Prueba estadística de hipótesis específica 1

		Bienestar Socioafectivo	Expectativas personales
	Coeficiente	1,000	,464**
V1	de correlación		
Rho	Sig.	.	,000
de	(bilateral)		
Spear	Coeficiente	,464**	1,000
man	de		
Expectativas	correlación		
personales	Sig.	,000	.
	(bilateral)		

Nota. Basado en análisis de datos recogidos.

En la tabla N° 18, se evidencia que el nivel de significancia es de p valor es de $0,000 < 0,05$, por lo tanto, aceptamos la hipótesis alternativa, la cual sostiene que, el bienestar socioafectivo tiene relación significativa con las expectativas personales de logro de los comerciantes de los mercados La Bombonera y Mercado Central.

Prueba estadística de la hipótesis específica 2

- Ho: El bienestar socioafectivo no tiene relación significativa con las expectativas socioculturales de los comerciantes de los mercados La Bombonera y Mercado Central.

- Ha: El bienestar socioafectivo tiene relación significativa con las expectativas socioculturales de los comerciantes de los mercados La Bombonera y Mercado Central.

Tabla 19.

Prueba estadística de hipótesis específica 2

		Bienestar Socioafectivo	Expectativas Socioculturales
Rho de Spearman	Coeficiente de correlación	de 1,000	,476**
	Sig. (bilateral)	.	,000
	Coeficiente de correlación	de ,476**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.

Nota. Basado en análisis de datos recogidos.

En la tabla N° 19, se evidencia que el nivel de significancia es de p valor es de $0,000 < 0,05$, por lo tanto, aceptamos la hipótesis alternativa, la cual sostiene que, el bienestar socioafectivo tiene relación significativa con las expectativas personales de logro de los comerciantes de los mercados La Bombonera y Mercado Central.

Prueba estadística de la hipótesis específica 3

- Ho: El bienestar socioafectivo no tiene relación significativa con las expectativas de incertidumbre de los comerciantes de los mercados La Bombonera y Mercado Central

- Ha: El bienestar socioafectivo tiene relación significativa con las expectativas de incertidumbre de los comerciantes de los mercados La Bombonera y Mercado Central

Tabla 20.

Prueba estadística de hipótesis específica 3

		Bienestar Socioafectivo	Expectativas De Incertidumbre
Rho de Spearman	V1	Coefficiente de correlación	de 1,000 ,348**
		Sig. (bilateral)	. ,008
		N	57 57
	Expectativas de incertidumbre	Coefficiente de correlación	de ,348** 1,000
		Sig. (bilateral)	,008 .
		N	57 57

Nota. Basado en análisis de datos recogidos.

En la tabla N° 20, se puede evidenciar que el nivel de significancia de p valor es de $0,008 < 0,05$, por lo tanto, aceptamos la hipótesis alternativa, la cual sostiene que, el bienestar socioafectivo tiene relación significativa con las



expectativas de incertidumbre de los comerciantes de los mercados La Bombonera y Mercado Central

4.2. DISCUSIÓN

El bienestar socioafectivo fomenta la conexión con los demás y la participación en la vida comunitaria, fortaleciendo los lazos sociales, promover la solidaridad y el altruismo, así como mejorar la autoestima y la motivación para alcanzar metas personales y profesionales. En el presente trabajo de investigación se llevó a cabo encuestas detalladas sobre las relaciones interpersonales y la percepción general del bienestar socioafectivo de los comerciantes en los mercados La Bombonera del Cusco y Central de las ciudad de Puno, vinculadas a las expectativas sobre el futuro. Estos resultados nos brindaron conocimientos valiosos sobre las dinámicas socioculturales que influyen en la toma de decisiones y el bienestar de los comerciantes, es preciso aclarar que el bienestar socioafectivo se mantiene presente en la vida de todas las personas, a su vez estos influyen en las perceptivas a futuro, el cual fue evaluado de manera subjetiva, dicha evaluación engloba descripciones de la vida personal en cuanto a la felicidad y satisfacción que poseen, lo cual es corroborado con la investigación llevado por Fernández (2021) el cual menciona que las expectativas a largo plazo se relacionan con la satisfacción de vida.

Así mismo, estos resultados demuestran que existe una relación significativa entre el bienestar socioafectivo y las expectativas sobre el futuro de los comerciantes de los mercados La Bombonera y Central, Cusco-Puno, 2023, dado los datos obtenidos, mediante la prueba de hipótesis estadística del Rho de Spearman se obtuvo un 0.00 menor al 0.05 aceptado, lo cual se corrobora con la tabla de frecuencias presentada por cada una de las dimensiones, estos datos estadísticos nos demuestran que la resiliencia fomenta un grado de bienestar entre los comerciantes, al respecto Mohamad (2019) sostiene que la importancia de una perspectiva positiva y razonada en la resolución de problemas para



promover el bienestar, es así que el bienestar sosicoafectivo de nuestros encuestados se vincula de sobre manera con sus expectativas sobre el futuro. Ya que cada uno de los encuestados muestran cierto grado de bienestar sociafectivo, y un especie de resiliencia hacia su pasado, y cómo esta resiliencia les reconforta de algún manera, el hecho de tener un negocio en el presente, el cual se ve reflejado en sus expectativas sobre su futuro, lo cual es corroborado con lo mencionado por Hilasaca y Mamani (2019), los cuales sugieren en sus conclusiones que la resiliencia y bienestar socioafectivo están muy vinculados, y que existencia de una conexión entre las mismas. Estos hallazgos tienen implicaciones importantes para comprender la interacción entre el estado emocional de los comerciantes y sus percepciones sobre el porvenir de sus negocios. Para sustentar esta aseveración, se recurre a diversas citas de autores que respaldan la existencia de esta relación significativa. Según Navarro (2013), el bienestar socioafectivo está estrechamente ligado a la disponibilidad de apoyo social y la calidad de las relaciones interpersonales. En este sentido, los comerciantes que experimentan un alto nivel de bienestar socioafectivo tienden a percibir el futuro con optimismo, ya que cuentan con un sistema de apoyo sólido que les permite afrontar los desafíos con mayor resiliencia. Esta idea se corrobora con los resultados obtenidos en la investigación, donde se observa que los comerciantes con altos niveles de bienestar socioafectivo tienden a expresar expectativas más positivas sobre el futuro de sus negocios.

Además, la estabilidad socioeconómica juega un papel crucial en la formación de expectativas futuras de los comerciantes. Como señala Chira (2021), la seguridad financiera y la estabilidad laboral influyen directamente en la percepción de riesgo y oportunidades. Los comerciantes que se sienten seguros en términos económicos tienden a proyectar un futuro más próspero para sus negocios, mientras que aquellos que experimentan inestabilidad financiera pueden tener expectativas más pesimistas. Esta



relación entre estabilidad socioeconómica y expectativas sobre el futuro se refleja en los resultados de la investigación, donde se evidencia que los comerciantes que reportan una mayor estabilidad económica tienden a tener expectativas más favorables sobre el crecimiento y la continuidad de sus negocios en el futuro.

Por otro lado, la desigualdad social también puede influir en las expectativas sobre el futuro de los comerciantes. Carrión et al. (2000) argumentan que la desigualdad extrema puede generar tensiones y conflictos en la sociedad, afectando el estado emocional de los individuos y sus percepciones sobre el futuro. En los mercados La Bombonera y Central en las ciudades de Cusco-Puno, la existencia de desigualdades económicas entre los comerciantes podría influir en sus expectativas sobre el futuro de sus negocios. El bienestar socioafectivo y la estabilidad socioeconómica son factores determinantes en la formación de expectativas sobre el futuro.

En cuanto a la comparación de los mercados, existe ciertas diferencias significativas entre La Bombonera del Cusco y el mercado Central de Puno, en términos de bienestar socioafectivo. Es así que, mientras que en mercado Central prevalecían vínculos comunitarios más sólidos, en el mercado La Bombonera se evidenciaba una mayor competencia y tensiones interpersonales, afectando la percepción de bienestar de los comerciantes, también podemos afirmar que tanto el mercado La Bombonera y Central, Cusco-Puno tiene cierta relación entorno a las percepciones sobre las dimensiones expectativas personales de logro, expectativas socioculturales, expectativas de incertidumbre. Sin embargo, también se identificaron áreas de preocupación, como las condiciones laborales precarias para algunos, lo que influyó negativamente en su percepción sobre el bienestar. Lo cual es corroborado por (Carrión, et al., 2000), el cual menciona que diversos factores condicionan el bienestar, tales como las relaciones interpersonales, las normas culturales y la pertenencia a grupos sociales, ya que estos



influyen en cómo es percibido el bienestar. Es preciso mencionar que los factores socioafectivos influyen de sobre manera en el quehacer diario, en toda labor que realizamos, en este caso para las expectativas sobre el futuro de los comerciantes. Corroborando dicha información, Barcelata y Rivas (2016) mencionan que en el contexto de la calidad de relaciones sociales y afectivas se destaca la relevancia de aspectos como la salud, la educación, el ambiente, las oportunidades laborales y la seguridad, y cómo estos elementos influyen en el grado de satisfacción general de la vida de una persona.

Se concluye que estos resultados pueden ser utilizados como base para futuras investigaciones, así como para mejorar las políticas sociales, como lo sugiere Navarro (2013), sostiene que el bienestar socioafectivo también se convierte en un parámetro para conseguir medir la efectividad de los programas de asistencia social planteados por el estado, los mismos que se encuentran dirigidos a contribuir en la calidad de relaciones sociales y afectivas del común de la población. Dichos parámetros ayudarán a las autoridades competentes y las instituciones vinculadas puedan brindar apoyo y recursos específicos para mejorar las condiciones y perspectivas de los comerciantes en estos mercados, así como fortalecer el sector comercial local y fomentar un entorno más propicio para el crecimiento económico sostenible, así como subrayan la importancia de abordar tanto los aspectos emocionales como económicos en la promoción del bienestar y el desarrollo sostenible de los comerciantes en general.

El funcionamiento de los mercados se basa en la interacción entre la oferta y la demanda, que a su vez está regulada por la ley de oferta y demanda.

La oferta se refiere a la cantidad de un bien o servicio que los productores están dispuestos a vender a diferentes precios en un período de tiempo determinado. En general, a medida que el precio de un bien aumenta, los productores están dispuestos a ofrecer más de ese bien, ya que pueden obtener mayores beneficios.



Mientras que la demanda se refiere a la cantidad de un bien o servicio que los consumidores están dispuestos a comprar a diferentes precios en un período de tiempo determinado. Por lo general, a medida que el precio de un bien disminuye, la cantidad demandada por los consumidores aumenta, ya que pueden comprar más por el mismo dinero, pero existe el llamado punto de equilibrio, que se alcanza en el mercado cuando la cantidad de bienes que los productores desean vender (oferta) es igual a la cantidad de bienes que los consumidores desean comprar (demanda) a un precio determinado. Este precio de equilibrio es el precio al cual los consumidores están dispuestos a comprar y los productores están dispuestos a vender.

Según la Ley de Municipalidades (Ley N°27972), las municipalidades tienen diversas responsabilidades respecto a los mercados de abastos. Las Municipalidades Provinciales deben construir, equipar y mantener estos mercados, ya sea directamente o mediante concesiones, en coordinación con las Municipalidades Distritales. Estas últimas tienen la responsabilidad de promover la construcción, equipamiento y mantenimiento de mercados que satisfagan las necesidades locales. Además, las municipalidades otorgan licencias de funcionamiento y otras autorizaciones, y tienen un rol fiscalizador para asegurar el cumplimiento de normativas sanitarias, garantizando así la salud de la población.

Existen normativas municipales para el funcionamiento de los mercados, es así que el Artículo 5° define términos clave para la aplicación de una Ordenanza, facilitando su entendimiento y estandarización. Se especifica que un "Mercado de Abasto" es un local cerrado con establecimientos de venta individuales dedicados al acopio y expendio de productos alimenticios y no alimenticios, tanto al por mayor como al por menor. Este término abarca mercados municipales, micromercados, mercados particulares, cooperativas, mercadillos, ferias populares en recintos cerrados y terminales pesqueros.



Además, el artículo define "Establecimientos Individuales de Venta" como puestos, tiendas, kioscos y otros espacios autorizados y registrados en un padrón de comerciantes. "Sección" se refiere a áreas donde se agrupan establecimientos con características comunes, mientras que "Giro" especifica el tipo de negocio, como carnes, aves, pescados, abarrotes, frutas, etc. Finalmente, el "Padrón de Comerciantes" es un registro ordenado de los establecimientos, clasificados según giros y secciones, incluyendo detalles del titular y su información fiscal y de identidad.

Así mismo, la SUNAT establece la normativa vigente para modelo de Gestión para Mercados de Abastos Minoristas Competitivos, en el TÍTULO II. Toma como referencia

Normas legales que rigen las actividades relacionadas con estos espacios, tales como:

1. Ley N° 27972, Ley Orgánica de Municipalidades.
2. Decreto Legislativo N° 85, Ley General de Cooperativas y modificatorias, cuyo

Texto

Único Ordenado es aprobado por Decreto Supremo N° 074-90-TR.

3. Decreto Legislativo N° 1062, Ley de Inocuidad de los Alimentos.
4. Decreto Supremo N° 034-2008-AG, que aprueba el Reglamento de la Ley de Inocuidad de los Alimentos.
5. Decreto Supremo N° 345-2018-EF, que aprueba la Política Nacional de Competitividad y Productividad.
6. Decreto Supremo N° 237-2019-EF, que aprueba el Plan Nacional de Competitividad y Productividad.
7. Decreto Supremo N° 004-2011-AG, que aprueba el Reglamento de Inocuidad Agroalimentaria.



8. Decreto Supremo N° 006-2016-MINAGRI, que modifica y complementa normas del Reglamento de Inocuidad Agroalimentaria, aprobado por Decreto Supremo N°004-2011-AG
9. Decreto Supremo N° 007-98-SA, Aprueban el Reglamento sobre Vigilancia y Control Sanitario de Alimentos y Bebidas.

TÍTULO V: GESTIÓN DE LOS MERCADOS DE ABASTOSS

Artículo 3. Definición de mercados

Según el Reglamento Sanitario de Funcionamiento de Mercados de Abastos (SENASA, 2003), un mercado de abastos es un local cerrado que alberga puestos individuales en secciones definidas, dedicados a la comercialización de alimentos, bebidas y productos tradicionales no alimenticios. Estos mercados, más allá de ser puntos clave de abastecimiento, deben ser vistos como motores de desarrollo comercial, social, económico, urbano y sostenible de las ciudades. Para ello, es crucial consolidar modelos organizativos que promuevan una cultura de calidad e innovación en la atención al consumidor, garanticen la inocuidad de los alimentos y aumenten la productividad, generando así beneficios económicos y sociales para todas las personas involucradas en estos mercados.

Artículo 4. Tipologías de mercados

Se identifican las principales tipologías de mercados de abastos en Perú. El Mercado Mayorista es un establecimiento donde se negocian o venden al por mayor productos agropecuarios, recursos hidrobiológicos, abarrotes, licores y productos de limpieza, ya sea directamente o a través de agentes de comercio. El Mercado Mixto combina ventas al por mayor y al por menor, facilitando tanto el abastecimiento a grandes compradores como a consumidores finales. Por último, el Mercado Minorista está compuesto por comerciantes que, distribuidos en puestos, venden en pequeñas cantidades



productos agropecuarios, recursos hidrobiológicos, abarrotes, licores y productos de limpieza personal y del hogar, además de ofrecer servicios diversos como electricidad, reparación de artefactos, vidriería, ebanistería, sastrería y renovación de calzado. Estos mercados desempeñan roles cruciales en la economía local al atender diferentes necesidades de comercialización y consumo, apoyando tanto a grandes operadores comerciales como a consumidores individuales.

Entidades vinculadas

Servicio Nacional de Sanidad Agraria (SENASA):

El SENASA, adscrito al MINAGRI, es la autoridad oficial en sanidad agraria, calidad de insumos, producción orgánica e inocuidad agroalimentaria. Su responsabilidad principal es la vigilancia sanitaria de la producción de alimentos de origen animal y vegetal, asegurando que se cumplan los estándares de salud necesarios para proteger tanto a los consumidores como a los productores.

Organismo Nacional de Sanidad Pesquera (SANIPES):

SANIPES, adscrito al Ministerio de la Producción, se encarga de normar, supervisar y fiscalizar las actividades relacionadas con la sanidad e inocuidad pesquera y acuícola. Su misión es garantizar la seguridad sanitaria de los productos hidrobiológicos y de los piensos de origen acuático, vigilando que las prácticas y productos cumplan con las normativas establecidas.

Dirección General de Salud Ambiental e Inocuidad Alimentaria (DIGESA):

DIGESA supervisa la vigilancia sanitaria de los establecimientos de fabricación, almacenamiento, y fraccionamiento de alimentos, así como de los servicios de alimentación colectiva y medios de transporte de pasajeros. Además, se encarga de garantizar la calidad sanitaria e inocuidad de los alimentos y bebidas industrializadas, asegurando que estos productos sean seguros para el consumo humano.



Instituto Nacional de Defensa Civil (INDECI):

INDECI, adscrito al Ministerio de Defensa, es parte del Sistema Nacional de Gestión del Riesgo de Desastres y se dedica a asesorar y proponer normativa para la gestión reactiva de riesgos. En relación con los mercados de abastos, INDECI se encarga de verificar que las instalaciones sean seguras y garanticen la integridad de los usuarios y trabajadores, asegurando que los mercados cumplan con las normativas de seguridad necesarias para prevenir desastres.



V. CONCLUSIONES

PRIMERA: Los resultados estadísticos indican que p valor es $0,000 < 0,05$, por lo tanto, se acepta la hipótesis alternativa, la cual sostiene que, el bienestar socioafectivo tiene relación significativa con las expectativas sobre el futuro de los comerciantes de los mercados La Bombonera y Central, Cusco-Puno, 2023. Esto evidencia que tanto los comerciantes del mercado La Bombonera y Central guardan cierta similitud en sus pensamientos y perspectivas sobre el bienestar socioafectivo y su relación con las expectativas sobre el futuro.

SEGUNDA: Se determinó estadísticamente y mediante la presentación de las tablas de frecuencia que el bienestar socioafectivo tiene relación significativa con la dimensión de expectativas personales de logro entre los comerciantes de los mercados La Bombonera y Mercado Central.

TERCERA: Con respecto a la dimensión expectativas socioculturales, se determinó que esta tiene una relación significativa con la variable bienestar socioafectivo entre los comerciantes de los mercados La Bombonera y Mercado Central, ya que tuvieron altos niveles de personas que estaban totalmente de acuerdo en la percepción de presiones externas y percepción de las normas socioculturales, la cuales fueron influenciadas por el aspecto de bienestar soicafectivo.

CUARTA: Se determinó que el bienestar socioafectivo tiene relación significativa con las expectativas de incertidumbre de los comerciantes de los mercados La Bombonera y Mercado Central, ya que estuvo muy vinculado a los indicadores de percepción del riesgo y capacidad de adaptación ante lo



desconocido, en los cuales se ubicaron un grupo considerable de personas que están totalmente de acuerdo.



VI. RECOMENDACIONES

PRIMERO: Desarrollar investigaciones continuas que profundicen en la comprensión de las dinámicas socioeconómicas y psicosociales de los comerciantes. Esto permitirá ajustar estrategias a medida que evolucionen las circunstancias locales y globales.

SEGUNDO: A las autoridades locales, fomentar la creación de espacios colaborativos que faciliten el intercambio de experiencias y buenas prácticas entre los comerciantes de los mercados. Esto puede promover una cultura de apoyo mutuo y fortalecer las redes comunitarias.

TERCERA: Incentivar la participación activa de los comerciantes en la toma de decisiones que afectan directamente a sus actividades comerciales. Establecer canales de comunicación efectivos que faciliten el diálogo entre las autoridades locales y la comunidad de comerciantes.



VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alarcón, R. (2006). *Desarrollo de una Escala Factorial para medir la Felicidad*. *Revista Interamericana de Psicología*, 40 (1), 99-106.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28440110>
- Aldave, C., y Sinche, H., (2020) *Bienestar socioafectivo y bienestar psicológico en estudiantes de una escuela superior castrense de Lima*. [Tesis de título profesional, Universidad Privada del Norte]. <https://hdl.handle.net/11537/25097>
- Barcelata, B. y Rivas, D. (2016). *Bienestar psicológico y satisfacción vital en adolescentes mexicanos tempranos y medio*. *Revista Costarricense de Psicología*, 35(2), 119-137. <http://www.rcpscr.org/openjournal/index.php/RCPs/article/view/84>
- Barrionuevo, C., Portocarrero, E., Rojas, V., y Sánchez, R., (2021) *Actitud hacia la vida y expectativa de futuro en estudiantes de educación secundaria*. *Revista Universidad y Sociedad*. 13(4), 567-575.
http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202021000400567
- Bejarano, H., Hancevic, P., y Núñez, H., (2020) *Impacto económico del COVID-19 en negocios pequeños y medianos bajo restricciones voluntarias e impuestas*. *EconoQuantum*. 18(2), 23-56, <https://doi.org/10.18381/eq.v18i2.7229>
- Bohórquez, M., (2020) *Influencia de la satisfacción familiar sobre las expectativas de futuro en estudiantes universitarios de Lima Metropolitana*. [Tesis de título profesional, Universidad San Ignacio de Loyola].
<https://hdl.handle.net/20.500.14005/11190>
- Calleja, N., Mason, T., y Gómez, O., (2022) *Escala de Bienestar Subjetivo, versión corta (EBS-8): Revalidación, invarianza de medición y teoría de respuesta al ítem*. *Acta*



Colombiana de Psicología. 25(1). <https://doi.org/10.14718/acp.2022.25.1.13>

Carrión, C., Molero, R. y González, F. (2000). *Estudio de la Satisfacción personal según la edad de las personas. Anales de Psicología*, 16 (2) ,189-198
<https://doi.org/10.6018/analesps>

Casal, J., García, M., Merino, R., y Quesada, M., (2005) *Aportaciones teóricas y metodológicas a la sociología de la juventud desde la perspectiva de la transición. Materiales de Sociología de la juventud*, 79, 21-48.
<https://doi.org/10.5565/rev/papers/v79n0.798>

Chira, F., (2021) *Bienestar psicológico y bienestar socioafectivo en egresados universitarios de Lima metropolitana en tiempos de pandemia*. [Tesis de título profesional, Pontificia Universidad San Ignacio de Loyola].
<https://hdl.handle.net/20.500.14005/11861>

Delfino, G., Muratori, M. y Zubieta, E. (2014). *Bienestar psicosocial y bienestar socioafectivo en estudiantes militares*. *Revista digital universitaria*, 12(35), 1-9.
<https://ri.conicet.gov.ar/handle/11336/35028>

Esquivel, R., Bello, B., y Ormaza, M., (2019) *El comercio informal y su influencia en los emprendedores de la Universidad Técnica de Manabí*. *ECA Sinergia*. 10(3), 7-13,
https://doi.org/10.33936/eca_sinergia.v10i3.1487

Fernández, W., (2021) *Expectativas de futuro y bienestar socioafectivo en estudiantes de secundaria del distrito El Porvenir*. [Tesis de título profesional, Universidad Privada del Norte]. <https://hdl.handle.net/11537/28275>

Guerrero, D., y Molina, M., (2022) *Bienestar socioafectivo y calidad de vida en usuarios del Centro Gerontológico Residencial Municipal Chambo, 2022*. [Tesis de título



- profesional, Universidad Nacional de Chimborazo].
<http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/9273>
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P., (2014) *Metodología de la investigación. McGraw Hill*. https://www.uv.mx/personal/cbustamante/files/2011/06/Methodologia-de-la-Investigaci%C3%83%C2%B3n_Sampieri.pdf
- Hilasaca, K., y Mamani, O., (2019) *Bienestar socioafectivo y resiliencia en una muestra de adolescentes de la ciudad de Juliaca*. [Tesis de título profesional, Universidad Nacional de Juliaca]. <http://repositorio.unaj.edu.pe:8080/handle/UNAJ/47>
- Jiménez, J., (2021) *Bienestar socioafectivo de jóvenes universitarios de diferentes programas académicos de una universidad privada*. [Tesis de título profesional, Pontificia Universidad Cooperativa de Colombia].
<http://hdl.handle.net/20.500.12494/32636>
- Martínez, P. (2004). *Perspectiva temporal futura y bienestar socioafectivo a lo largo del ciclo vital*. *Revista de Psicología de la PUCP*, 22, (2), 21-252.
<https://doi.org/10.18800/psico.200402.003>
- Mohamad, M., (2019) *Bienestar socioafectivo y su relación con las estrategias de resolución de problemas sociales en jóvenes universitarios*. [Tesis de título profesional, Pontificia Universidad Católica Argentina].
<https://repositorio.uca.edu.ar/handle/123456789/10152>
- Moreta, R., López, C., Gordón, P., Ortiz, W. y Gaibor, I. (2018). *Bienestar socioafectivo, bienestar psicológico y social como predictores de la salud mental en ecuatorianos*. *Actualidades en psicología*, 32(124), 111-125.
<https://doi.org/10.15517/ap.v32i124.31989>



- Nagpal, J., y Sell, M., (1992). *Manual del Inventario de Bienestar Subjetivo*. Organización Mundial de la Salud.
- Navarro, C. (2013). *Dos aproximaciones complementarias para medir bienestar socioafectivo en una comunidad al sur de Perú*. [Tesis de título profesional, Pontificia Universidad Católica del Perú]. <http://hdl.handle.net/20.500.12404/4616>
- Peña, N., (2022) *Locus de control y bienestar socioafectivo en estudiantes universitarios de la ciudad de Moquegua, 2021*. [Tesis de título profesional, Universidad Señor de Sipán]. <https://hdl.handle.net/20.500.12802/9582>
- Quispe, L., (2023) *Envejecimiento activo y bienestar socioafectivo de los adultos mayores del centro adulto mayor – ESSALUD de Puno, 2021*. [Tesis de título profesional, Universidad Nacional del Altiplano]. <https://repositorio.unap.edu.pe/handle/20.500.14082/19762>
- Real Academia Española (2023) *Diccionario de la lengua española: afectividad*. <https://dle.rae.es/afectividad>
- Riberas, G., Navarro, C. y Puig, D. (2001). *Bienestar socioafectivo, autoestima y expectativas de futuro desde la perspectiva de los adolescentes*. *Intercambio*, 19, 66-73. <https://raco.cat/index.php/EducacioSocial/article/view/165389/240850>



ANEXOS

Anexo1. Cuadro de matriz de variables

Variables	Problemas	Objetivos	Hipótesis	Dimensiones	Metodología
Variable independiente: Bienestar socioafectivo	<p>Problema general</p> <p>¿Cuál es la relación del bienestar socioafectivo y las expectativas sobre el futuro de los comerciantes de los mercados La Bombonera y Mercado Central, Cusco-Puno, 2023?</p> <p>Problemas específicos</p> <p><input type="checkbox"/> ¿Cuál es la relación del bienestar socioafectivo y las expectativas personales de logro de los comerciantes de los mercados La Bombonera y Mercado Central?</p>	<p>Objetivo general</p> <p><input type="checkbox"/> Determinar la relación del bienestar socioafectivo y las expectativas sobre el futuro de los comerciantes de los mercados La Bombonera y Mercado Central, Cusco-Puno, 2023</p> <p>Objetivos específicos</p> <p><input type="checkbox"/> Identificar la relación del bienestar socioafectivo y las expectativas personales de logro de los comerciantes de los mercados La Bombonera y Mercado Central,</p>	<p>Hipótesis general</p> <p>El bienestar socioafectivo tiene relación significativa con las expectativas sobre el futuro de los comerciantes de los mercados La Bombonera y Mercado Central, Cusco-Puno, 2023</p> <p>Hipótesis específicas</p> <p>-El bienestar socioafectivo tiene relación significativa con las expectativas personales de logro de los comerciantes de los mercados La Bombonera y Mercado Central</p>	<p>Satisfacción con la vida</p> <p>Afecto positivo</p>	<p>Enfoque: Cuantitativo</p> <p>Nivel: Correlacional</p> <p>Diseño: No experimental</p> <p>Población :</p> <p>Comerciantes de los mercados "La Bombonera" en Sicuani, Cusco, y del Mercado Central de Puno</p> <p>Muestra :</p> <p>Probabilístico aleatorio</p> <p>284 Cusco</p> <p>57 Puno</p> <p>Técnica de recolección de datos :</p> <p>Encuesta(Cuestionario)</p>
	Variable dependiente: Expectativas sobre el futuro	<p><input type="checkbox"/>Cuál es la relación del bienestar socioafectivo y las expectativas socioculturales de los comerciantes de los mercados La Bombonera y Mercado Central?</p> <p><input type="checkbox"/> ¿Cuál la relación del bienestar socioafectivo y las expectativas de incertidumbre de los comerciantes de los mercados La Bombonera y Mercado Central?</p>	<p><input type="checkbox"/>Especificar la relación del bienestar socioafectivo y las expectativas socioculturales de los comerciantes de los mercados La Bombonera y Mercado Central</p> <p><input type="checkbox"/>Determinar la relación del bienestar socioafectivo y las expectativas de incertidumbre de los comerciantes de los mercados La Bombonera y Mercado Central</p>	<p>El bienestar socioafectivo tiene relación significativa con las expectativas socioculturales de los comerciantes de los mercados La Bombonera y Mercado Central</p> <p>-El bienestar socioafectivo tiene relación significativa con las expectativas de incertidumbre de los comerciantes de los mercados La Bombonera y Mercado Central</p>	<p>Expectativas personales de logro</p> <p>Expectativas socioculturales</p> <p>Expectativas de incertidumbre</p>

Anexo 2. Cuadro de operacionalización de variables

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	VARIABLES
Bienestar socioafectivo	Social	En lo personal, <i>años de edad</i>		Edad
		En lo familiar, <i>número de integrantes</i>		Composición familiar
		En el nivel educativo, <i>años de escolaridad</i>		Nivel educativo
		En salud, <i>estado de salud</i>		Salud
		Ingreso, <i>cantidad de soles por ventas</i>		Ingreso económico
	Satisfacción con la vida	Sensación de felicidad	2, 3, 5, 8	Ordinal
		Sensación de satisfacción		
		Autovaloración de la felicidad		
		Sensación de tranquilidad		
	Afecto positivo	Agrado por la vida propia	1, 4, 6, 7	
		Alegría proporcionada por la vida		
		Disfrute de la vida propia		
Confort con la vida				
Expectativas sobre el futuro	Expectativas personales de logro	Orientación hacia el crecimiento personal	1, 2, 3, 4	
		Deseo de alcanzar metas importantes		
	Expectativas socioculturales	Percepción de presiones externas	5, 6, 7, 8	
		Percepción de las normas socioculturales		
	Expectativas de incertidumbre	Percepción del riesgo	9, 10, 11, 12	
		Capacidad de adaptación ante lo desconocido		



Anexo 3. Declaraciones juradas de autenticidad



Universidad Nacional
del Altiplano Puno



Vicerrectorado
de Investigación



Repositorio
Institucional

DECLARACIÓN JURADA DE AUTENTICIDAD DE TESIS

Por el presente documento, Yo Saido Hilarios Mamani Mamani
identificado con DNI 71689696 en mi condición de egresado de:

Escuela Profesional, Programa de Segunda Especialidad, Programa de Maestría o Doctorado

SOCIOLOGIA

informo que he elaborado el/la Tesis o Trabajo de Investigación denominada:

" BIENESTAR SOCIOAFECTIVO Y EXPECTATIVAS SOBRE EL FUTURO DE
LOS COMERCIANTES DE LOS MERCADOS LA BOMBONERA Y CENTRAL
COSCO - PUNO, 2023. "

Es un tema original.

Declaro que el presente trabajo de tesis es elaborado por mi persona y **no existe plagio/copia** de ninguna naturaleza, en especial de otro documento de investigación (tesis, revista, texto, congreso, o similar) presentado por persona natural o jurídica alguna ante instituciones académicas, profesionales, de investigación o similares, en el país o en el extranjero.

Dejo constancia que las citas de otros autores han sido debidamente identificadas en el trabajo de investigación, por lo que no asumiré como tuyas las opiniones vertidas por terceros, ya sea de fuentes encontradas en medios escritos, digitales o Internet.

Asimismo, ratifico que soy plenamente consciente de todo el contenido de la tesis y asumo la responsabilidad de cualquier error u omisión en el documento, así como de las connotaciones éticas y legales involucradas.

En caso de incumplimiento de esta declaración, me someto a las disposiciones legales vigentes y a las sanciones correspondientes de igual forma me someto a las sanciones establecidas en las Directivas y otras normas internas, así como las que me alcancen del Código Civil y Normas Legales conexas por el incumplimiento del presente compromiso

Puno 24 de Junio del 20 24



FIRMA (obligatoria)



Huella



DECLARACIÓN JURADA DE AUTENTICIDAD DE TESIS

Por el presente documento, Yo Sthefani Rojas Sumari
identificado con DNI 76287947 en mi condición de egresado de:

Escuela Profesional, Programa de Segunda Especialidad, Programa de Maestría o Doctorado

Sociología

informo que he elaborado el/la Tesis o Trabajo de Investigación denominada:

" BIENESTAR SOCIOAFECTIVO Y EXPECTATIVAS SOBRE EL FUTURO DE
LOS COMERCIANTES DE LOS MERCADOS LA BOHONERA Y CENTRAL,
CUSCO - PUNO 2023 "

Es un tema original.

Declaro que el presente trabajo de tesis es elaborado por mi persona y **no existe plagio/copia** de ninguna naturaleza, en especial de otro documento de investigación (tesis, revista, texto, congreso, o similar) presentado por persona natural o jurídica alguna ante instituciones académicas, profesionales, de investigación o similares, en el país o en el extranjero.

Dejo constancia que las citas de otros autores han sido debidamente identificadas en el trabajo de investigación, por lo que no asumiré como tuyas las opiniones vertidas por terceros, ya sea de fuentes encontradas en medios escritos, digitales o Internet.

Asimismo, ratifico que soy plenamente consciente de todo el contenido de la tesis y asumo la responsabilidad de cualquier error u omisión en el documento, así como de las connotaciones éticas y legales involucradas.

En caso de incumplimiento de esta declaración, me someto a las disposiciones legales vigentes y a las sanciones correspondientes de igual forma me someto a las sanciones establecidas en las Directivas y otras normas internas, así como las que me alcancen del Código Civil y Normas Legales conexas por el incumplimiento del presente compromiso

Puno 24 de Junio del 2024


FIRMA (obligatoria)



Huella



Anexo 4. Autorizaciones para el depósito de tesis



Universidad Nacional
del Altiplano Puno



Vicerrectorado
de Investigación



Repositorio
Institucional

AUTORIZACIÓN PARA EL DEPÓSITO DE TESIS O TRABAJO DE INVESTIGACIÓN EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL

Por el presente documento, Yo Saida Milagros Mamani Mamani identificado con DNI 71689696 en mi condición de egresado de:

Escuela Profesional, Programa de Segunda Especialidad, Programa de Maestría o Doctorado

SOCIOLOGIA
informo que he elaborado el/la Tesis o Trabajo de Investigación denominada:

" BIENESTAR SOCIOAFECTIVO Y EXPECTATIVAS SOBRE EL FUTURO DE LOS COMERCIANTES DE LOS MERCADOS LA BOMBONERA Y CENTRAL CUSCO - PUNO, 2023. "

para la obtención de Grado, Título Profesional o Segunda Especialidad.

Por medio del presente documento, afirmo y garantizo ser el legítimo, único y exclusivo titular de todos los derechos de propiedad intelectual sobre los documentos arriba mencionados, las obras, los contenidos, los productos y/o las creaciones en general (en adelante, los "Contenidos") que serán incluidos en el repositorio institucional de la Universidad Nacional del Altiplano de Puno.

También, doy seguridad de que los contenidos entregados se encuentran libres de toda contraseña, restricción o medida tecnológica de protección, con la finalidad de permitir que se puedan leer, descargar, reproducir, distribuir, imprimir, buscar y enlazar los textos completos, sin limitación alguna.

Autorizo a la Universidad Nacional del Altiplano de Puno a publicar los Contenidos en el Repositorio Institucional y, en consecuencia, en el Repositorio Nacional Digital de Ciencia, Tecnología e Innovación de Acceso Abierto, sobre la base de lo establecido en la Ley N° 30035, sus normas reglamentarias, modificatorias, sustitutorias y conexas, y de acuerdo con las políticas de acceso abierto que la Universidad aplique en relación con sus Repositorios Institucionales. Autorizo expresamente toda consulta y uso de los Contenidos, por parte de cualquier persona, por el tiempo de duración de los derechos patrimoniales de autor y derechos conexos, a título gratuito y a nivel mundial.

En consecuencia, la Universidad tendrá la posibilidad de divulgar y difundir los Contenidos, de manera total o parcial, sin limitación alguna y sin derecho a pago de contraprestación, remuneración ni regalía alguna a favor mío; en los medios, canales y plataformas que la Universidad y/o el Estado de la República del Perú determinen, a nivel mundial, sin restricción geográfica alguna y de manera indefinida, pudiendo crear y/o extraer los metadatos sobre los Contenidos, e incluir los Contenidos en los índices y buscadores que estimen necesarios para promover su difusión.

Autorizo que los Contenidos sean puestos a disposición del público a través de la siguiente licencia:

Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional. Para ver una copia de esta licencia, visita: <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

En señal de conformidad, suscribo el presente documento.

Puno 24 de Junio del 2023


FIRMA (obligatoria)



Huella



AUTORIZACIÓN PARA EL DEPÓSITO DE TESIS O TRABAJO DE INVESTIGACIÓN EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL

Por el presente documento, Yo Stefano Rojas Sumi
identificado con DNI 76987947 en mi condición de egresado de:

Escuela Profesional, Programa de Segunda Especialidad, Programa de Maestría o Doctorado

Sociología
informo que he elaborado el/la Tesis o Trabajo de Investigación denominada:

" BIENESTAR SOCIOAFECTIVO Y EXPECTATIVAS SOBRE EL FUTURO DE LOS
COMERCIALES DE LOS MERCADOS LA BOMBONERA Y CENTRAL,
LUSCO - PUNO, 2023. "

para la obtención de Grado, Título Profesional o Segunda Especialidad.

Por medio del presente documento, afirmo y garantizo ser el legítimo, único y exclusivo titular de todos los derechos de propiedad intelectual sobre los documentos arriba mencionados, las obras, los contenidos, los productos y/o las creaciones en general (en adelante, los "Contenidos") que serán incluidos en el repositorio institucional de la Universidad Nacional del Altiplano de Puno.

También, doy seguridad de que los contenidos entregados se encuentran libres de toda contraseña, restricción o medida tecnológica de protección, con la finalidad de permitir que se puedan leer, descargar, reproducir, distribuir, imprimir, buscar y enlazar los textos completos, sin limitación alguna.

Autorizo a la Universidad Nacional del Altiplano de Puno a publicar los Contenidos en el Repositorio Institucional y, en consecuencia, en el Repositorio Nacional Digital de Ciencia, Tecnología e Innovación de Acceso Abierto, sobre la base de lo establecido en la Ley N° 30035, sus normas reglamentarias, modificatorias, sustitutorias y conexas, y de acuerdo con las políticas de acceso abierto que la Universidad aplique en relación con sus Repositorios Institucionales. Autorizo expresamente toda consulta y uso de los Contenidos, por parte de cualquier persona, por el tiempo de duración de los derechos patrimoniales de autor y derechos conexos, a título gratuito y a nivel mundial.

En consecuencia, la Universidad tendrá la posibilidad de divulgar y difundir los Contenidos, de manera total o parcial, sin limitación alguna y sin derecho a pago de contraprestación, remuneración ni regalía alguna a favor mío; en los medios, canales y plataformas que la Universidad y/o el Estado de la República del Perú determinen, a nivel mundial, sin restricción geográfica alguna y de manera indefinida, pudiendo crear y/o extraer los metadatos sobre los Contenidos, e incluir los Contenidos en los índices y buscadores que estimen necesarios para promover su difusión.

Autorizo que los Contenidos sean puestos a disposición del público a través de la siguiente licencia:

Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional. Para ver una copia de esta licencia, visita: <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

En señal de conformidad, suscribo el presente documento.

Puno 24 de Junio del 20


FIRMA (obligatoria)

