



UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y ARTES PLÁSTICAS.

**“INTERVENCIÓN URBANO-ARQUITECTÓNICA
DE LOS ESPACIOS DEL COMERCIO INFORMAL
EN EL CENTRO DE SUCRE DEL CANTÓN 24 DE
MAYO”**

John Steeven Vélez Ponce

Manta – Manabí – Ecuador

2022



UNIVERSIDAD LAICA “ELOY ALFARO”

DE MANABÍ



FACULTAD DE ARQUITECTURA Y ARTES PLÁSTICAS.

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE ARQUITECTO**

TEMA:

**INTERVENCIÓN URBANO-ARQUITECTÓNICA DE LOS
ESPACIOS DEL COMERCIO INFORMAL EN EL CENTRO DE SUCRE
DEL CANTÓN 24 DE MAYO**

AUTOR:

JOHN STEEVEN VÉLEZ PONCE

TUTOR:

ARQ. PABLO HENRY GARCÍA DELGADO, MG.

**Manta – Manabí – Ecuador
2022**

1 Certificación del tutor.

En calidad de docente tutora de la Facultad de Arquitectura de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, certifico:

Haber dirigido y revisado el trabajo de titulación, cumpliendo el total de 400 horas, bajo la modalidad de PROYECTO INTEGRADOR, cuyo tema del proyecto es “Intervención urbano-arquitectónica de los espacios del comercio informal en el centro de Sucre del Cantón 24 de mayo”, el mismo que ha sido desarrollado de acuerdo a los lineamientos internos de la modalidad en mención y en apego al cumplimiento de los requisitos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico, por tal motivo CERTIFICO, que el mencionado proyecto reúne los méritos académicos, científicos y formales, suficientes para ser sometido a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

La autoría del tema desarrollado, corresponde a John Steeven Velez Ponce, estudiante de la carrera de Arquitectura, período académico 2022-2023, quien se encuentra apta para la sustentación de su trabajo de titulación.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Manta, 11 agosto de 2022.

Certifico,

Arq. Pablo Henry García

Docente Tutor
C.C. 1309145470

2 Declaración de autoría.

Quien suscribe John Steeven Vélez Ponce con C.I. N° 0955652946, egresado de la Facultad de Arquitectura de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, hace constar que es el autor de la Tesis Titulada: INTERVENCIÓN URBANO-ARQUITECTÓNICA DE LOS ESPACIOS DEL COMERCIO INFORMAL EN EL CENTRO DE SUCRE DEL CANTÓN 24 DE MAYO, el cual es absolutamente original y auténtico de mi autoría. Y asumo la responsabilidad señalada por la ley, sin afectar al tutor que dio seguimiento al proyecto tanto como a la Universidad.

De tal manera, manifiesto la originalidad de la Conceptualización del trabajo, interpretación de datos y la elaboración de las conclusiones, dejando señalado que aquellos aportes bibliográficos de otros autores se han referenciado apropiadamente en el contenido del trabajo.

John Steeven Vélez Ponce.

CI: 0955652946

3 Certificación de aprobación del trabajo de titulación.

En calidad de tribunales de la Facultad de Arquitectura y Artes de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, certifico:

Haber revisado el trabajo de titulación, bajo la modalidad de Proyecto Integrador, cuyo tema es “INTERVENCIÓN URBANO-ARQUITECTÓNICA DE LOS ESPACIOS DEL COMERCIO INFORMAL EN EL CENTRO DE SUCRE DEL CANTÓN 24 DE MAYO” internos de la modalidad en mención y en apego al cumplimiento de los requisitos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico, por tal motivo APRUEBO, que el mencionado proyecto reúne los méritos académicos, científicos y formales, suficientes para proceder a la defensa correspondiente.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario. En la ciudad de Manta, a los Nueve días del mes de Septiembre de dos mil veinte y uno.

ARQ. BARBA ESPINEL GABRIEL, MG

Tribunal 1

ARQ. SOLANO MACHUCA JUAN, MG

Tribunal 2

4 Dedicatoria.

El presente trabajo de titulación se lo dedico principalmente a mis padres que han sido los pilares fundamentales para mi crecimiento profesional, por darme la confianza y su apoyo incondicional a lo largo de mi vida.

A mis hermanos por darme seguridad y ánimos para salir adelante, en especial a Andrés mi hermano mayor, que siempre estuvo dispuesto a ayudarme y su apoyo ha sido muy importante a lo largo de la carrera.

A mi esposa y mi hijo que son el principal motivo para salir adelante, y han estado conmigo compartiendo este camino de aprendizaje.

5 Agradecimiento.

Agradezco a Dios por darme las fuerzas para salir adelante. A mis padres que por ellos he podido cumplir con mis objetivos.

Le agradezco a mis hermanos, que siempre han estado dispuestos a ayudarme, a mi esposa con la que he pasado estos últimos años de la carrera y juntos hemos llegado hasta el final de la misma, a mis suegros que nos dieron su apoyo.

Agradezco a mis compañeros con los que compartí conocimientos y experiencias.

Agradezco con mi tutor de tesis por todo el tiempo empleado a mi trabajo de titulación. A la Facultad de arquitectura, por formarme académica y profesionalmente.

6 Índice.

1	CERTIFICACIÓN DEL TUTOR.....	I
2	DECLARACIÓN DE AUTORÍA.....	II
3	CERTIFICACIÓN DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN.....	III
4	DEDICATORIA.....	IV
5	AGRADECIMIENTO.....	V
6	ÍNDICE.....	VI
7	RESUMEN.....	1
8	INTRODUCCIÓN.....	2
9	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	4
9.1	MARCO CONTEXTUAL DEL PROBLEMA.....	4
9.2	FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	8
9.2.1	<i>Definición o caracterización del problema identificado.....</i>	8
9.2.2	<i>Problema central y sub problemas.....</i>	9
9.2.3	<i>Formulación de pregunta clave.....</i>	10
9.3	JUSTIFICACIÓN.....	10
9.3.1	<i>Justificación social.....</i>	10
9.3.2	<i>Justificación urbano – arquitectónica.....</i>	11
9.3.3	<i>Justificación académica.....</i>	11
9.4	DEFINICIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO.....	11
9.4.1	<i>Delimitación sustantiva del tema.....</i>	11
9.4.2	<i>Delimitación Espacial.....</i>	12
9.4.3	<i>Delimitación Temporal.....</i>	13
9.5	CAMPO DE LA INVESTIGACIÓN.....	13
9.6	OBJETIVOS.....	13
9.6.1	<i>Objetivo General.....</i>	13
9.6.2	<i>Objetivos específicos.....</i>	13

9.7	IDENTIFICACIÓN DE VARIABLES.....	14
9.7.1	<i>Variable dependiente</i>	14
9.7.2	<i>Variable independiente</i>	14
9.8	FORMULACIÓN DE LA IDEA A DEFENDER.....	14
9.9	OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE.....	15
9.10	PROCESOS DESARROLLADOS EN EL TRABAJO DE TITULACIÓN:.....	16
9.10.1	<i>PDTT1</i> :.....	16
9.10.2	<i>PDTT2</i> :.....	16
9.10.3	<i>PDTT3</i> :.....	16
10	DISEÑO DE LA METODOLOGÍA.....	17
10.1	FASES DEL ESTUDIO (PDTT-1-2-3).....	17
10.1.1	<i>Fase 1. Marco Referencial del trabajo de Titulación</i>	17
10.1.2	<i>Fase 2. Diagnóstico de la investigación</i>	18
10.2	POBLACIÓN Y MUESTRA.....	19
10.3	RESULTADOS ESPERADOS.....	20
10.4	NOVEDAD DE LA INVESTIGACIÓN.....	20
11	CAPITULO 1.- MARCO REFERENCIAL DEL TRABAJO DE TITILACIÓN.....	22
11.1	MARCO ANTROPOLÓGICO:.....	22
11.2	MARCO TEÓRICO:.....	24
11.2.1	<i>La Imagen De La Ciudad</i>	24
11.2.2	<i>Paisaje urbano</i>	25
11.3	HABITABILIDAD URBANA.....	26
11.4	ORDENAMIENTO TERRITORIAL.....	27
11.4.1	<i>Equipamiento urbano</i>	28
11.4.2	<i>Mercado</i>	29
11.4.3	<i>Tipologías Comerciales</i>	30
11.4.4	<i>Oferta y Demanda</i>	32
11.4.5	<i>Festivales productivos vinculados a la identidad, y el desarrollo local</i>	33
11.4.6	<i>Marketing territorial, cultura e identidad</i>	34

11.4.7	<i>Desarrollo humano y local desde la perspectiva del crecimiento.</i>	34
11.5	MERCADO INFORMAL.	36
11.5.1	<i>Caracterización del comercio informal.</i>	36
11.5.2	<i>Empleo informal.</i>	36
11.6	MARCO CONCEPTUAL:	37
11.6.1	<i>Economía del cantón.</i>	37
11.6.2	<i>Cámara de empresas.</i>	38
11.6.3	<i>Asociaciones de flujo económico en el cantón 24 de mayo.</i>	38
11.6.4	<i>Desorden y deterioro urbano</i>	39
11.6.5	<i>Pobreza Urbana y Producción escasa de artículos de primera Necesidad</i>	39
11.6.6	<i>El control del crimen.</i>	40
11.6.7	<i>La calidad de vida como punto focal del comercio y los mercados de abastos.</i>	41
11.6.8	<i>Sustentabilidad urbana.</i>	41
11.6.9	<i>Regeneración urbana</i>	41
11.6.10	<i>Palabras clave expresadas</i>	42
11.7	MARCO JURÍDICO/O NORMATIVO:	44
11.7.1	<i>Constitución del Ecuador.</i>	44
11.7.2	<i>Gobierno autónomo descentralizado municipal del cantón 24 de mayo.</i>	45
11.7.3	<i>COOTAD Código Orgánico De Ordenamiento Territorial.</i>	47
11.7.4	<i>Agenda Habitatad Sustentable Del Ecuador 2036</i>	48
11.8	MODELO DE REPERTORIO.	49
11.8.1	<i>Mercado Tirso de Molina.</i>	49
12	CAPITULO II.- DIAGNOSTICO DEL PROYECTO INTEGRADOR.	67
12.1	INFORMACIÓN BÁSICA.	67
12.1.1	<i>Características del territorio.</i>	67
12.1.2	<i>División política.</i>	67
12.1.3	<i>Análisis de la zona comercial de la cabecera cantonal de 24 de mayo.</i>	67
12.1.4	<i>Equipamientos Comerciales.</i>	68
12.1.5	<i>Uso de suelo.</i>	70

12.1.6	<i>Análisis vial</i>	71
12.2	TABULACIÓN DE LA INFORMACIÓN:.....	72
12.2.1	<i>Resultados de la encuesta realizada a los usuarios</i> :.....	72
12.2.2	<i>Resultados de la encuesta realizada a los comerciantes informales</i> :.....	81
12.3	INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS:.....	90
12.4	PRONOSTICO:.....	92
12.5	COMPROBACIÓN DE LA IDEA PLANTEADA:.....	92
13	CAPITULO 3.- PROPUESTA	94
13.1	DESCRIPCIÓN Y CONCEPTUALIZACIÓN DE LA PROPUESTA ARQUITECTÓNICA/URBANA.....	94
13.2	IMAGEN CONCEPTUAL DE LA PROPUESTA.....	95
13.3	OBJETIVOS DE LA PROPUESTA.....	96
13.3.1	<i>Capacidad de la propuesta urbano arquitectónica</i>	96
13.4	ANÁLISIS DE SITIO.....	97
13.4.1	<i>Condiciones físico ambientales del terreno</i>	97
13.5	NORMATIVAS Y ORDENANZAS.....	102
13.5.1	<i>Normativas de arquitectura y urbanismo</i>	102
13.6	VISIÓN ANTROPOLÓGICA.....	106
13.7	PROGRAMA DE NECESIDADES	108
13.8	CUADROS AXIOMÁTICOS DE DIAGRAMACIÓN Y PROGRAMACIÓN.....	110
13.8.1	<i>Diagrama de Relaciones Funcionales de Planta Baja</i>	110
13.8.2	<i>Diagrama de Relaciones Funcionales de Planta Alta</i>	111
13.9	ZONIFICACIÓN PLANTA BAJA.....	112
13.9.1	<i>Zonificación Planta Alta</i>	113
13.10	CRITERIOS DE OPERATIVIDAD DE LA PROPUESTA.....	114
13.11	CRITERIO FUNCIONAL.....	115
13.12	CRITERIO FORMAL.....	117
13.13	CRITERIO ESTRUCTURAL.....	119
13.14	CRITERIO TÉCNICO.....	120
13.15	CRITERIO AMBIENTAL.....	121

13.16	ESPECIFICACIONES TÉCNICAS, TECNOLÓGICAS Y DE EQUIPAMIENTO	122
13.16.1	<i>Mobiliarios para venta de cárnicos.</i>	122
13.16.2	<i>Mobiliarios para venta de abarrotes.</i>	123
13.16.3	<i>Mobiliario para venta de Frutas y Hortalizas.</i>	123
13.16.4	<i>Mobiliario para venta comidas</i>	124
13.17	REQUERIMIENTO DE EQUIPAMIENTO	124
13.18	MATRIZ DE INTERVENCIÓN, ACCIÓN, ESTRATEGIAS.	125
13.19	CRITERIOS DE PREFACTIBILIDAD TÉCNICA, FINANCIERA Y LEGAL	126
14	CONCLUSIONES	128
15	RECOMENDACIONES	129
16	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	130
17	ANEXOS	132

Índice de Tablas.

TABLA NO. 1. PORCENTAJE DE PERSONAS QUE COMPRAN PRODUCTOS A COMERCIAN- TES INFORMALES.	72
TABLA NO. 2. PORCENTAJES DE DÍAS EN LOS QUE TRANSITAN POR LAS CALLES ESTUDIADAS.....	73
TABLA NO. 3. COMODIDAD.....	74
TABLA NO. 4. POSICIÓN RESPECTO AL USO DEL ESPACIO PÚBLICO.....	75
TABLA NO. 5. SEGURIDAD.....	76
TABLA NO. 6. DESECHOS.....	77
TABLA NO. 7. OLORES.....	78
TABLA NO. 8. IMAGEN DE LA CIUDAD.....	79
TABLA NO. 9. REUBICACIÓN DE COMERCIAN- TES INFORMALES.	80
TABLA NO. 10. SEXO.....	81
TABLA NO. 11. EDAD.	82
TABLA NO. 12. TIPO DE PRODUCTOS.	83
TABLA NO. 13. USO DE ESPACIO.	84
TABLA NO. 14. FRECUENCIA.....	85
TABLA NO. 15. PROBLEMAS CON MUNICIPALES.	86
TABLA NO. 16. PERMISOS MUNICIPALES.	87
TABLA NO. 17. IMPUESTOS.....	88
TABLA NO. 18. REUBICACIÓN.....	89
TABLA NO. 19. CUADRO COMPARATIVO.....	93
TABLA NO. 20. CARACTERÍSTICAS DEL PROYECTO.	96
TABLA NO. 21.....	124

TABLA NO. 22. MATRIZ DE INTERVENCIÓN.	125
--	-----

Índice de Gráficos.

GRÁFICO NO. 1. CIRCULACIÓN REAL (UNIDADES FÍSICAS Y MONETARIAS).....	33
GRÁFICO NO. 2. PORCENTAJE DE PERSONAS QUE COMPRAN PRODUCTOS A COMERCIANTES INFORMALES.	72
GRÁFICO NO. 3. PORCENTAJES DE DÍAS EN LOS QUE TRANSITAN POR LAS CALLES ESTUDIADAS.....	73
GRÁFICO NO. 4. COMODIDAD.	74
GRÁFICO NO. 5. POSICIÓN RESPECTO AL USO DEL ESPACIO PÚBLICO.	75
GRÁFICO NO. 6. SEGURIDAD.	76
GRÁFICO NO. 7. DESECHOS.	77
GRÁFICO NO. 8. OLORES.	78
GRÁFICO NO. 9. IMAGEN DE LA CIUDAD.	79
GRÁFICO NO. 10. REUBICACIÓN DE COMERCIANTES INFORMALES.	80
GRÁFICO NO. 11. SEXO.	81
GRÁFICO NO. 12. EDAD.....	82
GRÁFICO NO. 13. TIPOS DE PRODUCTOS.....	83
GRÁFICO NO. 14. USO DE ESPACIO.....	84
GRÁFICO NO. 15. FRECUENCIA.....	85
GRÁFICO NO. 16. PROBLEMAS CON MUNICIPALES.....	86
GRÁFICO NO. 17. PERMISOS MUNICIPALES.....	87
GRÁFICO NO. 18. REUBICACIÓN.	89

GRÁFICO NO. 1. DIAGRAMA FUNCIONAL.....	111
GRÁFICO NO. 20. ZONIFICACIÓN PLANTA BAJA.	112
GRÁFICO NO. 21 ZONIFICACIÓN PLANTA ALTA.....	113

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA NO. 1. COMERCIANTES EN LA CALLE FRENTE A LA PLAZA SUCRE.....	5
FIGURA NO. 2. COMERCIANTES ASENTADOS EN LA CALLE COMERCIO.	5
FIGURA NO. 3. FERIA COMERCIAL.	6
FIGURA NO. 4. OCUPACION DE ACERA POR COMERCIANTES.	7
FIGURA NO. 5. ESTACIÓN DE MOTOCICLISTAS.	8
FIGURA NO. 6. DELIMITACIÓN ESPACIAL.	12
FIGURA NO. 7. MERCADO TIRSO DE MOLINA.	49
FIGURA NO. 8. MERCADO TIRSO DE MOLINA.	49
FIGURA NO. 9. PLANOS ARQUITECTONICOS.....	51
FIGURA NO. 10. MERCADO DE SANTA CLARA.	52
FIGURA NO. 11. RADIO DE ACCIÓN DE LOS EQUIPAMIENTOS COMERCIALES.	69
FIGURA NO. 12.	70
FIGURA NO. 13.	71
FIGURA NO. 14.	95
FIGURA NO. 15. RADIO DE INFLUENCIA DE LA PROPUESTA.....	97
FIGURA NO. 16. ASOLAMIENTO.	98
FIGURA NO. 17. VIENTOS.....	99
FIGURA NO. 18. RUIDO.	100

FIGURA NO. 19. ACCESIBILIDAD.	101
FIGURA NO. 20. VISTA FRONTAL DEL EQUIPAMIENTO Y LA PLAZA PRINCIPAL	115
FIGURA NO. 21. VISTA DE LA FACHADA POSTERIOR Y EL ESPACIO PÚBLICO COMO ELEMENTO VINCULANTE.....	116
FIGURA NO. 22. VISTA DE KIOSCOS Y ÁREAS VERDES.	117
FIGURA NO. 23. VOLÚMENES Y EJE CONECTOR.....	118
FIGURA NO. 24. VOLUMENES Y EJE CONECTOR.....	118
FIGURA NO. 25. VISTA DE ESTRUCTURA UBICADA EN COMEDORES.	119
FIGURA NO. 26. SEPARACIÓN ENTRE ESTACIONAMIENTO Y PATIO DE MANIEBRA.....	120
FIGURA NO. 27. VISTA DE BARRERA VEGETAL.....	121
FIGURA NO. 28. VISTA DE ARENA RECREATIVA UBICADA EN RIVERAS DEL RIO 24 DE MAYO.....	122
FIGURA NO. 29.	122
FIGURA NO. 30.	123
FIGURA NO. 31.	123
FIGURA NO. 32.	124

7 Resumen.

La parroquia Sucre en los últimos años ha tenido un crecimiento territorial progresivo no planificado, lo que ha producido que muchas actividades se realicen de manera desordenada y sin control, una de estas actividades, y la que será eje principal de análisis en la presente investigación, es la actividad comercial que se genera en el Sector, más específicamente el comercio informal. Donde el objetivo principal es Proponer el diseño de una plaza comercial para la reubicación de los comerciantes informales que permita el mejoramiento del paisaje urbano y su habitabilidad, lo que da solución a unos de los principales problemas de ordenamiento territorial de Sucre.

De acuerdo con la investigación de campo, el estudio y análisis de la muestra poblacional y las referencias teóricas se obtuvieron las bases y lineamientos para el diseño de la propuesta, y generar una solución a través de un equipamiento comercial apto donde se manejan diferentes locales comerciales de acuerdo a los productos y servicios que de oferten, equipamiento que albergara a los comerciantes que están bajo la informalidad.

En el diseño se consideran los requerimientos de los usuarios y comerciantes, donde general locales comerciales de diferentes características de acuerdo a la capacidad de cada comerciante, y se plantea la adecuación de plazas externas que permitan ser utilizadas para ferias comerciales.

Palabras claves:

Comercio informal, habitabilidad urbana, paisaje urbano, locales comerciales, ordenamiento territorial, desorden urbano, arquitectura.

8 Introducción.

El presente trabajo de titulación esta direccionado a atender el desorden territorial existente en la parroquia Sucre del Canton 24 de Mayo, producto del uso inadecuado de los espacios públicos, como lo son las calles y aceras las cuales constantemente son ocupadas por comerciantes informales. Para ello se realizan estudios preliminares de campo, análisis y diagnóstico del sector que aporten al planteamiento de una propuesta.

Cabe recalcar que el caso de estudio se desarrolla en el casco central de la parroquia Sucre, específicamente en la actividad comercial que se lleva a cabo en la calle comercio, dicha área se encuentra desorganizada, y aun hablando equipamientos comerciales el problema se mantiene por la poca capacidad que tienen dichos equipamientos.

La problemática se logra analizar con la determinación de las causas que la producen, una de estas causas es el poco interés que le prestan las autoridades de planeamiento urbano quienes no regulan ni controlan eficientemente estos espacios. Así mismo la mala planificación urbana que impide el desarrollo de la Ciudad.

En otro orden de ideas, el presente trabajo de investigación se conlleva por el interés académico, con el fin de conocer las causas que generan la problemática existente actualmente que afecta a la única Parroquia Urbana de 24 de Mayo, para con ello proponer soluciones que mejoren la zona comercial y la calidad de vida le los usuario y comerciantes de la zona estudiada.

Para el desarrollo de la investigación se empleó el método empírico, con la intervención de la técnica de observación de campo que permite la obtención preliminar y superficial de la información que clarifica el problema estudiado. Parra ello fue requerido

plantear encuestas a la población con el fin de obtener los distintos puntos de vista de la población, donde se logró profundizar la problemática.

El objetivo principal es proponer el diseño de una plaza comercial mediante el estudio de campo y teórico para la reubicación de los comerciantes informales que permita el mejoramiento del paisaje urbano y su habitabilidad, en el casco central de la parroquia sucre del cantón 24 de mayo.

La Estructura del trabajo se fracciona en 4 partes: un estudio preliminar y tres capítulos donde se define el problema encontrado en el sector y su posible solución. En el estudio preliminar se detalla el planteamiento del problema que permitirá conocer la situación actual del problema, establecer el problema central y los sub problemas que éste trae consigo, y poder formar los objetivos de estudio para tener una idea más clara de lo que queremos resolver y nos permite encontrar variables y justificar el trabajo.

En el capítulo 1, se desarrolla el marco referencial de la investigación, que comprende el marco antropológico, teórico, conceptual, normativo y de repertorio; que nos ayuda a tener claros conceptos e ideas que se presentaran en la investigación y poder apoyar el trabajo con bibliografía confiables, y guías de repertorios para analizarlo desde el punto de la concepción arquitectónica y sea de ayuda en la propuesta del proyecto.

En el capítulo 2, se obtiene el diagnóstico de la investigación, que comprende la información básica del lugar que guie a conocer el estado en el que se encuentra la parroquia; se obtiene también mediante la encuesta realizada a los habitantes del sector la opinión de ellos de acuerdo al comercio y los equipamientos, la cual se realiza la interpretación de resultados.

En el capítulo 3, se efectúa la propuesta del diseño de una plaza comercial, la cual presenta la descripción y conceptualización del diseño, y de manera teórica conocer los aspectos que conllevará el diseño de manera formal, funcional, etc., la prefactibilidad.

Finalmente, se presentan las conclusiones en base a los objetivos planteados en la investigación, las recomendaciones y anexos

9 Planteamiento del problema.

9.1 Marco contextual del problema.

La actividad comercial del cantón 24 De Mayo, se concentra principalmente en su cabecera cantonal, siendo esta la Parroquia Sucre, la misma que posee una población de 13.787 habitantes, según proyección poblacional (INEC, 2010 – 2020). Dentro de esta se localizan varios equipamientos de comercio, donde figura el Mercado central el cual actualmente se encuentra sin uso, siendo una infraestructura totalmente nueva la cual no ha llegado a ser inaugurada, la Plaza Sucre donde se encuentran tiendas de abarrotes y locales de comidas, El Mercado provisional, que fue concebido con el fin de albergar a los comerciantes que se encontraban en mercado central, además los diferentes locales comerciales que se distribuyen a lo largo y ancho del centro de Sucre. La ocupación del espacio público, “calles y aceras” por parte de comerciantes, se hace notar en los alrededores de los equipamientos antes mencionados (Figura 1.), y la mayor parte de comerciantes informales se conglomeran a lo largo de la Calle Comercio (Figura 2.), lo cual se presenta como uno de los problemas más evidentes en el centro de Sucre ya que dichas actividades de comercio informal perjudican a la habitabilidad urbana.

FIGURA No. 1. Comerciantes en la calle frente a la Plaza Sucre.



Fuente: Investigación de Campo.
Autor: Fotografía propia.

FIGURA No. 2. Comerciantes asentados en la calle comercio.



Nota: Se evidencia el mal uso de la vía pública por comerciantes informales.
Fuente: Investigación de Campo.
Autor: Fotografía propia.

El déficit de equipamientos sumado al poco control municipal, son unos de los causantes de este problema.

Actualmente existen más de 30 comerciantes que trabajan en la informalidad y en su mayoría se ubican en la calle comercio, los mismos que se distribuyen en horarios unos en la mañana, otros en las tardes y por la noche se hacen presentes puestos de comidas rápidas que hacen uso del pasillo externo de la Plaza Sucre. Además, estas cifras de vendedores informales se aumentan en los fines de semana “en la denominada feria comercial” alcanzando alrededor de 100 comerciantes que ocupan la vía pública al no tener un espacio destinado para ellos (Figura 3.).

FIGURA No. 3. Feria comercial.



Nota: Calle Comercio cerrada para la realización de la feria comercial de fin de semana.

Fuente: Investigación de Campo.

Autor: Fotografía propia.

El Centro de Sucre es un lugar de gran afluencia de personas, en este se desarrolla la mayor parte del comercio de 24 De Mayo, además se realizan actividades de recreación, culto y por su puesto las actividades administrativas, sin embargo, los peatones no pueden transitar libremente por las aceras de las principales vías ya que estas son ocupadas por los comerciantes informales (Figura 4.).

FIGURA No. 4. Ocupacion de acera por comerciantes.



Nota: Local improvisado por comerciante en la acera.

Fuente: Investigación de Campo.

Autor: Fotografía propia.

El flujo vehicular también se ve afectado al encontrar en el paso, triciclos donde los vendedores ambulantes realizan su actividad. Además de que en este sector se encuentran tres grupos que ofrecen el servicio de transporte en moto, los mismos que trabajan desde la informalidad y perjudican el tránsito ya que ubican sus instalaciones en plena vía y en lugares destinados al parqueo de vehículos (Figura 5.).

FIGURA No. 5. Estación de motociclistas.



Nota: se muestra una de las estaciones improvisadas ubicada en el estacionamiento frente al parque central de Sucre, para el servicio de transporte en motos.

Fuente: Investigación de Campo.

Autor: Fotografía propia.

9.2 Formulación del problema.

9.2.1 Definición o caracterización del problema identificado.

Sucre es la única parroquia urbana del Cantón 24 de Mayo, en la que habita la mayor parte de la población del cantón, dada su importancia se ha caracterizado como el punto de mayor dinamismo, aquí se realizan las principales actividades administrativas y comerciales, siendo este último el tema a analizar en la investigación.

Dentro del área de estudio, el centro de Sucre, podemos identificar los equipamientos comerciales, siendo estos el mercado central y el multiplaza que juntos suman un área de 4.077.62m². Estos equipamientos brindan atención a más de 15.574 habitantes. En vista de eso se observa que estos equipamientos no ofrecen espacios para muchos de los comerciantes que se hacen presente en el cantón, tantos comerciantes propios del lugar como los que llegan de otras ciudades y por lo cual se ven inmerso en la informalidad, utilizando el espacio público para realizar esta actividad, perjudicando el hábitat urbano.

El paisaje urbano se ve manchado por la presencia del comercio informal, dando un mal ambiente al transitar la ciudad ya sea a pie o en vehículos, las personas se han acostumbrado al desorden que se ha generado por la falta de control de parte de las autoridades, esto les permite a los comerciantes informales poder realizar sus actividades libremente sin problemas notables.

Lo anteriormente mencionado produce un impacto negativo en la población en general, opacando el paisaje y la habitabilidad urbana. Es por aquello que se plantea realizar una propuesta de intervención urbana y arquitectónica que permita reubicar a los comerciantes informales a un habiente que les favorezca tanto a ellos como a los usuarios en general, que ayude a la mejora tanto de la calidad del habitad urbano como la imagen urbana de la parroquia Sucre, implementando normativas para el uso del espacio público sin dejar a los comerciantes informales sin un lugar donde realizar sus actividades de manera formal.

Sucre es un territorio que se encuentra en proceso de planificación, debido a que esta ciudad está en constante crecimiento, por ende, es importante planificar espacios y atacar uno de los tantos problemas que se presentan en este territorio, como lo es la desorganización territorial que produce el comercio informal.

9.2.2 Problema central y sub problemas.

9.2.2.1 Problema central.

Desorden urbano debido al comercio informal que afecta a la habitabilidad y el paisaje urbana del centro de Sucre del cantón 24 de Mayo.

9.2.2.2 Sub problemas.

- Ocupación del espacio destinado a flujo peatonal.

- Desorden en la vialidad.
- Degradación de la imagen urbana.
- Contaminación visual y acústica.
- Infraestructuras provisionales sobre las calles principales del centro de sucre sin conservar las normas de higiene y seguridad.
- Insuficiencia de espacio físico en el centro comercial.

9.2.3 Formulación de pregunta clave.

¿El diseño de una plaza comercial para la reubicación de los comerciantes informales permitirá el mejoramiento del paisaje urbano y su habitabilidad?

9.3 Justificación.

9.3.1 Justificación social.

El centro de Sucre actualmente vive un caos debido al desorden existente que produce el comercio informal, donde se ve afectado el confort de los cuídanos al no poder transitar libremente por las calles y aceras, sin encontrarse en el paso un puesto de comercio informal que interrumpe el andar de las personas ya que con sus puestos improvisados cran una barrera visual y obstaculizan el tránsito de las personas dañando la imagen urbana. Tomando en consideración este problema social se plantea la intervención urbano – arquitectónica del sector para con este proyecto poder realizar un ordenamiento equilibrado aportando de beneficios a la sociedad de la parroquia Sucre con la dotación del equipamiento urbano destinado a los comerciantes informales con el fin de que salgan de la informalidad y aportar a la mejora de la calidad de vida de los habitantes del sector y la imagen urbana de la parroquia.

9.3.2 Justificación urbano – arquitectónica.

Mediante este proyecto de titulación sobre la intervención urbano – arquitectónica de los espacios del comercio informal, aportaremos al ordenamiento territorial de la zona urbana de 24 de Mayo, a su vez dotaremos del diseño de un área específica para que se desarrollen las actividades de comercio que se están dando en las vías del centro de Sucre, con esto podemos dar un aporte al desarrollo urbano del sector.

9.3.3 Justificación académica.

La elaboración de este proyecto se justifica en el ámbito académico al aplicar los conocimientos, teóricos y prácticos, que se han adquirido a lo largo de la carrera, y poder llevarlos a cabo en situaciones reales, con esto se pueden desarrollar las posibles soluciones al problema identificado con respecto al mal uso del espacio público ocasionado por el comercio informal.

La ejecución del proyecto sobre todo nos permitirá conseguir el bienestar de las personas implicadas en el área de estudio.

9.4 Definición del objeto de estudio.

El objeto de estudio en este trabajo de titulación se centra en la espacialidad urbana, atendiendo de manera puntual el uso del espacio público.

9.4.1 Delimitación sustantiva del tema.

Para la presente problemática analizaremos las diferentes teorías sobre urbanismo, ordenamiento territorial, planeamiento urbano, normativas municipales de uso y ocupación de

suelo, además de teorías referidas a las condicionantes para el diseño arquitectónico en equipamientos urbanos destinados al comercio.

9.4.2 Delimitación Espacial.

El problema se desarrolla en el centro de la parroquia Sucre del cantón 24 de Mayo, específicamente a lo largo de la calle comercio, entre la calle J.J Cárdenas y la calle Eloy Alfaro (Figura 6.).

FIGURA No. 6. Delimitación espacial.



Nota: Mapa de Delimitación del área de Estudio donde se

Fuente: Investigación de Campo.

Autor: Elaborado por Tesista.

9.4.3 Delimitación Temporal.

La problemática se analiza desde el 2018 con el fin de tener un balance pre pandemia, y con más énfasis el desarrollo de la nueva normalidad en el 2022 que de a poco se va evidenciando la problemática en el centro de Sucre.

9.5 Campo de la investigación.

El objeto de estudio que se lleva a cabo, está dentro del **campo 2: Ordenamiento Territorial, Vulnerabilidad y Gestión de Riesgos**, debido a que atendemos el desorden que se evidencia en la parroquia provocado por los comerciantes informales y para ello propondremos un equipamiento exclusivo para la reubicación de dichos comerciantes.

Con respecto a la modalidad de titulación, esta será realizada mediante **Proyecto Integrador**.

9.6 Objetivos.

9.6.1 Objetivo General.

Proponer el diseño de una plaza comercial mediante el estudio de campo y teórico para la reubicación de los comerciantes informales que permita el mejoramiento del paisaje urbano y su habitabilidad, en el casco central de la parroquia sucre del cantón 24 de mayo.

9.6.2 Objetivos específicos.

- Definir las necesidades de los comerciantes informales para lograr una reubicación adecuada.

- Determinar un cuadro de necesidades de acuerdo con el análisis y diagnóstico de la zona donde se desarrolla el caso de estudio y los datos que se obtengan en la visita de campo.
- Analizar potenciales libres donde se impondrá el equipamiento para la reubicación de los comerciantes informales.

9.7 Identificación de Variables.

9.7.1 Variable dependiente.

Desorden urbano debido al comercio informal que afecta a la habitabilidad y el paisaje urbana del centro de Sucre del cantón 24 de Mayo.

9.7.2 Variable independiente.

El desinterés de las autoridades de planeamiento urbano.

9.8 Formulación de la idea a defender.

El desorden urbano debido al comercio informal se produce por el desinterés de las autoridades de planeamiento urbano.

9.9 Operacionalización de la variable.

Variable Dependiente	Conceptualización o caracterización	Categoría	Indicadores	Ítems	Instrumento
Desorden urbano debido al comercio informal que afecta a la habitabilidad y el paisaje urbana del centro de Sucre del cantón 24 de Mayo.	Partiendo de un concepto de desorden que nos dice: "Manera incorrecta, según un criterio o una norma determinados, de estar dispuestas las cosas o las personas en el espacio o de sucederse los hechos en el tiempo". Determinamos que el desorden urbano es el producto de la incorrecta disposición y organización de los comerciantes en el espacio público, que impide la legibilidad de la ciudad, creando caos.	Deficiente gestión y control de riesgos.	• Comerciantes informales.	¿Con que frecuencia realiza esta actividad?	Encuesta. Comerciantes informales.
			• Uso/Apropiación del espacio público.	¿Cuándo sale a ofrecer sus productos, utiliza el mismo espacio?	Encuesta. Comerciantes informales.
			• Irregularidad del uso del espacio público.	¿Considera que el espacio público (aceras y calles) son correctamente utilizados por los comerciantes?	Encuesta. Habitantes.
			• Seguridad del Gad.	¿En qué medida la gestión de las autoridades pertinentes permite que comerciantes informales utilicen los espacios públicos del sector?	Encuesta/ Entrevista. Habitantes. Autoridades.
		Degradación de la imagen de la ciudad.	• Contaminación Visual y acústica	¿De acuerdo con su criterio piensa usted que los puestos informales muestran una buena imagen de la ciudad?	Encuesta. Habitantes.
			• Espacios insalubres	¿Observa desechos tanto líquidos como sólidos tirados en los alrededores del lugar donde se ubican los comerciantes informales?	Encuesta. Habitantes.
			• Inseguridad	¿Siente seguridad al tener que transitar por la vía porque la acera está ocupada por comerciantes?	Encuesta. Habitantes.
			• Obstaculización del paso peatonal y vehicular. .	¿Está de acuerdo que las vías y aceras sean ocupadas por puestos informales?	Encuesta. Habitantes.

Variable Independiente.	Conceptualización o caracterización	Categoría	Indicadores	Ítems	Instrumento
El desinterés de las autoridades de planeamiento urbano.	Hace referencia a la falta de interés que se da a la creación o planificación de equipamientos públicos por parte de todos los entes encargados de la planificación urbana.	Gestión inadecuada del territorio.	PDOT	¿Existen proyectos destinados a atender el problema en el PDOT?	Entrevista Autoridades.
			Planificación urbana.	¿El departamento de planificación urbana trabaja?	
		Incumplimiento regulatorio.	Normativas municipales sobre el usos y ocupación de suelo.	¿Las autoridades municipales hacen cumplir las ordenanzas? ¿Existen normativas municipales que regule el comercio en el sector?	Encuesta Habitantes. Entrevista Autoridades.
			Impuestos / multas.	¿Paga alguna tarifa para usar el espacio público?	Encuesta Habitantes.
			Devaluación del suelo urbano.	¿En qué medida considera que el comercio informal esta dañando la imagen del centro de Sucre?	Encuesta Habitantes.

9.10 Procesos desarrollados en el trabajo de titulación:

Con la finalidad de llevar a cabo el presente trabajo de titulación se establecen los siguientes procesos.

9.10.1 PDTT1:

Elaboración de un Marco Referencial, que permita definir el tema de la investigación, en el que se incluye: el marco Antropológico, Teórico, Conceptual, Jurídico y Modelos de Repertorio, que nos sirven de sustento teórico del caso de estudio.

9.10.2 PDTT2:

Determinación de diagnóstico y pronóstico de las condiciones actuales en las que se encuentra en comercio informal dentro de casco central de la parroquia Sucre, con el fin de sustentar la posterior toma de decisiones.

9.10.3 PDTT3:

Diseño de propuesta para la reubicación de los comerciantes informales del centro de Sucre, por medio de un diseño urbano – arquitectónico de una plaza comercial. Como respuesta a las necesidades requeridas en el área de estudio.

10 Diseño de la Metodología.

La elaboración del presente trabajo de titulación se realizó en tres etapas, las cuales se detallan a continuación:

10.1 Fases del estudio (PDTT-1-2-3)

10.1.1 Fase 1. Marco Referencial del trabajo de Titulación

En esta primera fase referida al marco referencial utilizamos métodos teóricos, los métodos implicara:

Método analítico. – al iniciar con la investigación fue necesario utilizar este método, donde se realizó un análisis de toda la información rescatada de las teorías y se las recopiló en partes, con ello obtuvimos las ideas más importantes y las visiones de los diferentes autores citados.

Método sintético. – al haberse separado toda la información adquirida se realizó un proceso de razonamiento del caso de estudio, para poner en claro y organizar las ideas bases para la elaboración el marco referencial.

Método deductivo. - luego de obtener las ideas bases, con este método logramos obtener conclusiones particulares a partir de un principio general.

Método percepción. - A través de este método logramos captar la información del entorno en que se enmarca el modelo de repertorio que hemos elegido y así rescatar elementos que nos sirvan para implementarlos en nuestro caso de estudio.

10.1.2 Fase 2. Diagnóstico de la investigación.

En esta segunda fase referida al diagnóstico utilizamos métodos empíricos, ya que en esta fase recabamos y procesamos datos, donde realizamos valoraciones cuantitativas del estado actual del comercio informal en el centro de Sucre. Realizaremos este proceso utilizando las siguientes técnicas:

Encuesta. - en la cual utilizamos el cuestionario como instrumento, lo que nos sirvió para obtener datos de la población general.

Observación de campo. - en esta técnica utilizamos la guía de observación, lo cual nos permitirá palpar de manera personal las características que podamos observar en el sector.

Fase 3. Propuesta.

En esta tercera fase referida al diseño de propuesta abarcaremos los siguientes métodos:

Método abstracción. - para lograr una propuesta que pueda dar solución al problema de los comerciantes informales, debemos hacer abstracción tanto de las teorías del ordenamiento territorial y del diseño urbano como de las características que podemos adoptar del modelo de repertorio.

Método de la concreción. - habiendo hecho la abstracción de las teorías, en este punto, llevamos la investigación de lo abstracto a lo concreto donde realizamos la síntesis de todos los conceptos.

Método modelaje. - en este punto realizamos el modelo conceptual y arquitectónico de la propuesta dando solución a la problemática. Todo lo realizamos mediante planos y alzados en 3d para una mejor visualización de la propuesta.

10.2 Población y muestra.

El desarrollo del presente trabajo de titulación se desarrolló en la parroquia urbana Sucre del cantón 24 de mayo, la misma que posee una población de 13.787 habitantes, según proyección poblacional (INEC, 2010 – 2020). Esta población se abastece directamente en la zona comercial de Sucre que es objeto de estudio.

Para realizar esta investigación se utilizó el método de muestreo aleatorio, donde se estable el 95% de nivel de confianza, con un margen de error del 5%, como datos utilizando en la fórmula para obtener el número de personas a encuestar.

Fórmula utilizada:

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

Cálculo del tamaño de muestra finita, donde:

N: Universo = 13787 habitantes

Z: Nivel de confianza (95%) = 1.96

p: Probabilidad a favor (50%) = 0.5

q: Probabilidad en contra (50%) = 0.5

e: Error de estimación (5%) = 0.05

Reemplazo de datos en la formula:

$$n = \frac{13787 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5}{0.05^2 * (13787 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{13241.0348}{35.43}$$

$$n = 373.7 \neq 374$$

El resultado del cálculo de muestra nos determinó que se realizan 374 encuestas.

10.3 Resultados esperados.

Como resultado de los procesos desarrollados en las fases de estudio se obtuvieron los siguientes resultados:

Fase N°1.- Marco referencial del trabajo de titulación.

Fase N°2.- Diagnóstico del proyecto integrador.

Fase N°3.- Propuesta Urbano – arquitectónica.

10.4 Novedad de la investigación.

El presente trabajo de titulación, donde se interviene el casco central de la parroquia Sucre y tiene como uno de los objetivos cambiar la imagen del sector, empleando una propuesta de Diseño para la reubicación de los comerciantes informales que no tienen un lugar establecido para realizar sus actividades con las cuales sustenta su diario vivir. Este diseño proyecta una Plaza Comercial que cumple con todos las características básicas y

esenciales para que los beneficiados, es decir la población en general, puedan realizar sus actividades, tanto de venta como de consumo, de manera confortable y segura.

La propuesta Arquitectónica plantea un área de uso comercial con espacios adecuados tanto en la parte interna de la edificación como en las zonas externas donde proponen plazas flexibles para la ubicación de ferias comerciales o de exhibición ampliando la capacidad del establecimiento.

Además del aporte al ordenamiento del territorio con la reubicación de los comerciantes informales de la zona estudiada, la propuesta plantea la recuperación de una parte de la rivera del río 24 de mayo que pasa por detrás del terreno escogido para la implantación de la Plaza Comercial, en estos espacios que colindan con el río se propone el diseño de zonas de contemplación y esparcimiento, así como de recreación.

En definitiva, la proyección del proyecto apunta a mejorar la calidad de vida de los habitantes de la Parroquia Sucre, ordenando el territorio y dotándolo de un equipamiento esencial y necesario para la población y el lugar estudiado.

11 CAPITULO 1.- Marco referencial del trabajo de titulación.

11.1 Marco antropológico:

Las personas desde la antigüedad necesitaban abastecerse de bienes y alimentos, ya sea para almacenarlos en tiempos de escasez o para consumirlos de inmediato. Una de las primeras formas de adquirir productos con el denominado "trueque", que implica el intercambio de una mercancía por otra, o valor monetario.

Sin embargo, las personas se han visto en la necesidad de tener un espacio delimitado solo para ser utilizado para el intercambio, para convertirse en desarrollo económico e integridad humana.

Estos espacios comerciales deben satisfacer las necesidades de las personas, debido a que el equipamiento se convierte en una fuente económica, por lo tanto, se debe invertir tiempo para la mejora de esta actividad y se requieren infraestructuras que brinde el confort necesario, para ofrecer un mejor servicio.

En Sucre, la apropiación del espacio público en relación al comercio ha estado mal orientado, siendo normalizado el uso de los espacios públicos para la realización de ferias comerciales y donde las personas ya muestran un sentido de pertenencia y tradición en relación a esta actividad, quienes esperan la llegada de los fines de semana para salir a adquirir productos en estas ferias que se ubican en la vía pública.

Aun existiendo equipamientos destinados al comercio, muchas personas quienes viven del comercio optan por salir a ofrecer sus productos directamente en las principales calles de Sucre, improvisando locales que les permitan ofrecer sus productos y cubrirse de la intemperie, esto debido a la poca capacidad de dichos establecimientos comerciales.

La ciudadanía considera que un nuevo equipamiento comercial en sucre, mejorara la calidad de vida de sus habitantes, quienes desarrolla sus actividades cotidianas en el sector. Los ciudadanos requieren que las actividades comerciales que se desarrollan en las calles de Sucre, sea controlada por las autoridades municipales y que a su vez implementen y cumplan normativas que controlen el comercio en espacios públicos.

La investigación está dirigida al estudio de las actividades comerciales que se realizan en las principales calles del centro de la parroquia Sucre del canton 24 de Mayo, que actualmente ha concebido un crecimiento comercial no controlado, donde se plantea la recuperación del espacio público con la reubicación de los comerciantes informales a un equipamiento destinado para ellos.

El diseño del espacio comercial incluye principalmente el estudio de los usuarios, teniendo en cuenta la frecuencia de uso, la población involucrada, el grupo de edad. En este caso de estudio se evalúa desde dos perspectivas, la del consumidor y la del vendedor, que son los principales actores.

11.2 Marco teórico:

11.2.1 La Imagen De La Ciudad

La imagen de la ciudad, como lo menciona Kevin Lynch, es la combinación, relaciones y cualidades de 5 elementos constituyentes: los nodos, los caminos, los bordes, los distritos y los hitos.

Los hitos son aquellos puntos de referencia que uno puede acordarse con los ojos cerrados y que cualquier persona trazaría en un mapa de su ciudad o de su barrio de una manera sencilla.

Los distritos son los conjuntos urbanos dotados de una cierta uniformidad o cualidad característica (puede ser la tipología de edificaciones, su carácter portuario, o la distribución de sus plazoletas).

Los bordes son los límites percibidos de los distritos (la playa, una vía de tren, una gran avenida o calle).

Los nodos son aquellos puntos en los que tenemos que tomar decisiones: cruces, rotondas, o plazas.

los caminos son las vías las que sirven para trasladarse de un nodo al siguiente.

Estos 5 puntos son fundamentales, las ciudades se conforman de estos elementos, por ende, las urbes deben tener una imagen coherente, legible, que permita una comprensión fácil para los propios y visitantes con una estructura básica que fomente el desarrollo las actividades sociales al mismo tiempo esta estructura transmita una identidad y un significado del cual se puedan apropiarse sus habitantes.

Por ello los mercados se ubican como uno de estos elementos de importancia que permiten a las ciudades desarrollarse económica y socialmente ya que al realizar actividades de intercambio y servicios promueve el desarrollo y cohesión de sus habitantes propios o extraños.

11.2.2 Paisaje urbano

El paisaje urbano nace de la mezcla de entes como lo son fenómenos ambientales y humanos los cuales coexisten en una zona específica de la superficie terrestre estos mismo se ven sujetos a cambios a través del tiempo ya sea en su crecimiento como en su desarrollo económico. las características principales del paisaje la conforman:

La densidad de la población. A pesar de que la cantidad de habitantes varía de una urbe a otra, hace relación a un gran número de individuos que viven en proximidad.

El crecimiento de la población. A pesar del acrecentamiento en el número de pobladores, el aumento no es sinónimo de evolución. Existen sitios con poblaciones en constante incremento, pero las condiciones físicas, infraestructura y recursos ambientales son desaprovechados y sobrexplotados que al final llegan a hacer perjudicial para los habitantes.

La infraestructura. Abarca las vías, edificaciones para la residencia, represas, obras de ingeniería, etc. Entre mayor desarrollo de la infraestructura en una determinada ciudad, mejores condiciones de vida pueden ofrecer a sus pobladores.

La actividad humana. Reside en la producción económica de los cinco sectores (primario, secundarios, terciario, cuaternario y quinario), que es una derivación clave para la evolución del sistema urbano. Esta acción económica está establecida por las políticas de Estado.

La geografía de la zona. comprende distintos factores como el tipo de suelo (indispensable para la producción de alimentos), el acceso al agua potable, la edificación de los caminos y de las casas (que propicien que un establecimiento humano se desarrolle y progrese hacia un sistema urbano).

Los equipamientos de servicio no se encuentran ajeno a formar parte de las percepciones que tienen habitantes residentes o visitante de la imagen urbana de las ciudades. es por esta razón que implementar un espacio arquitectónico que se enfoque en mejorar esta cualidad en colocarse como un icono representativo que ayude a mejor la calidad de la imagen de la urbe es indispensable.

11.3 Habitabilidad Urbana

Este título responde al hecho de que en muchos casos se observa que el detrimento en las condiciones de habitabilidad, surge de manera paralela una mayor insostenibilidad de los sistemas urbanos.

Así, la Unión Mundial de la Conservación (Programa de Medio Ambiente de las Naciones Unidas y del Fondo Mundial para la Conservación de la Naturaleza) indicaba en 1991 que “el desarrollo sostenible implica mejora de la calidad de vida dentro de los límites de los ecosistemas”. Y con el propósito de acondicionar la idea de sostenibilidad a la ciudad, el Consejo Internacional de Iniciativas Ambientales Locales (ICLEI) propuso la siguiente definición: “el desarrollo sostenible es aquel que ofrece servicios ambientales, sociales y económicos básicos a todos los miembros de una comunidad sin poner en peligro la viabilidad de los entornos naturales, construidos y sociales de los que depende el ofrecimiento de estos servicios”

Sabiendo esto podemos enfatizar que la definición de habitabilidad urbana no tiene una teoría exacta como tal puesto que el termino está sujeto a un sin fin de ideologías y aspecto subjetivos de la población y sus asentamientos, no obstante, analizándolo desde un punto de vista más general podemos destacar 5 punto de relevancia para crear un espacio habitale en una urbe los cuales son la movilidad, la recreación, el trabajo, infraestructura y residencias. Con esto propiciamos espacios que pretenden satisfacer las necesidades físicas y bilógicas para la supervivencia y reproducción de sus residentes.

11.4 Ordenamiento Territorial

La Ley Orgánica de Ordenamiento Territorial, Uso y Gestión del Suelo establece como objeto del ordenamiento territorial la utilización racional y sostenible de los recursos del territorio; la protección del patrimonio natural y cultural del territorio y la regulación de las intervenciones en el territorio. Para el cumplimiento de este objeto establece un sistema de instrumentos de carácter supranacional, nacional, regional, provincial, cantonal, parroquial rural y regímenes especiales, a saber:

Supranacional: En el marco de la integración latinoamericana e inserción estratégica internacional, el ente rector de la planificación nacional, en coordinación con el rector de políticas de relaciones exteriores, establecerá planes fronterizos, binacionales, regionales, y los demás que considere pertinentes.

Nacional: Estrategia Territorial Nacional; Planes Especiales para Proyectos Nacionales de Carácter Estratégico y Planes Sectoriales del Ejecutivo con incidencia en el territorio. Estos instrumentos serán formulados y aprobados por el Gobierno Central.

Regional, provincial, cantonal, parroquial rural y regímenes especiales: Planes de Desarrollo y Ordenamiento Territorial y Planes Complementarios, aprobados por los respectivos Gobiernos Autónomos Descentralizados y los regímenes especiales

El Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización define el Principio de Complementariedad como la obligación compartida que tienen los gobiernos autónomos descentralizados de articular sus planes de desarrollo territorial al Plan Nacional de Desarrollo y gestionar sus competencias de manera complementaria. En este contexto, el Código mencionado establece la Estrategia Territorial Nacional como instrumento complementario del Plan Nacional de Desarrollo, así como procedimientos de coordinación y armonización entre el gobierno central y los gobiernos autónomos descentralizados para permitir la articulación de los procesos de planificación territorial en el ámbito de sus competencias.

Comprendiendo esto el ordenamiento territorial es una herramienta que nos permite gestionar los diversos equipamientos que beneficien el desarrollo de actividades económicas que permitan elevar su calidad de vida de sus habitantes como de la urbe mejorando su imagen y atrayendo a visitantes.

11.4.1 Equipamiento urbano.

A estos edificios son centros de trabajo. El equipamiento tiene diferentes niveles o radios de influencia en la ciudad. El radio de influencia dependerá de su capacidad o tamaño, este es, del número de personas al que puede dar servicio en su especialidad, del número de empleados y de su periodicidad de uso (si es de uso cotidiano, eventual o periódico).

Todos estos aspectos son los que determinan si un edificio de servicios atrae personas desde todos los puntos de la ciudad, si las personas que recurren a él solo provienen de un

área o distrito determinado, o si solo lo usan personas de un barrio específico. Así mismo también satisface las necesidades complementarias del ser humano, estando conformadas por el comercio, las actividades administrativas públicas recreativa o esparcimientos. estas facilitan a los usuarios varios servicios con lo que favorece eficiencia y economía sustentable. Generalmente el equipamiento propicia la concentración de población en el lugar donde se localiza, generando lugares con mayor vida colectiva dentro de la ciudad.

La localización adecuada del equipamiento genera repercusiones positivas en todos los aspectos funcionales de la ciudad, mejorando su paisaje y propiciando una mejor calidad de vida para la población.

11.4.2 Mercado.

El significado del término mercado se deriva del latín “Mercatus”, cuyo significado es: sitio destinado a la compra y venta de mercancía.

Desde un punto de vista económico, toda la población participa en la compra y venta de un bien o servicio en algún lugar o zona determinada. Pero con el avance de la tecnología y la innovación en productos novedosos la compra, venta o prestación de un bien/ servicio no siempre es desarrollado dentro de un lugar en específico, y no siempre el producto se puede encontrar de manera física dentro del mismo lugar.

Por lo cual en la actualidad se define un mercado como el espacio, la situación o el contexto en el cual se lleva a cabo el intercambio. Existen diferentes tipologías de mercados, por ejemplo; centros comerciales, tiendas, mercados comunales, etc., y se desempeñan dependiendo del servicio/ producto que brindan.

11.4.3 Tipologías Comerciales

11.4.3.1 *Clasificación de Mercados*

a. Mercado Municipal: Es aquel en el que se vende o rentan los locales comerciales, no solamente aquellos en los que se alojan de manera física, pues engloban también los desbordamientos. En el lugar se desempeña la venta de abarrotes, frutas, cereales, ropa, etc.

Los mercados pueden clasificarse por su aspecto físico, por capacidad y por influencia de la población, por su aspecto físico se clasifican de la siguiente manera:

- **Mercados formales:** funcionan dentro de los edificios propuestos por la municipalidad, por lo cual cuentan con las condiciones necesarias para realizar actividades comerciales, esto significa, buena higiene sanitarios adecuados, tanto para mercados mayoristas como minoristas.
- **Mercados Informales:** Son un conjunto de comerciantes ubicados en las calles, que no tienen conexión física con un mercado formal, normalmente surgen de manera espontánea y causan problemas en las vías de circulación.
 - **Desbordamientos:** Es el conjunto de comerciantes que se ubican en límites aledaños de los mercados formales constituyendo una continuidad, estas ventas arruinan el realce de la urbe y cambian el uso de suelo.
- **Mercado Móvil:** Este se caracteriza por funcionar solo a determinadas horas y no posee infraestructura.

b. Mercado por influencia de la población

- **Mercado Metropolitano:** Sirve a los usuarios de todos los puntos de una ciudad, los consumidores por lo general se encuentran dispersos en toda el área metropolitana.
- **Mercado Sectorial:** La demanda procede de áreas ubicadas a más de un kilómetro de distancia y debe tener atenciones para transporte colectivo urbano y extraurbano.
- **Mercado de Barrio:** Este mercado atiende a un radio menor a un kilómetro de distancia y por su cercanía los usuarios se pueden desplazar a pie.

c. Mercados por capacidad comercial

Los mercados se diferencian también por su capacidad comercial, su ubicación, los servicios propuestos que definen su organización; los mercados por su capacidad se dividen en:

- **Mayoristas:** Se denomina así a los mercados cuyas actividades de compra y venta se realizan en cantidades grandes, estos pueden ser:
 - Central de Mayoreo
 - Mercado Metropolitano
 - Mercado Sectorial
- **Minorista:** Se denomina así a los mercados que tienen una actividad de comercialización en cantidades medianas y pequeñas, estos productos se distribuyen de manera local y pueden ser mercados de tipo:
 - Central de Mayoreo

- Mercado Metropolitano
- Mercado Sectorial

Cabe destacar que dentro del funcionamiento de la clasificación de los mercados depende de la capacidad y cobertura del servicio como tal, y que en ciertos casos pueden realizar ambas actividades de mayoreo o menudeo.

11.4.4 Oferta y Demanda

11.2.3.1 Oferta: Es la cantidad de bien o servicio que el vendedor pone a disposición para el usuario

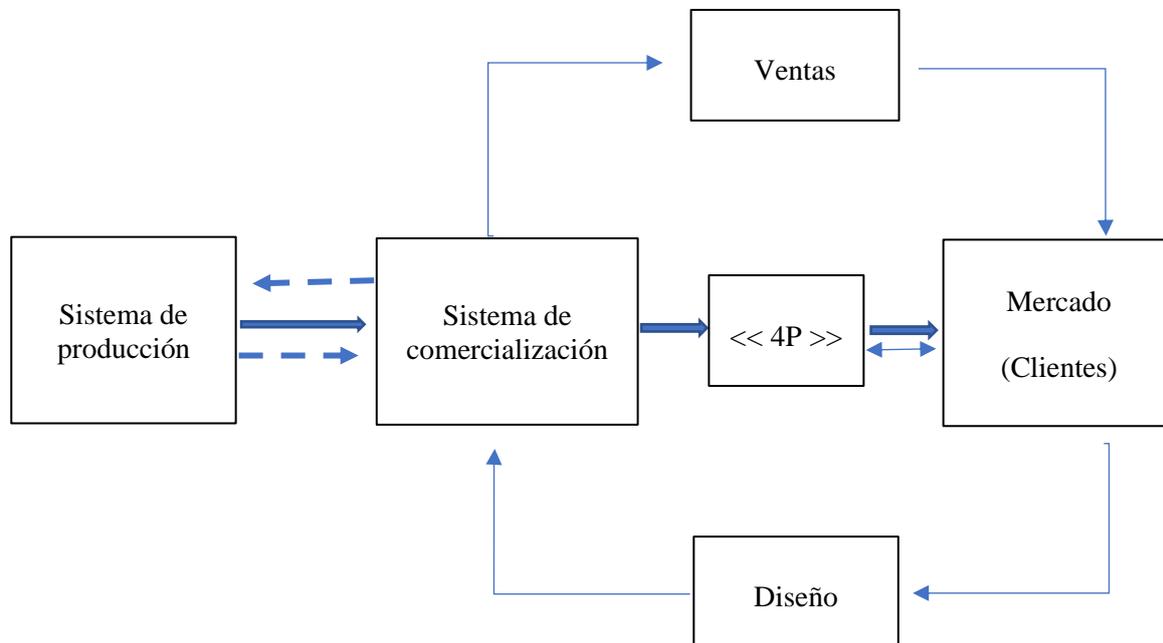
11.2.3.2 Demanda: Es la cantidad de un bien o servicio que la gente desea adquirir

11.2.4 Sistema de Comercialización

Es la configuración de la comercialización que engloba un conjunto de actividades empresariales y de intercambio, esto va desde la planificación, la fijación de precios, promoción, hasta la distribución del bien o servicio con el fin de satisfacer la necesidad de los consumidores.

Gráfico No. 1. Circulación real (unidades físicas y monetarias)

Circulación de información.



Fuente: Bueno 2004.

Autor: NN.

11.4.5 Festivales productivos vinculados a la identidad, y el desarrollo local.

Los festivales son programas que permiten ejercer el autoempleo, el cual se compone de las capacidades y tradiciones productivas del sector o ciudad. Normalmente esta actividad se realiza en localidades con reconocida tradición productiva, y brindan un aporte importante dentro del sector turístico.

Algunos de los ejemplos de festival productivo son los gastronómicos, así como las ferias dominicales, e incluso expo ferias, actividades tales que consienten la participación de mercado minorista, estas acciones ayudan a caracterizar y posicionar una zona al mismo tiempo de potenciar el desarrollo local comercial, y beneficiar la identidad de los ciudadanos.

11.4.6 Marketing territorial, cultura e identidad

Uno pilares ligados al marketing es el reconocimiento de los recursos propios para orientar a atraer nuevas inversiones mediante la localización de nuevas actividades sean formales o informales, este punto involucra la promoción de la identidad y cultura del territorio.

El marketing territorial puede implicar incluso proyectos como equipamientos, infraestructuras o la mejora de los mismos, como una estrategia para atraer el desarrollo y la competitividad, dichos proyectos pueden favorecer por ejemplo mercados minoristas, mayoristas o ambos; en este caso hablamos de un beneficio y de la conversión de la informalidad a la formalidad en búsqueda de la mejora de la imagen urbana, así como la economía local.

11.4.7 Desarrollo humano y local desde la perspectiva del crecimiento.

El desarrollo económico sostenible promueve el desarrollo humano cuando utiliza los recursos disponibles para mejorar el bienestar y la calidad de vida de la población. “Enrique Fuertes et al., 2017”

En la ciencia económica clásica y neoclásica el desarrollo es considerado básica y exclusivamente como sinónimo de crecimiento económico, y el indicador del desarrollo de un país es el Producto Interior Bruto (PIB), especialmente el PIB per cápita. Simón Kuznets (1966, 1973, 1974) relaciona el crecimiento económico con la distribución del ingreso, manteniendo que para reducir la desigualdad es necesario favorecer el crecimiento, ya que éste genera empleo. Además, el aumento de la productividad contribuye al incremento de los salarios y de los niveles de renta per cápita (Kuznets, 1974).

Por lo tanto, hay que reconocer que el crecimiento económico solo es posible a través de la expansión del mercado, y este a su vez conduce al progreso colectivo y local, pues sabemos que el progreso incrementa la seguridad y el bienestar de la población por tanto mejora el nivel de vida de los ciudadanos de una determinada ciudad.

El desarrollo humano es definido por el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) como el desarrollo que sitúa a las personas en el centro, y procura su desarrollo potencial, aumentando sus posibilidades para vivir (PNUD, 2010). Se encuentra fundamentado en tres pilares: desarrollo, sostenibilidad y participación social. El Desarrollo Humano debe:

- Procurar la mayor distribución del PNB y de las oportunidades económicas, así como el acceso al empleo.
- Propiciar el acceso al trabajo productivo y bien retribuido.
- Favorecer el acceso a bienes de producción, como la tierra, la infraestructura física y el crédito financiero, entre otros.
- Posibilitar la prestación de servicios sociales básicos de calidad para todos, por parte del estado.
- Brindar a la mujer mejores oportunidades y mejor acceso a la educación, al crédito y al empleo.
- Basarse en el “buen gobierno”, orientado a dar prioridad a las necesidades de toda la población y a la participación de ésta en la toma de decisiones. (Enrique Fuertes et al., 2017).

11.5 Mercado informal

Al referirnos al mercado informal surge un término que presenta confusión a lo largo del tiempo debido a su complejidad de entendimiento y a la ausencia de una definición la cual nos permita estandarizar su medición y estudio.

11.5.1 Caracterización del comercio informal

Según Hernando de Soto (1987, p.47), “El sector informal es como un elefante que podemos no estar en condiciones de definir con precisión, pero que reconocemos cuando lo vemos”. Esto nos insinúa que, a pesar de ser un término complejo, el comercio informal posee características propias, entre las que están: la atomización en pequeñas firmas competitivas no registradas, la operación a pequeña escala, las actividades trabajo-intensivas con una baja razón capital por trabajador, la no subordinación a la legislación laboral, el autofinanciamiento, las transacciones principalmente en efectivo, la evasión fiscal generalizada, el uso de tecnologías rudimentarias y el aprendizaje adquirido por la práctica (Suarez-Berenguela, 1988).

11.5.2 Empleo informal

Para Gorisov (2005), la existencia del empleo informal se puede observar como un mecanismo autorregulador de la economía. Representa una alternativa para la población económicamente activa ante el desempleo, dada la necesidad de proveer de ingresos a la familia. Este contexto forja que las personas tengan que elegir por trabajos no registrados que se identifican por la falta de: seguridad social y demás prestaciones, ahorros que permitan el retiro, contratos laborales y la protección legal.

Así mismo, la mayor parte de los investigadores basan la definición del empleo informal identificando dos vertientes. Por un lado, están los trabajadores por cuenta propia o el autoempleo no registrado (con excepción del trabajo profesional independiente), y por el otro el empleo asalariado informal, en el cual existen trabajadores que carecen de contratos formales, aunque trabajen para empresas registradas, así como trabajadores domésticos y trabajadores sin un empleador fijo (Freije, 2001).

Para aclarar el concepto es necesario explicar aquellos empleos que no son considerados informales, tales como: el empleo registrado, las actividades criminales (como el tráfico de órganos, drogas o armas), el trabajo en el hogar no remunerado, las actividades de voluntariado en organizaciones filantrópicas y el trabajo agrícola; el cual por su naturaleza no está registrado y no es considerado, puesto que sobrestimaría la contabilidad del sector informal, (Benería, 2006).

Es así como se llega a una definición del empleo informal que será utilizada a lo largo del trabajo, y del cual Martha Chen (2007, p.2) parece explicar mejor como: “todo tipo de empleo sin protección laboral o social, tanto dentro como fuera de empresas formales, incluyendo el autoempleo en empresas no registradas como al empleo asalariado en trabajos no registrados”

11.6 Marco conceptual:

11.6.1 Economía del cantón.

El Costo Añadido Bruto (VAB), se establece como la expresión del incremento económico del Cantón 24 de Mayo, este indicador es igual al producto interno bruto a grado de territorio; en este sentido se detalla el costo añadido personal de cada una de las ocupaciones económicas que se provocaron en el cantón. La evolución del comportamiento

económico de los años 2016 al 2018 en 24 de mayo, ha tenido una tendencia variable, en el año 2016 el VAB ha sido de \$30.861 millones de dólares, en el año 2017 tuvo un crecimiento \$32.840 millones de dólares; y en el año 2018 ha sido de \$32.868 millones de dólares

11.6.2 Cámara de empresas.

La Cámara de Industrias y Producción estima monumentales pérdidas económicas en las organizaciones y en particular la zona MiPymes, en el cantón 24 de mayo se registran 787 establecimientos económicos; donde la microempresa representa el 95,04% de colaboración; seguido de la pequeña compañía con el 4,7% de colaboración; la mediana compañía “A” y mediana organización “B” representan el 0,13% y 0,13% de colaboración.

11.6.3 Asociaciones de flujo económico en el cantón 24 de mayo.

El cantón 24 de mayo cuenta con 28 asociaciones y cooperativas que son parte de la Economía Exitosa y Solidaria (EPS), donde los pequeños empresarios se organizan y desarrollan procesos de producción, trueque y venta, para saciar necesidades y producir ingresos al cantón.

La zona de la agricultura, agropecuaria, acuícola y pesquera, tienen un 39,29% del porcentaje de colaboración; las asociaciones de producción textil generan 17,86%; en las asociaciones que conforman los servicios de ingesta de alimentos representan el 14,29%; las asociaciones que brindan el servicio de transporte forman el 10,71%; de esta forma sucesivamente las próximas asociaciones

Para saber un marco más globalizado del entorno de 24 de mayo se exponen los siguientes puntos conceptuales, después de haber entendió cómo funciona la economía en el cantón, ahora queda entender cómo se divide la economía en distintos sectores, y como

surgen problemas en la implementación del factor económico, por eso se exponen varios puntos a continuación, que nos hacen pensar en el comerciante como ser humano y cuál es la infraestructura que le afecta, a continuación los siguientes puntos.

11.6.4 Desorden y deterioro urbano

El deterioro urbano denota a una región urbana que cae en desorden y mal estado de su entorno e infraestructura, y suele ir en compañía de niveles crecientes de desempleo, pobreza de niveles crónicos, delincuencia y marginación política, y distinción de clases sociales. Además, se caracteriza principalmente por dispensación, despoblación, inmuebles dejados o condenados, y el poco ingreso a los servicios sociales.

En el cantón 24 de mayo existe grados críticos de desorden urbano, como se planteaba anteriormente, el cantón, tiene problemas críticos en la parte urbana.

Según el diario ecuatoriano "El universo" Este cantón de Manabí es uno de los más pobres de Ecuador y pese a ello, pugnas en el Municipio impiden realizar obras de mayor envergadura" (universo, 2015)

11.6.5 Pobreza Urbana y Producción escasa de artículos de primera Necesidad

El estudio económico de la pobreza urbana radica la ubicación de las familias pobres, junto con los inconvenientes asociados con esta ubicación y los efectos de corto y extenso plazo en la paz de los individuos. La variabilidad regional en las tasas de pobreza está presente aun en las naciones más avanzadas, por lo cual resulta una interacción estructural, relacionada con las propiedades intrínsecas de las metrópolis y su dinamismo.

Según el censo realizado en 2016 se determina que el cantón 24 de mayo, con una población de 29.305 habitantes, tiene un nivel alto de pobreza esto reflejado en Necesidades

Básicas Insatisfechas del 94,9% mientras que el nivel de Pobreza por Consumos de productos es de 57,0%. El porcentaje de pobreza por necesidades básicas insatisfechas es muy alarmante, lo cual indica que un gran alcance de la población todavía no cuenta con un buen estilo de vida en. En este marco, los hallazgos demuestran que los objetivos uno y dos de los ODS están en cifras alarmantes para el cantón.

Según el análisis de la pobreza urbana (EL DESORDEN URBANO, 2007) “ Se muestran 2 premisas alternativas que explicarían un comportamiento diferencial entre localidades monumentales y chicas: las monumentales localidades tienen la posibilidad de crear pobres en más grande proporción (por efectos de segregación y por distancia a las fuentes de empleo), o las monumentales metrópolis atraen en más grande medida a las familias con menores ingresos (por ejemplo, por bajos precios de transporte, vida de redes económicas)

11.6.6 El control del crimen

El control del crimen es determinante en una ciudad ya que los delitos afectan a todas las propiedades y se componen de una mayor tasa de pobreza, por eso se busca una prevención y penalización, estas tasas de delincuencia, frenan la libertad de construir una infraestructura mejor, en el cantón 24 de mayo el crimen ha ido aumentando considerablemente en los últimos años, dejando un alto índice de insatisfacción entre los habitantes.

11.6.7 La calidad de vida como punto focal del comercio y los mercados de abastos.

Para mejorar la calidad de vida es necesario tener una infraestructura óptima en distintas áreas que funcionen correctamente para el uso diario de las personas, en ese aspecto un punto fundamental en la vida de una ciudad es el comercio, esta potencia aspectos como por ejemplo la economía, la salud. El transporte y otros flujos de permanencia para la sociedad, por eso plantear un centro que genere comercio es un logro para la ciudad teniendo aspectos sustentables y la definición de espacios verdes, que sea una oferta durable para interactuar con recursos naturales.

11.6.8 Sustentabilidad urbana

Una ciudad sustentable se expresa como aquella que tiene una oferta interesante de recursos naturales de los cuales es dependiente su desarrollo, usándolos a un grado de rendimiento sostenible, y preserva un grado de estabilidad ante potenciales peligros del medio ambiente que logren amenazar sus logros en términos de aumento permitiendo únicamente un grado de peligro aceptable

11.6.9 Regeneración urbana

“El concepto regeneración urbana está siendo utilizado en un mundo cada vez más extendido de espacios expertos unidos a las temáticas urbanas, como en la sociología y las ciencias políticas. No obstante, hablamos de una idea al inicio propia del urbanismo, cuya primordial característica es no disponer de una definición precisa que posibilite delinear claramente sus contornos. Lo anterior se debería, en buena medida, a que el urbanismo no es ciencia ni técnica, sino que pertenece al campo de la acción: se trata frente a todo de una praxis” (invi , 2015)

Por lo que, las nociones del urbanismo se caracterizan principalmente por ser definidas frente a todo de forma experimental y no de manera prioritaria.

11.6.10 Palabras clave expresadas

Calidad: Grupo de características inherentes a una cosa que posibilita caracterizarla y valorarla con en relación con las restantes de su especie.

Sustentabilidad: La sostenibilidad se apoya en saciar las necesidades de las generaciones recientes sin comprometer a las necesidades de las generaciones futuras, simultáneamente que se asegura un equilibrio entre el incremento de la economía, el respeto al medioambiente y la paz social

Sostenibilidad: El desarrollo sostenible es el desarrollo que sacia las necesidades del presente sin comprometer la función de las generaciones futuras para saciar sus propias necesidades.

Permanencia: La permanencia es una cualidad de permanecer en un mismo sitio en un lugar específico.

Comercio: el comercio es la actividad que sirve para a obtener y comercializar productos en un lugar o establecimiento.

Urbanismo: El urbanismo es la organización u ordenación de los inmuebles y los espacios de una localidad conforme a un marco normativo. Es por consiguiente una adecuación que define teniendo presente la estética, la sociología, la economía, la política, la limpieza, la tecnología, el diseño de la localidad y su ámbito.

Abastecimiento: Afirmer que los suministros se entreguen en tiempo y en condiciones idóneas. Mercar los suministros a un costo competitivo. Disponer de los proveedores adecuados. Planear los suministros críticos y prioritarios de la compañía.

Interacción: la interacción es el intercambio de funciones y fuerzas entre objetos personas.

Resiliencia: La resiliencia es la capacidad de permanecer en el tiempo mediante un plan generado.

Desarrollo: El desarrollo es un criterio histórico que ha ido evolucionando, por lo cual no posee una definición exclusiva. Aun de esta forma, puede decirse que desarrollar es el proceso por el que una sociedad progresa y crece económica, social, cultural o políticamente.

Espacio: Medio en el cual se hallan los cuerpos y los movimientos, y que suele definirse como homogéneo, constante, tridimensional o ilimitado.

VAB: Valor agregado bruto en Ecuador.

11.7 Marco jurídico/o normativo:

La presente investigación se basó en los siguientes artículos constituciones y legales de la república del ecuador, rescatando los más importantes que se adecuen a la presente investigación, que plante a la implementación de un espacio comercial en el cantón de 24 de mayo

A continuación, los siguientes artículos:

11.7.1 Constitución del ecuador

Código de comercio.

La ley del comercio es un elemento fundamental en la presente averiguación debido a que busca desarrollar y fomentar los valores económicos de forma personal o económica, de forma responsable y con solidaridad social, la siguiente ley instituye:

(NACIONAL, 2019)

Por lo expuesto, y de la misma forma que dispone el artículo 138 de la Constitución de la República del Ecuador y el artículo 64 de la Ley Orgánica de la Funcionalidad Legislativa, acompaño el escrito del CÓDIGO DE Negocio, para que se sirva publicarlo en el Registro Oficial.

El pleno Tomando en cuenta Que, el numeral 15 del artículo 66 de la Constitución reconoce y asegura a toda la gente el derecho a desarrollar ocupaciones económicas, en forma personal o colectiva, acorde a los inicios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental; y el numeral 16 del referido artículo constitucional, el derecho a la independencia de contratación.

Que, el numeral 25 del artículo 66: En concordancia con el numeral 8 del artículo 284 y artículo 336 ibidem, reconocen y asegura a toda la gente el derecho a entrar a bienes y servicios públicos y privados de calidad, con eficiencia, efectividad y buen trato, de esta forma como a recibir información idónea y veraz sobre su contenido y propiedades

Que, el numeral 2 del artículo 276: de la Constitución de la República muestra que el sistema de desarrollo va a tener, entre otros fines, edificar un sistema económico, justo, democrático, beneficioso, solidario y sustentable.

Que, el artículo 283: del mismo cuerpo humano muestra que el sistema económico es social y solidario; reconoce al ser humano como individuo y fin; propende a una interacción dinámica y balanceada entre sociedad, Estado y mercado, en armonía con la naturaleza; y tiene por objetivo asegurar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que faciliten el buen vivir.

11.7.2 Gobierno autónomo descentralizado municipal del cantón 24 de mayo.

Gobierno de unidad e integración ciudadana

Sección II

De la accesibilidad al transporte público y comercial.

(MAYO, 2015) **Artículo 14.- Control.** - El Departamento de Tránsito, Transporte Terrestre y Estabilidad Vial del cantón 24 de mayo, velará por que se cumpla lo predeterminado en esta ordenanza, en interacción a la accesibilidad, exigiendo a los señores transportistas se facilite el ingreso y egreso de los individuos con discapacidad.

Artículo 15.- Unidades disponibles. - Departamento de Tránsito, Transporte Terrestre y Estabilidad Vial (DTTTSV) del cantón 24 de Mayo, para dedicar papeles de operación a empresas, exigirán que por lo menos el 4 (4%) por ciento de sus unidades cuenten con las adecuaciones técnicas elementales para trasladar a personas con discapacidad con movilidad limitada.

Artículo 16.- Identificación y permiso de circulación de automotores. - Departamento de Tránsito, Transporte Terrestre y Estabilidad Vial (DTTTSV) del cantón 24 de Mayo, autorizará la respectiva identificación a los vehículos que se usen para la transportación de los individuos con discapacidades y llevará un registro numerado de las mismas.

Artículo 17.- Trato predilecto. - El GAD Municipal del cantón 24 de mayo, concederá a los individuos con cualquier tipo de discapacidad un trato particular y predilecto en los próximos servicios: a) Arrendamiento de locales municipales, ocupaciones que impliquen la ocupación de espacios públicos disponibles y otros medios que fueren del caso, en un porcentaje del 5 por ciento (5%), del total de puestos o espacios públicos disponibles.

CAPÍTULO III

DEL TRABAJO Y CAPACITACIÓN

Artículo 18.- Derecho al trabajo. - Los individuos con discapacidad, con deficiencia o condición diferenciada poseen derecho a entrar a un trabajo remunerado en condiciones de equidad y a no ser discriminadas en las prácticas relativas al trabajo, incluyendo los métodos para la aplicación, selección, contratación, capacitación y compensación de personal y demás condiciones establecidas en el GAD Municipal del cantón 24 de Mayo.

Artículo 19.- Integración gremial. - El GAD Municipal del cantón 24 de Mayo, en las dependencias y organizaciones públicas municipales destinará el 4 por ciento (4%) de puestos de trabajo para personas con discapacidad en tareas que se tengan en cuenta apropiadas relacionadas con sus conocimientos, condiciones físicas y capacidades particulares, tratando los inicios de igualdad de género y pluralidad de discapacidades.

Artículo 20.- Sustitutos. - Las y los familiares hasta cuarto nivel de consanguinidad y segundo de afinidad, cónyuge, pareja en alianza, por cierto, representante legal o los individuos que tengan bajo su responsabilidad y/o cuidado a una persona con discapacidad severa, van a poder conformar parte del porcentaje de cumplimiento de integración gremial, de conformidad con el reglamento a la Ley Orgánica de Discapacidades.

Artículo 21.- Capacitación. - El GAD Municipal del cantón 24 de mayo, por medio de la Dirección de Administración Administrativa e ingenio Humano, ejecutará programas gratuitos de forma progresiva y persistente de capacitación dirigidos a las y los servidores municipales con el objeto de prepararlos y orientarlos en la idónea atención.

11.7.3 COOTAD Código Orgánico De Ordenamiento Territorial.

El COOTAD es otro código orgánico de ordenamiento territorial que se enfoca en maneras más legislativas dictadas por estatutos gubernamental de Ecuador, esta ley además se la tiene presente en la presente averiguación, para el desarrollo de la iniciativa, en los términos de comprender el cos y Cus del sitio.

La Asamblea Nacional, de conformidad con las atribuciones que le confiere la Constitución de la República del Ecuador y la Ley Orgánica de la Funcionalidad Legislativa, discutió y aprobó el plan de Ley Orgánica: CÓDIGO ORGÁNICO DE ORGANIZACIÓN

TERRITORIAL, AUTONOMÍA Y DESCENTRALIZACIÓN. En tal ventaja y para los objetivos previstos en los artículos 137 de la Constitución de la República del Ecuador.

11.7.4 Agenda Habitat Sustentable Del Ecuador 2036

El plan se enfoca en lo sustentable y sostenible, por dicha razón comprender el desarrollo de zonas verdes que se plantean cerca de nuestro plan es otro elemento clave para tener triunfo en el plan, el Agenda del habitat sustentable busca desarrollar esta clase de propuestas bajo principios que respeten un orden urbano y rural, y para ello expone lo siguiente: 55 La Constitución de la República del Ecuador de 2008 reconoce el derecho a un hábitat seguro y sana, a una vivienda idónea y digna y al goce pleno de la ciudad y sus espacios públicos bajo los principios de sustentabilidad, justicia social, respeto a las diversas culturas urbanas y equilibrio entre lo urbano y lo rural.

11.8 Modelo de repertorio.

11.8.1 Mercado Tirso de Molina.

FIGURA No. 7. Mercado Tirso de Molina.



Nota: Fachada Frontal del Mercado Tirso de Molina.

Fuente: ArchDaily.

Autor: Fotografía realizada por Pedro Mutis.

FIGURA No. 8. Mercado Tirso de Molina.



Nota: Fachada Frontal del Mercado Tirso de Molina en la noche.

Fuente: ArchDaily.

Autor: Fotografía realizada por Pedro Mutis.

Arquitectos: Iglesias Prat Arquitectos – Jorge Iglesias –

Ubicación: Avenida laPaz esquinaAvenidaArtesanos,

Superficie del terreno: 14.200 m2

Superficie construida: 8.200 m²

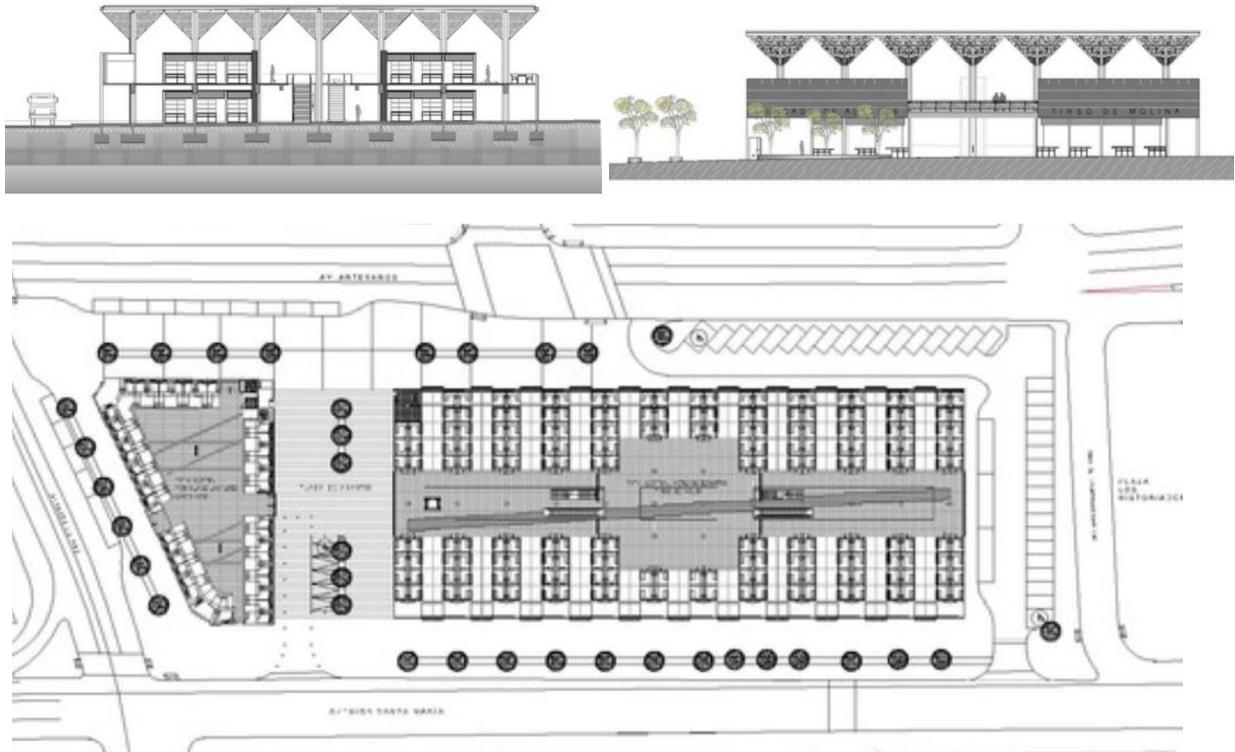
Año proyecto: 2009 **Año de construcción:** 2010 – 2011

Sistema funcional: El edificio tiene un espacio central en la cual se encuentra la circulación vertical, con el fin de permitir la relación entre los diferentes niveles que posee el proyecto, en el segundo nivel se ubican locales como cafeterías que tienen vista hacia el Río Mopocho y el Parque Forestal.

El lugar es abierto, ventilado, amplio y de fácil acceso. El interior de este lugar se puede percibir como un espacio que se relaciona con el resto de niveles propuestos y con el exterior de la ciudad, los vínculos jerarquizan la proporción e incluso la escala, y además cuenta con una plaza exterior abierta que articula el equipamiento con la ciudad.

Sistema Estético Formal: La volumetría propuesta se asocia de manera armónica a las pérgolas, y los volúmenes de las mismas responden a la misma altura y modulación teniendo la finalidad de crear un efecto de unidad entre los tres edificios o volúmenes, por tanto, se obtiene la simpleza de un edificio pensado principalmente para realizar un uso de suelo intensivo en un lugar significativo de la ciudad.

FIGURA No. 9. Planos Arquitectonicos.



Nota: Fachada Frontal del Mercado Tirso de Molina en la noche.

Fuente: ArchDaily.

Autor: Iglesias Prat Arquitectos.

Conclusión: Este mercado posee un concepto abierto y de uso intensivo de suelo, aplicando conceptos interesantes de unidad en sus volúmenes, además de estrategias de transparencia en su techado.

Cabe destacar que los inicios de este mercado datan del comercio que se generaba en torno a los tranvías de una empresa de transporte. Con el pasar del tiempo y el desarrollo de la ciudad la actividad comercial que inicialmente era ambulante o móvil comenzó a radicarse transformándose de comercio informal a formal a través de una propuesta arquitectónica pequeña para trasladar a los comerciantes a un lugar definitivo, el cual inicialmente contaba con 5 pasillos y una estructura metálica provisoria.

No obstante, la construcción de una autopista requería la expropiación del Mercado provisorio, sin embargo, a manera de obra de mitigación una resolución de COREMA Comisión Regional de Medio Ambiente en el 2005 determino la construcción de un nuevo edificio para el mercado. Es aquí que tras un intento erróneo de plan de mitigación Iglesias Prat Arquitectos propone el mercado antes expuesto.

15.5.3 Mercado de Santa Clara

Ubicación: Quito- Ecuador, calle Gustavo Darquea y Versalles.

FIGURA No. 10. Mercado de Santa Clara.



Nota: Fachada Frontal del Mercado de Santa Clara.

Fuente: World Orgs.

Autor: NN.

Sistema funcional: Este mercado se compone de zonas destinadas a la circulación horizontal y vertical, zona administrativa, estacionamientos, y puestos de ventas.



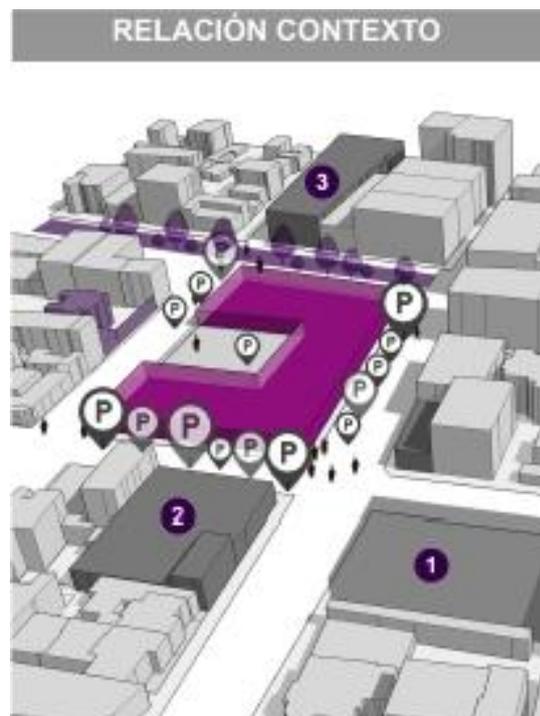
Sistema Estético Formal: La edificación es trazada con un diseño ortogonal que se corta de manera disimulada en la parte norte dándole el espacio semiabierto en la que se ubica los estacionamientos al público y de descarga. Sus fachadas de mampostería lisa y sus grandes ventanales para iluminar su gran espacio interno.

Conclusión: Este equipamiento, se encuentra en la actualidad con un gran conflicto funcional. La alta densidad de población y el crecimiento del parque automotor hace que el funcionamiento del mercado cree un embotellamiento de los vehículos, pues la infraestructura de la misma no abastece las necesidades de la población y los que existen para el público se encuentran alrededor del mercado, creando una problemática mayor ya que contribuye al problema de embotellamiento.

Análisis urbano actual de mercado.

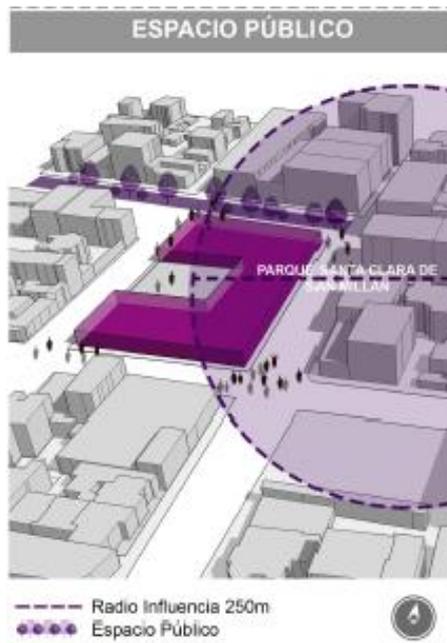
Relación de contexto

El mercado se sitúa en un contexto comercial en donde se destacan el centro comercial santa clara en la calle de Antonio de Ulloa. El perímetro exterior del mercado está destinado para parqueadero



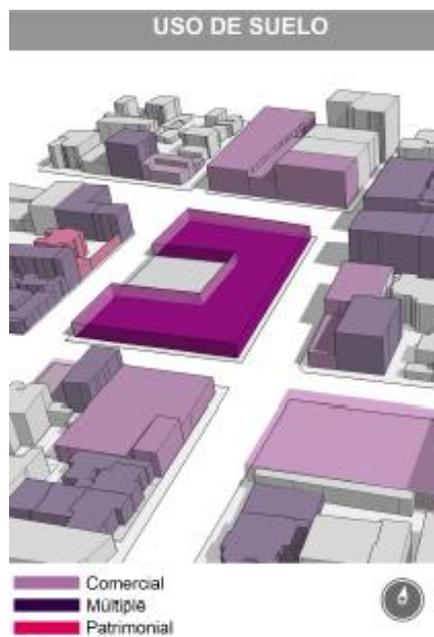
Espacio público.

El terreno no cuenta con suficientes espacios públicos puesto que se sitúa en un área totalmente consolidada. Existe un eje peatonal en la calle Antonio de Marchena no obstante se encuentra en mal estado y su uso es de parqueadero.



Uso de suelo

La periferia de santa clara genera un borde de edificación de carácter comercial, que limitan y encierran el equipamiento.



Análisis arquitectónico de Santa Clara.

Sistema de circulación



Existen 4 ingresos peatonales secundarios al mercado, de los cuales los 2 principales se encuentran en la calle de Versalles, un lateral en la calle Ramírez Davalo y el de servicio en la calle Antonio de Ulloa

La planta baja posee una organización de los puestos en cuadrícula, lo que permite tener una circulación lineal alrededor de los locales. De esta manera la circulación interna es regular con pasillos de entre 1.5 a 2.20m de separación.

Planta 1



Se ubican los puestos de forma irregular dependiendo de su giro respectivo, por lo que la circulación se vuelve difusa, discontinua e irregular.

Planta 2

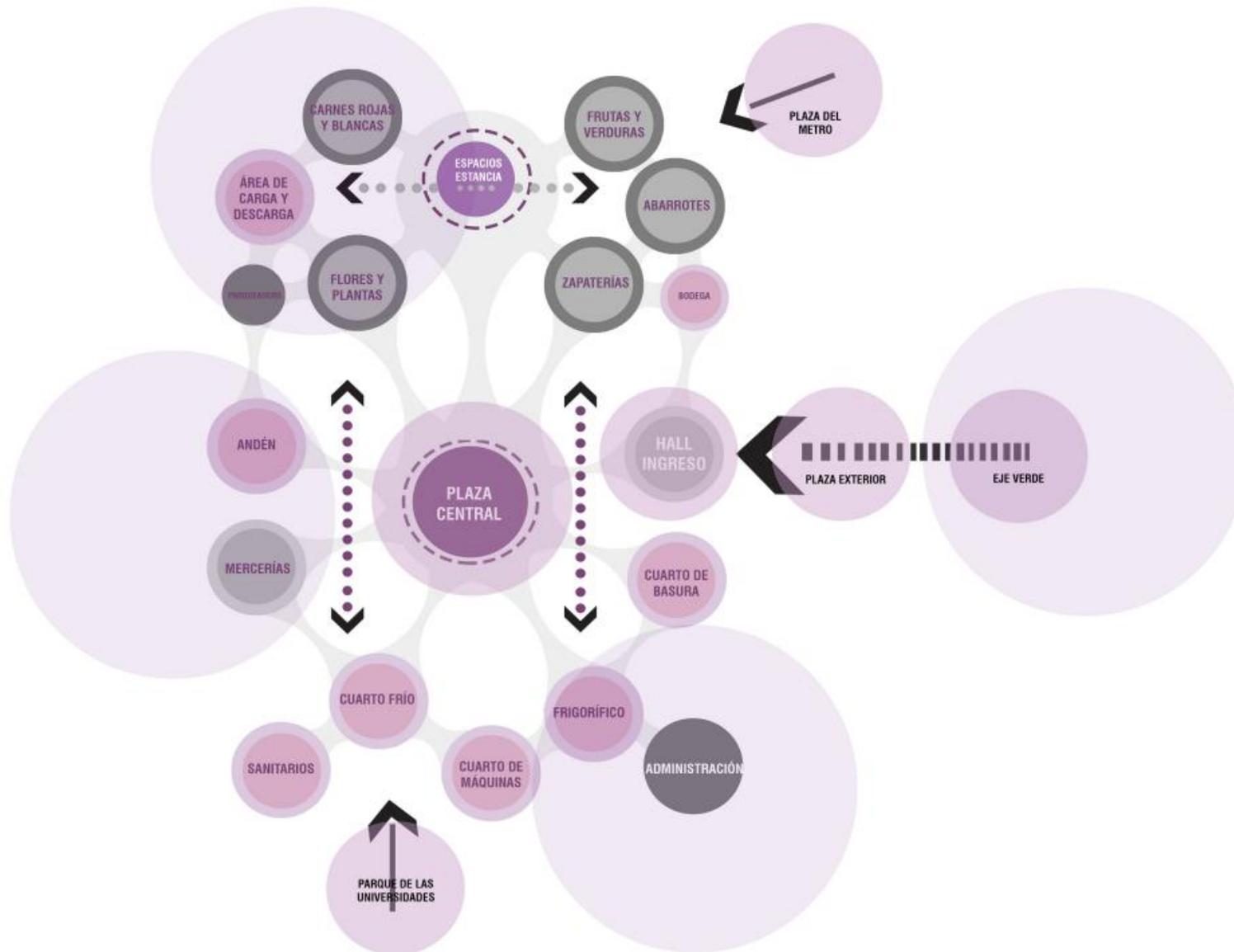


Se accede a la segunda planta a través de la circulación vertical, esta planta cuenta con un menor número de puestos comerciales, situados perimetralmente.

Programa arquitectónico

ZONA	ESPACIO	ACTIVIDAD	TIPO USUARIO	AFORO	UNIDAD	ÁREA m2	ÁREA TOTAL	PRIVACIDAD	ESCALA	ILUMINACIÓN	CARÁCTER			
ZONA ADMINISTRATIVA	ADMINISTRACIÓN	Recepción	Información	Universal	12	3	30,0	100	Público	Colectiva	Natural	Interior abierto		
		Hall	Accesibilidad	Universal	20	4	30,0	120	Público	Colectiva	Natural	Cerrado		
		Sala de espera	Esperar	Universal	20	6	20,0	120	Público	Colectiva	Natural	Interior abierto		
		Área de reuniones	Información	Personal administrativo	6	3	44	44	Privado	Individual	Natural Y Artificial	Cerrado		
		Salón uso múltiple	Interacción	Comerciantes-Personal	15	3	22,0	66	Público	Colectiva	Natural Y Artificial	Cerrado		
		Oficina general	Permanencia	Personal administrativo	2	2	27,0	54	Privado	Individual	Artificial	Cerrado		
		Oficinas secundarias	Permanencia	Personal administrativo	6	6	8,3	50	Privado	Individual	Artificial	Cerrado		
		Administración	Permanencia	Personal administrativo	2	2	25,0	50	Semipúblico	Colectiva	Natural Y Artificial	Cerrado		
		ZONA DE SERVICIOS	SERVICIO	Servicios higiénicos hombres	Ir al baño	Comerciantes-Personal-Consumidor	40	8	11,3	90	Público	Individual	Artificial	Cerrado
				Servicios higiénicos mujeres	Ir al baño	Comerciantes-Personal-Consumidor	40	8	11,3	90	Público	Individual	Artificial	Cerrado
Servicios higiénicos discapacitados	Ir al baño			Comerciantes-Personal-Consumidor	5	8	6,0	60	Público	Individual	Artificial	Cerrado		
LIMPIEZA Y MANTENIMIENTO	Bodegas por giros		Almacenar	Comerciantes	80	80	7,5	600	Privado	Individual	Artificial	Cerrado		
	Cuarto de basura		Reciclar	Personal servicios	5	3	8,0	24	Privado	Individual	Artificial	Cerrado		
	Cuarto de bombas		Abastecer	Personal servicios	5	1	96,0	96	Privado	Individual	Artificial	Cerrado		
	Cuarto del generador		Proveer energía	Personal servicios	5	1	18,0	18	Privado	Individual	Artificial	Cerrado		
	Área de limpieza		Limpieza	Personal servicios	3	4	6,3	25	Privado	Individual	Artificial	Cerrado		
	Área de máquinas		Abastecer	Personal servicios	3	1	80,0	80	Privado	Individual	Artificial	Cerrado		
	Cámara de refrigeración		Mantenimiento	Personal servicios- Comerciantes	10	4	10,0	40	Privado	Individual	Artificial	Cerrado		
CARGA Y DESCARGA	Área de carga y descarga	Cargar y descargar	Personal transporte	20	1	90,0	90	Semipúblico	Colectiva	Natural Y Artificial	Abierto			
	Control de calidad	Acopio	Personal administrativo	2	1	510,0	510	Privado	Individual	Natural Y Artificial	Interior abierto			
	Bodegas	Almacenar	Personal transporte	5	5	6,0	30	Privado	Individual	Artificial	Cerrado			
	Área de refrigeración	Mantenimiento	Personal transporte	3	1	30,0	30	Privado	Individual	Artificial	Cerrado			
ZONA COMERCIAL	ALIMENTACIÓN FRESCA	Carnes	Comercio	Comerciantes-Consumidor	15	15	12,0	180	Público	Colectiva	Natural Y Artificial	Interior abierto		
		Pescados y Mariscos	Comercio	Comerciantes-Consumidor	4	4	6,0	24	Público	Colectiva	Natural Y Artificial	Interior abierto		
		Frutas	Comercio	Comerciantes-Consumidor	26	26	6	156	Público	Colectiva	Natural	Interior abierto		
		Hortalizas y Verduras	Comercio	Comerciantes-Consumidor	24	24	6	144	Público	Colectiva	Natural	Interior abierto		
		Tubérculos	Comercio	Comerciantes-Consumidor	4	4	6	24	Público	Colectiva	Natural	Interior abierto		
		Plantas y Flores	Comercio	Comerciantes-Consumidor	26	26	6	156	Público	Colectiva	Natural	Interior abierto		
	ALIMENTACIÓN SECA	Abarrotes	Comercio	Comerciantes-Consumidor	26	26	6	156	Público	Colectiva	Natural	Interior abierto		
		PRODUCTOS ELABORADOS	Alimentos preparados	Comercio y Consumo	Comerciantes-Consumidor	36	36	12	432	Público	Colectiva	Natural	Interior abierto	
	Jugos		Comercio y Consumo	Comerciantes-Consumidor	4	4	12	48	Público	Colectiva	Natural	Interior abierto		
	Aguas aromáticas		Comercio y Consumo	Comerciantes-Consumidor	2	2	12	24	Público	Colectiva	Natural	Interior abierto		
ABASTOS	Coperativa y Asociación		Información	Comerciantes-Consumidor	2	2	6	12	Público	Colectiva	Natural Y Artificial	Interior abierto		
	Mercaderías	Comercio	Comerciantes-Consumidor	13	13	6	78	Público	Colectiva	Natural Y Artificial	Interior abierto			
	Bazar	Comercio	Comerciantes-Consumidor	2	2	6	12	Público	Colectiva	Natural	Interior abierto			
	Medicina Alternativa	Comercio	Comerciantes-Consumidor	3	3	6	18	Público	Colectiva	Natural Y Artificial	Interior abierto			
	Carbón	Comercio	Comerciantes-Consumidor	2	2	6	12	Público	Colectiva	Natural Y Artificial	Interior abierto			
	Zapatería	Comercio	Comerciantes-Consumidor	2	2	6	12	Público	Colectiva	Natural Y Artificial	Interior abierto			
	Costuras	Comercio	Comerciantes-Consumidor	2	2	6	12	Público	Colectiva	Natural Y Artificial	Interior abierto			
	Licores	Comercio	Comerciantes-Consumidor	2	2	6	12	Público	Colectiva	Natural Y Artificial	Interior abierto			
	Salón de belleza	Corte de pelo	Comerciantes-Consumidor	2	2	6	12	Público	Colectiva	Natural Y Artificial	Interior abierto			
	Delicatessen	Comercio y Consumo	Comerciantes-Consumidor	4	4	6	24	Público	Colectiva	Natural	Interior abierto			
ZONA SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	TALLERES	Afitería y Artesanías	Comercio	Comerciantes-Consumidor	28	28	6	168	Público	Colectiva	Natural	Interior abierto		
		Puestos Musicales	Comercio	Comerciantes-Consumidor	2	2	6	12	Público	Colectiva	Natural Y Artificial	Interior abierto		
	SERVICIOS	Copiadora	Papelaría	Comerciantes-Consumidor	2	2	6	12	Público	Colectiva	Natural Y Artificial	Interior abierto		
		Cabinas de Internet	Comunicación	Comerciantes-Consumidor	2	2	6	12	Público	Individual	Natural Y Artificial	Interior abierto		
		Nuevos puestos	Comercio y Consumo	Comerciantes-Consumidor	20	15	6	90	Público	Colectiva	Natural	Interior abierto		
		Taller práctico cocina	Aprender	Universal	20	1	210	210	Público	Colectiva	Natural Y Artificial	Interior abierto		
		Taller teórico cocina	Aprender	Universal	30	1	100	150	Público	Colectiva	Natural Y Artificial	Interior abierto		
		Cafetería	Comercio y Consumo	Universal	30	3	120	360	Público	Colectiva	Natural	Interior abierto		
		Talleres comunitarios	Aprender	Universal	30	2	200	400	Público	Colectiva	Natural	Interior abierto		
		Zonas de descanso	Descanzar	Universal	100	20	80	1600	Público	Colectiva	Natural	Interior abierto		
CISEO	Patio de comidas	Comercio y Consumo	Universal	100	1	550	600	Público	Colectiva	Natural	Interior y exterior			
	Guardería	Atender	Niños comerciantes	10	1	190	190	Semipúblico	Colectiva	Natural	Cerrado			
	Plazas temáticas	Recreación	Universal	100	2	80	160	Público	Colectiva	Natural	Exterior			
	Parqueaderos	Estacionar	Universal	10	10	930	930	Público	Colectiva	Artificial	Cerrado			
SERVICIOS	Servicio Médico	Atender	Comerciantes-Consumidor	1	12	12	Público	Individual	Artificial	Cerrado			
	Guardaespaldas	Vigilar	Personal servicios	1	6	6	Privado	Individual	Artificial	Cerrado			
		Comercio y Consumo	Comerciantes-Consumidor	100	15	6	150	Público	Colectiva	Natural	Interior abierto			
TOTAL							878							

Organización funcional



MERCADO ESTACIÓN BÁLTICA

Datos Generales



Arquitectos: KOKO architects

Ubicación: kopoli 1, 10149 Tallinn, Estonia

Area: 25000.0m²

Año de proyecto: 2017

Crear un mercado contemporáneo que preserve el carácter histórico del mercado con todo su ajetreo y su naturaleza caótica

El mercado al aire libre se ubica en el lugar más visible para atraer a los transeúntes. detrás de este se encuentran quioscos de madera diseñados para pequeñas empresas como panadería, tiendas de dulces, tiendas de especias, etc.

PARÁMETROS URBANOS

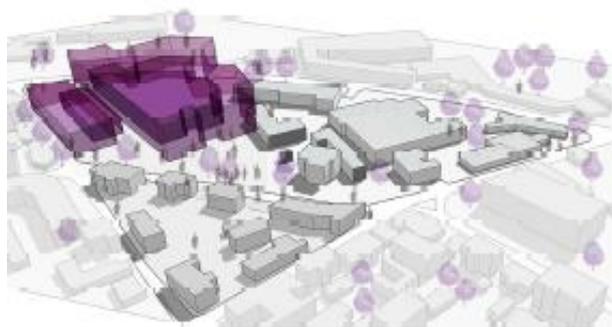
Espacio público

Sistema de plazas conectadas por rampas y terrazas, con zonas acogedoras para comer y sentarse, un parque infantil y terrazas para cafetería y restaurantes.



Simbología urbana

Hito urbano que se mantienen activo por su carácter histórico y la concurrencia de los pasajeros de trenes hasta residentes locales, jóvenes y turistas.



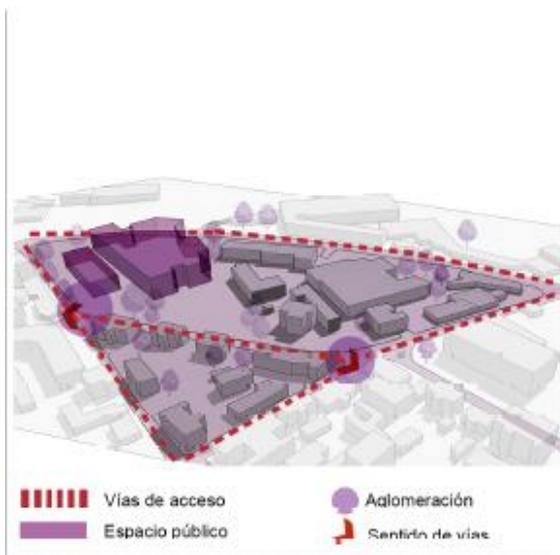
Contexto:

Se encuentran ubicados en el norte de Tallin entre la estación de tren principal de la ciudad y el popular distrito residencial de kalamaja.



Accesibilidad:

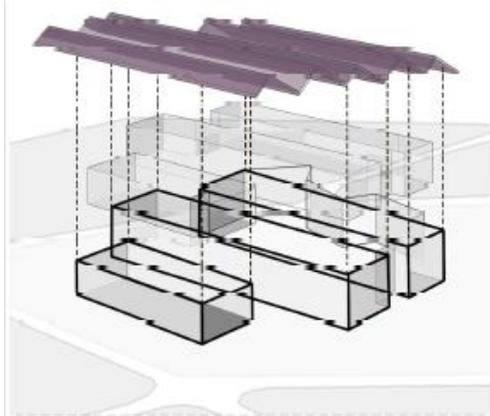
El mercado se ubica en una manzana residencial con acceso principal desde la parte central del lote. Cuenta con un acceso posterior



Parámetros arquitectónicos formales

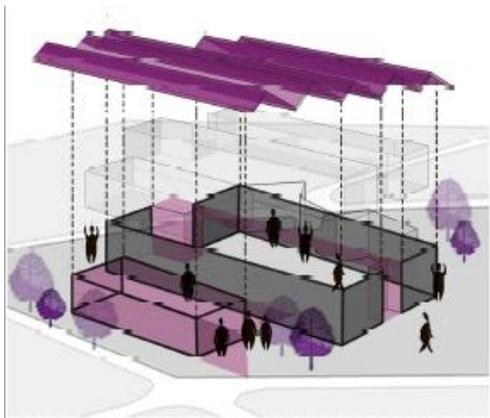
Volumetría

El mercado este compuesto de tres volúmenes principales conectados por circulación, terrazas y áreas comunales.



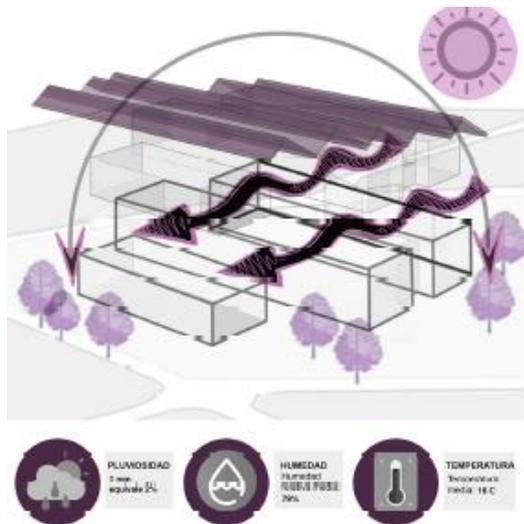
Permeabilidad

El mercado al aire libre se ubica en el lugar más visibles para atraer a los transeúntes. Existe una conexión directa con las calles y el mercado.



Clima y asoleamiento

Los techos altos y espaciosos y la amplia luz natural crean un ambiente amplio generando aberturas en todo el primer piso, con solo un toque de comodidad adicional



Sostenibilidad ambiental

Los picos del techo están hechos de vidrio polarizado para controlar el ingreso de luz existe recolección de agua en la cubierta



Parámetros arquitectónicos funcionales

Circulación

Existe una circulación lineal alrededor de los kiosco y puestos de venta del mercado



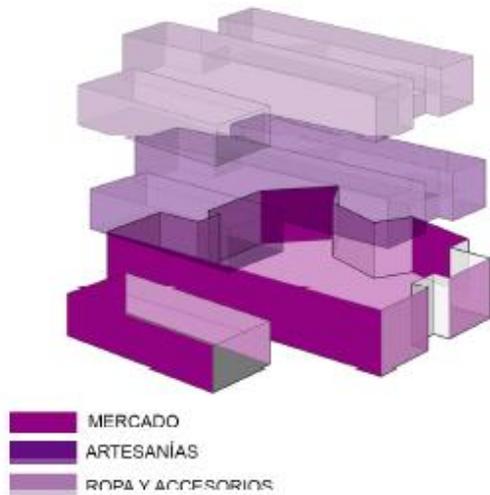
Usuario

Los usuarios predominan son los residentes del barrio y los turistas que llegan a partir de la estación



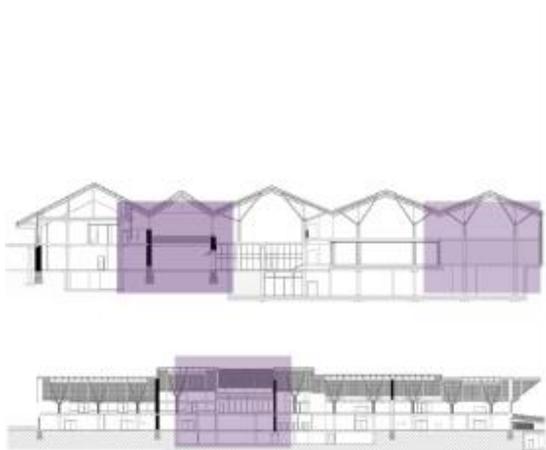
Programa

En la planta baja se ubica el mercado de alimentos secos y frescos. El segundo piso las artesanías y abastos. En el tercero ropa y accesorios.



Relaciones espaciales

Los espacios colectivos y públicos del programa permiten generar dobles y triples alturas potenciando las relaciones espaciales



12 CAPITULO II.- Diagnostico del proyecto integrador.

12.1 Información básica.

12.1.1 Características del territorio.

El cantón 24 De Mayo se ubica al sur de la provincia de Manabí, en la región costera del país. Cuenta con 529,79 km² de extensión territorial, con una población de según proyección INEC 2010 – 2020, al 2014 cuenta con una población de 29622 habitantes con una tasa de crecimiento anual del 0.21%. su temperatura oscila entre los 18° a 35°, y un rango de altitud que fluctúan entre los 200 m/mm. hasta los 560 m/mm.

12.1.2 División política.

24 de Mayo tiene 4 parroquias, de las cuales 3 son rurales y 1 urbana, distribuyéndose de la siguiente forma:

12.1.2.1 Parroquias Urbanas.

- Sucre.

12.1.2.2 Parroquias Rurales:

- Noboa.
- Bellavista.
- Sixto Duran Vallen.

12.1.3 Análisis de la zona comercial de la cabecera cantonal de 24 de mayo.

La zona urbana de 24 de Mayo la conforma una sola parroquia, siendo esta la parroquia Sucre, la misma que se abastece de productos alimenticios provenientes

principalmente del mercado municipal (mercado central de carnes, mariscos, frutas y legumbres) y la plaza Sucre en la que se encuentran productos de primera necesidad y patios de comida, así como también de los diferentes locales comerciales y tiendas distribuidas en el casco central, pero en menor escala.

La zona comercial de Sucre se distribuye principalmente en el centro de la ciudad, ya que en este sector se encuentran ubicados tanto el Mercado Central y la Plaza Sucre, mismo que se encuentran separados a una distancia aproximada de 250 m.

Al ser Sucre la única parroquia urbana y por ende la ciudad con más “desarrollo” del cantón se convierte en el principal núcleo comercial de todo 24 de Mayo, y se ve obligada a acoger a la población que reside en las demás parroquias rurales que se abastecen en el centro de Sucre en días específicos (mayormente en fines de semanas).

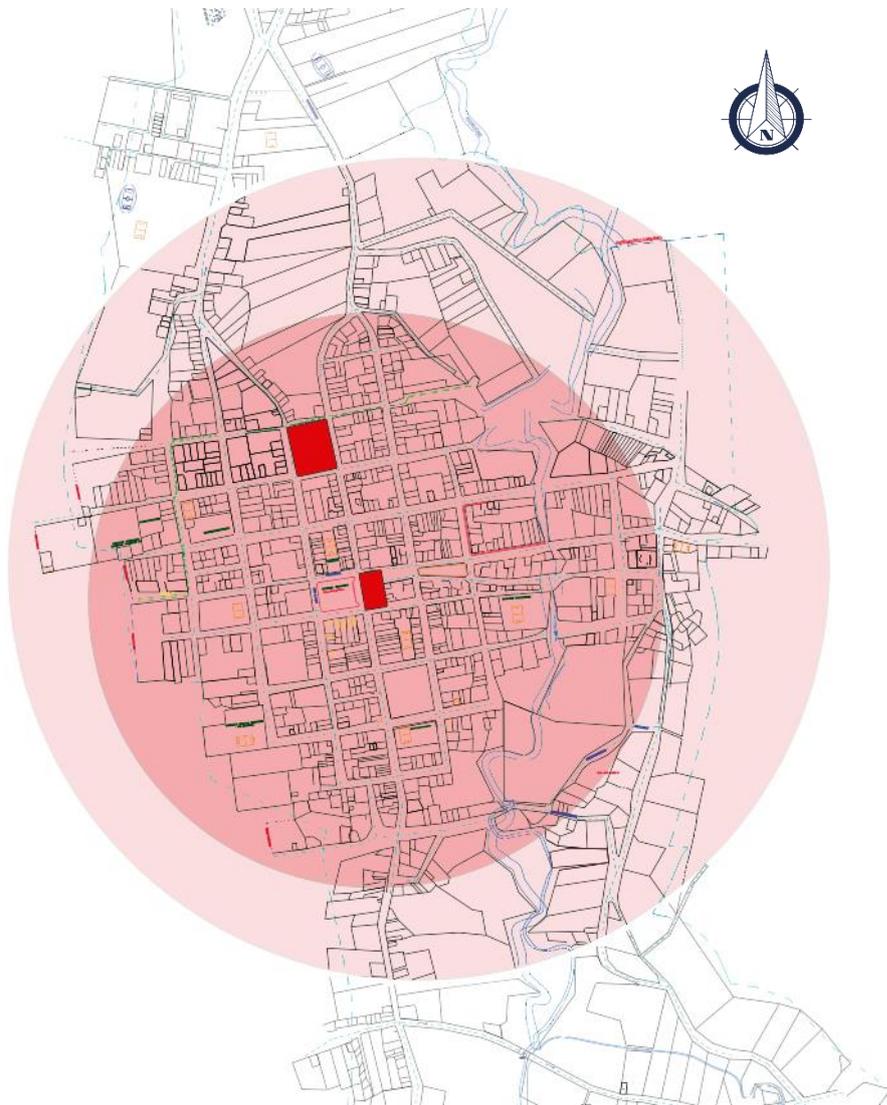
El comercio en la zona central de la ciudad se divide en dos categorías, formal e informal. La segunda, parte de la necesidad de generar recursos económicos y la falta de una infraestructura adecuada para realizar la venta. El comercio informal se encuentra alrededor del mercado, ya que este es el punto más importante del flujo de usuarios para adquirir sus bienes, y se extiende a lo largo de la calle comercio ocupando la vía y las aceras para ubicar sus puestos improvisados.

12.1.4 Equipamientos Comerciales.

La parroquia de Sucre cuenta con un mercado central y una plaza comercial, este último que actualmente se llama Plaza Sucre, fue en su momento el mercado central y después de muchas remodelaciones y con la construcción de un nuevo mercado equipado con los mobiliarios necesarios y acordes a sus funciones, se convirtió en un centro gastronómico.

. Pero también es importante reiterar que la remodelación y reubicación de estos espacios no satisfacen las necesidades de quienes se dedican a estas actividades económicas y por ende crean sus establecimientos de venta provocando el comercio informal al cerrar las calles para comercializar sus productos, lo que muchas veces se traduce en una mala imagen urbana para quienes visitan la parroquia.

FIGURA No. 11. Radio de Acción de los Equipamientos Comerciales.



Fuente: Plano catastral de la parroquia Sucre.

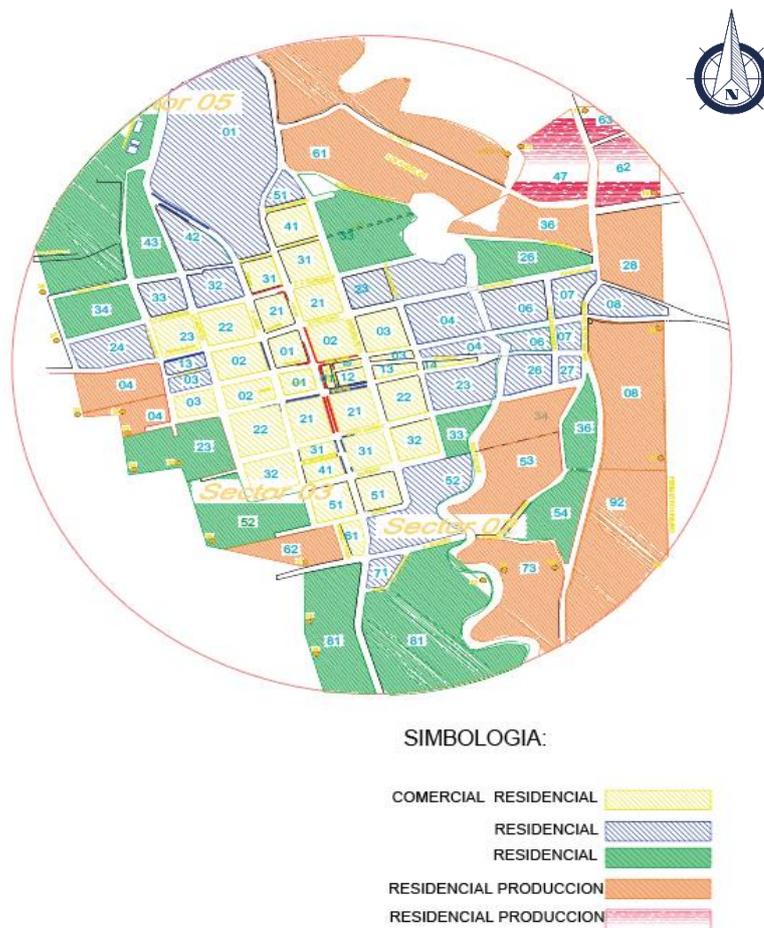
Autor: Elaborado por tesista.

12.1.5 Uso de suelo.

El Casco central de la parroquia Sucre, en su gran mayoría tiene un uso de suelo mixto, comercial - residencial. Donde se encuentran los dos únicos establecimientos comerciales.

Asimismo, en esta zona también se prestan diversos servicios, tales como instituciones educativas, el Gad Municipal, instituciones bancarias y la Iglesia Católica. También, el sector cuenta con dos espacios verdes el parque central el parque de la madre, creando así puntos de encuentro.

FIGURA No. 12.



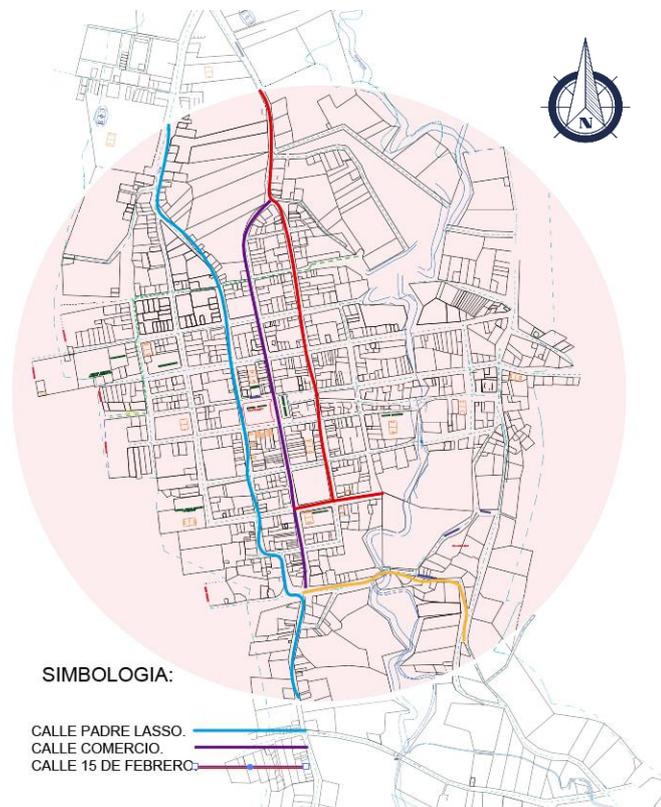
Fuente: Plano catastral de la parroquia Sucre.
Autor: Elaborado por tesista.

12.1.6 Análisis vial.

En la zona estudiada, los caminos que facilitan el flujo de personas hacia los diferentes equipamientos y lugares de la Parroquia se dividen en 3 categorías: vías colectoras, calles locales primarios y calles locales secundarios. Los caminos de consolidación son caminos que permiten abastecer de producto al mercado, ya que se conectan con carreteras provenientes de zonas rurales, donde se cosechan, y producen diferentes productos para la venta.

Las rutas locales permiten la circulación por la ciudad de vehículos particulares, donde resaltan las carreteras colectoras, que son las principales vías de acceso y salida de la Parroquia.

FIGURA No. 13.



Fuente: Plano catastral de la parroquia Sucre.

Autor: Elaborado por tesista.

12.2 Tabulación de la información:

Para atender la problemática expuesta y obtener la más completa información, se realizó dos instrumentos tipo encuesta para la recolección de datos en la investigación de campo, una dirigida a los usuarios quienes adquieren productos en el área de estudio, y la otra a los comerciantes informales quienes ocupan estas áreas.

12.2.1 Resultados de la encuesta realizada a los usuarios:

1) ¿Consume los productos que ofrecen los comerciantes informales?

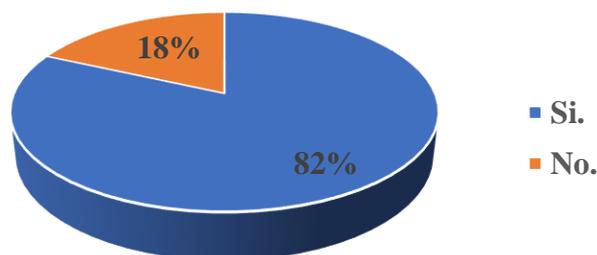
Tabla No. 1. Porcentaje de personas que compran productos a comerciantes informales.

OPCIONES	RESPUESTAS
Si.	306
No.	68
TOTAL	374

Fuente: Investigación de campo.

Autor: Elaborado por tesista.

Gráfico No. 2. Porcentaje de personas que compran productos a comerciantes informales.



Fuente: Investigación de campo.

Autor: Elaborado por tesista.

Análisis: De acuerdo con los encuestados el resultado obtenido en este ítem es del 82% de la población estudiada consume los productos que ofrecen los comerciantes informales y 18% de ellos no prefiere adquirir sus productos en establecimientos destinados a esta actividad.

2) ¿Con que frecuencias transita las calles del centro de sucre semanalmente?

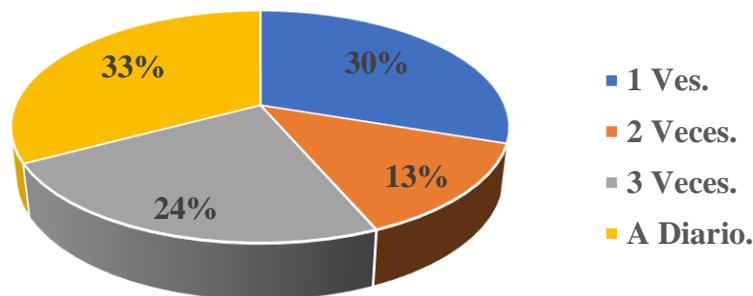
Tabla No. 2. Porcentajes de días en los que transitan por las calles estudiadas.

OPCIONES	RESPUESTAS
1 Ves.	113
2 Veces.	50
3 Veces.	88
A Diario.	123
TOTAL	374

Fuente: Investigación de campo.

Autor: Elaborado por tesista.

Gráfico No. 3. Porcentajes de días en los que transitan por las calles estudiadas



Fuente: Investigación de campo.

Autor: Elaborado por tesista.

Análisis: Los datos que se muestran indican que la mayor parte de la población transita las calles estudiadas por lo menos dos veces por semana, donde los resultados muestran a las personas que transitan, con un 30% lo hace solo una vez por semana, el 13% lo hace al menos 2 veces por semana, el 24% lo hace al menos 3 veces por semana, y las persona que transitan semanalmente las calles del centro de sucre son un 33%.

3) ¿Se siente cómodo/a al adquirir productos en locales improvisados?

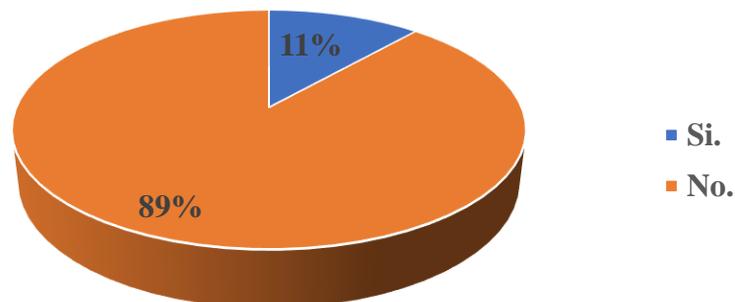
Tabla No. 3. Comodidad.

OPCIONES	RESPUESTAS
Si.	43
No.	331
TOTAL	374

Fuente: Investigación de campo.

Autor: Elaborado por tesista.

Gráfico No. 4. Comodidad.



Fuente: Investigación de campo.

Autor: Elaborado por tesista

Análisis: EL grafico nos muestra que un 89% de las personas encuestadas no se sienten cómodas al adquirir sus productos de uso diarios en los locales improvisados por los comerciantes informales, y el 11% siente comodidad al encontrar al paso los productos que necesitan y no tener que ir a un lugar específico para adquirir sus productos.

4) **¿Está de acuerdo que las vías y aceras sean ocupadas por puestos informales?**

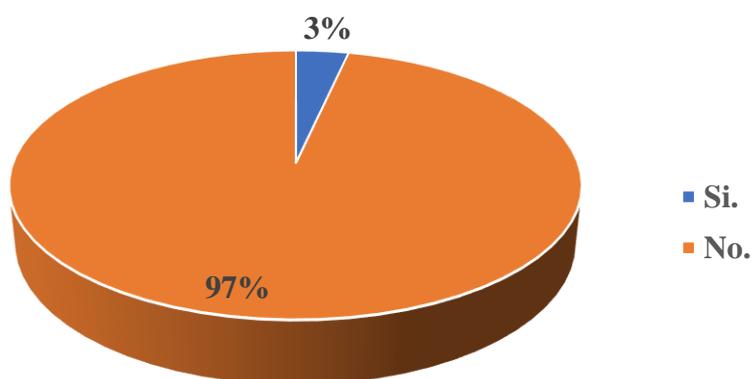
Tabla No. 4. Posición respecto al uso del espacio público.

OPCIONES	RESPUESTAS
Si.	13
No.	361
TOTAL	374

Fuente: Investigación de campo.

Autor: Elaborado por tesista

Gráfico No. 5. Posición respecto al uso del espacio público.



Fuente: Investigación de campo.

Autor: Elaborado por tesista

Análisis: El porcentaje de personas que están de acuerdo con que los comerciantes informales ocupen las vías y aceras para realizar sus actividades comerciales es mínima con un 3% de la población encuestada, y el 97% de la población no está de acuerdo.

- 5) ¿Siente seguridad al tener que caminar por la vía porque la acera está ocupada por comerciantes?

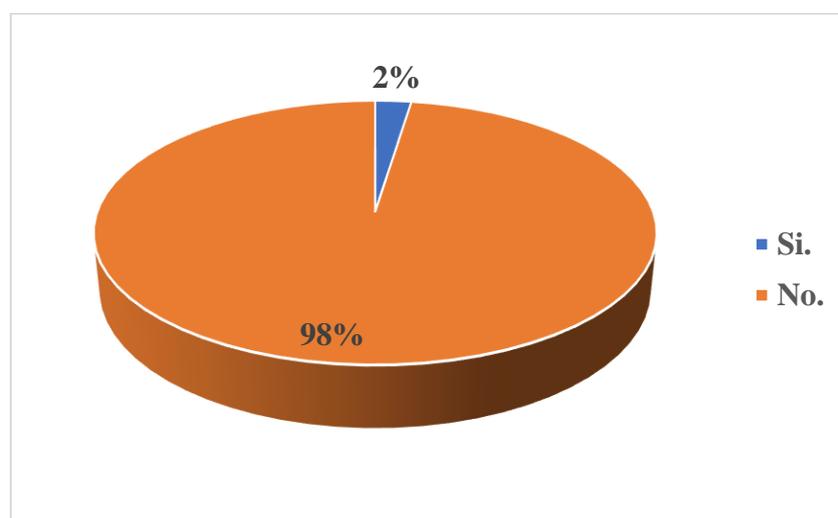
Tabla No. 5. Seguridad.

OPCIONES	RESPUESTAS
Si.	9
No.	365
TOTAL	374

Fuente: Investigación de campo.

Autor: Elaborado por tesista.

Gráfico No. 6. Seguridad.



Fuente: Investigación de campo.

Autor: Elaborado por tesista.

Análisis: El 98% de la población encuestada no se sienten seguros al tener que caminar por la vía y solo un 2% dio una respuesta positiva a la interrogante.

- 6) **¿Observa desechos tanto líquidos como sólidos tirados en los alrededores del lugar donde se ubican los comerciantes informales?**

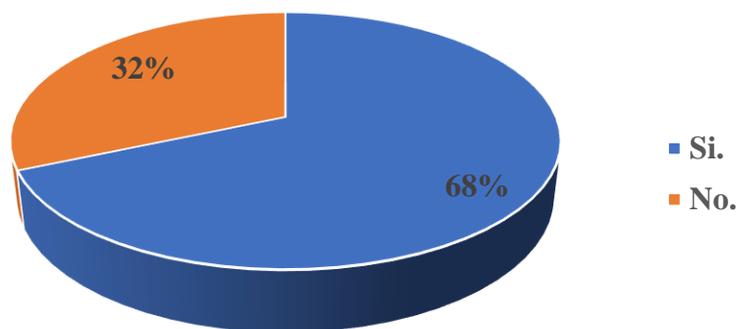
Tabla No. 6. Desechos.

OPCIONES	RESPUESTAS
Si.	256
No.	118
TOTAL	374

Fuente: Investigación de campo.

Autor: Elaborado por tesista.

Gráfico No. 7. Desechos.



Fuente: Investigación de campo.

Autor: Elaborado por tesista.

Análisis: De acuerdo con las personas encuestadas, el 68% afirma que observa desechos en los alrededores del lugar donde se ubican los comerciantes informales, y el 32% no observa esa situación.

7) **¿Percibe malos olores en las vías donde encuentran los comerciantes informales?**

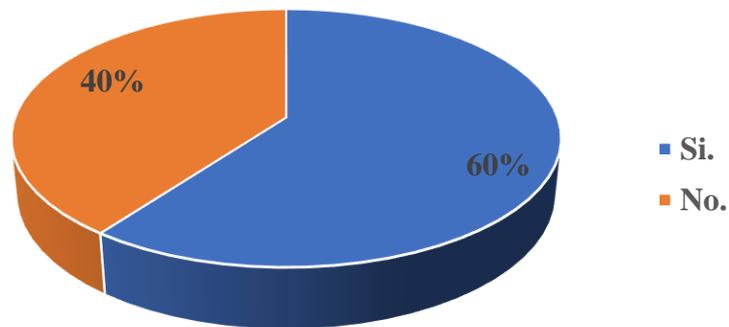
Tabla No. 7. Olores.

OPCIONES	RESPUESTAS
Si.	225
No.	149
TOTAL	374

Fuente: Investigación de campo.

Autor: Elaborado por tesista.

Gráfico No. 8. Olores.



Fuente: Investigación de campo.

Autor: Elaborado por tesista.

Análisis: De acuerdo con la percepción de malos olores, el 60% de los encuestados respondieron que, si perciben malos olores, mientras que el 40% no los perciben.

8) ¿Los puestos informales muestran una buena imagen de la ciudad?

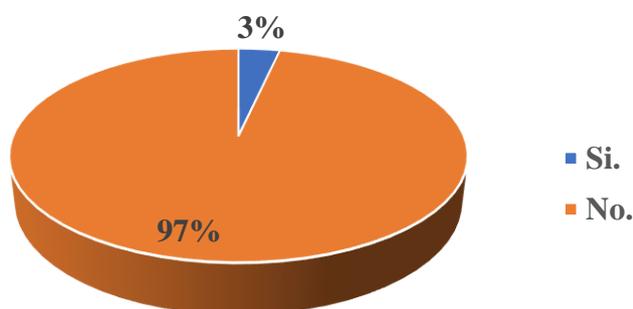
Tabla No. 8. Imagen de la ciudad.

OPCIONES	RESPUESTAS
Si.	13
No.	361
TOTAL	374

Fuente: Investigación de campo.

Autor: Elaborado por tesista.

Gráfico No. 9. Imagen de la ciudad.



Fuente: Investigación de campo.

Autor: Elaborado por tesista.

Análisis: El 97% de las personas encuestadas afirman que los puestos informales no muestran una buena imagen de la ciudad, y un porcentaje muy mínimo del 3% dicen que estos puestos si muestran una buena imagen.

- 9) ¿Estaría de acuerdo con la realización de una plaza comercial donde se reubiquen los comerciantes informales que ocupan el espacio público?

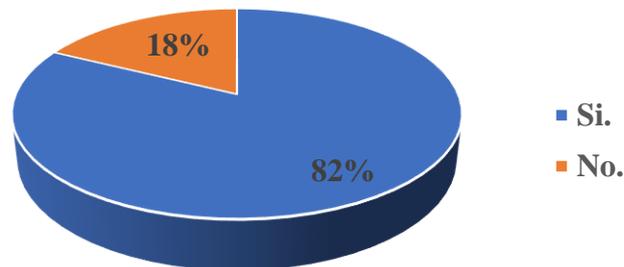
Tabla No. 9. Reubicación de comerciantes informales.

OPCIONES	RESPUESTAS
Si.	308
No.	66
TOTAL	374

Fuente: Investigación de campo.

Autor: Elaborado por tesista.

Gráfico No. 10. Reubicación de comerciantes informales.



Fuente: Investigación de campo.

Autor: Elaborado por tesista

Análisis: El 82% de las personas encuestadas están de acuerdo con la realización de una plaza comercial para la reubicación de los comerciantes informales, mientras que el 18% no está de acuerdo.

12.2.2 Resultados de la encuesta realizada a los comerciantes informales:

1) Sexo:

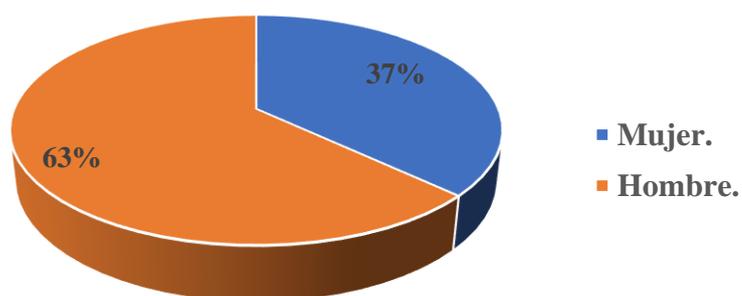
Tabla No. 10. Sexo.

OPCIONES	RESPUESTAS
Mujer.	37
Hombre.	63
TOTAL	100

Fuente: Investigación de campo.

Autor: Elaborado por tesista

Gráfico No. 11. Sexo.



Fuente: Investigación de campo.

Autor: Elaborado por tesista

Análisis: El 37% de los comerciantes encuestados son mujeres, mientras que el 63% de ellos son Hombres.

2) Edad.

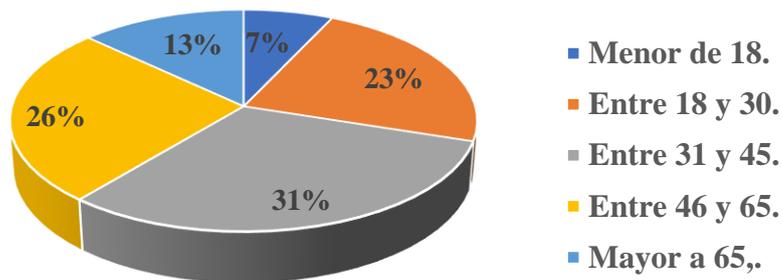
Tabla No. 11. Edad.

OPCIONES	RESPUESTAS
Menor de 18.	7
Entre 18 y 30.	23
Entre 31 y 45.	31
Entre 46 y 65.	26
Mayor a 65.	13
TOTAL	100

Fuente: Investigación de campo.

Autor: Elaborado por tesista

Gráfico No. 12. Edad.



Fuente: Investigación de campo.

Autor: Elaborado por tesista.

Análisis: Con respecto a la edad solo el 7 % de los comerciantes informales es menor de edad, el 23% tiene una edad que va desde los 31 hasta los 45 años, un 26% de los comerciantes tienen una edad entre los 46 y 65 años, mientras que los comerciantes que pasan de los 65 años son el 13%.

3) ¿Qué tipo de productos expende?

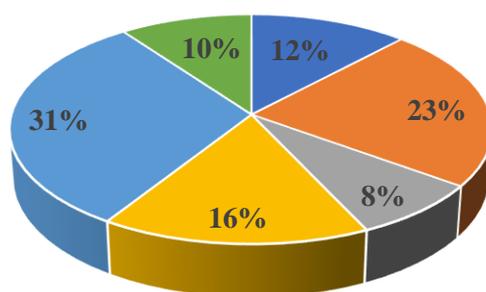
Tabla No. 12. Tipo de Productos.

OPCIONES	RESPUESTAS
a) Legumbre y frutas.	12
b) Alimentos preparados.	23
c) Lácteos, mariscos y carnes.	8
d) Textiles.	16
e) Utensilios del hogar.	31
a) Abarrotes.	10
TOTAL	100

Fuente: Investigación de campo.

Autor: Elaborado por tesista.

Gráfico No. 13. Tipos de Productos.



- a) Legumbre y frutas.
- b) Alimentos preparados.
- c) Lácteos, mariscos y carnes.
- d) Textiles.
- e) Utensilios del hogar.
- a) Abarrotes.

Fuente: Investigación de campo.

Autor: Elaborado por tesista.

Análisis: El 12% de los comerciantes encuestados expende productos tales como legumbre y frutas, el 23% expende alimentos preparados, el 8% expende productos lácteos, el 16% expende textiles, el 31% expende utensilios del hogar, mientras que el 10% de los comerciantes encuestados expende abarrotes.

4) ¿Utiliza el mismo espacio todos los días?

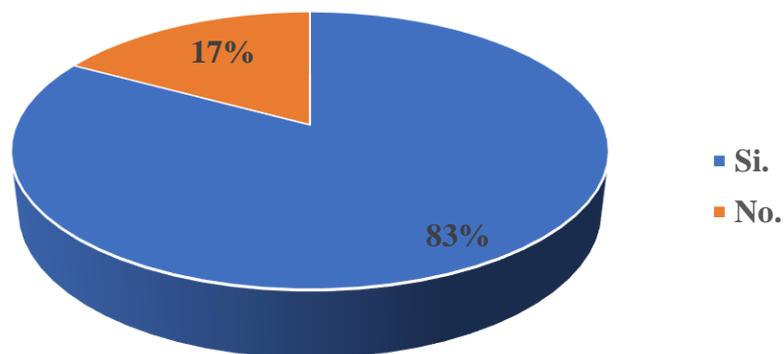
Tabla No. 13. Uso de espacio.

OPCIONES	RESPUESTAS
Si.	83
No.	17
TOTAL	100

Fuente: Investigación de campo.

Autor: Elaborado por tesista.

Gráfico No. 14. Uso de espacio.



Fuente: Investigación de campo.

Autor: Elaborado por tesista.

Análisis: El 83% de los comerciantes encuestados afirma que ocupa el mismo espacio todos los días, mientras que el 17% de ellos se pasan moviendo de lugares dependiendo del día y el flujo de personas.

5) ¿Con que frecuencia realiza esta actividad?

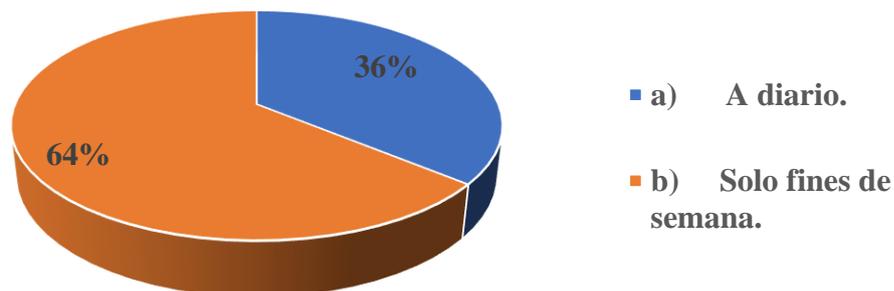
Tabla No. 14. Frecuencia.

OPCIONES	RESPUESTAS
a) A diario.	36
b) Solo fines de semana.	64
TOTAL	100

Fuente: Investigación de campo.

Autor: Elaborado por tesista.

Gráfico No. 15. Frecuencia.



Fuente: Investigación de campo.

Autor: Elaborado por tesista.

Análisis: De los comerciantes encuestados el 36% realiza esta actividad en las calles del centro de Sucre diariamente, mientras que el 64% solo los fines de semanas.

6) ¿Tienen problemas con las autoridades municipales?

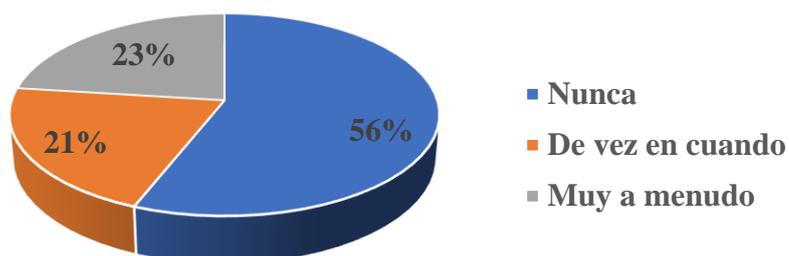
Tabla No. 15. Problemas con municipales.

OPCIONES	RESPUESTAS
Nunca	56
De vez en cuando	21
Muy a menudo	23
TOTAL	100

Fuente: Investigación de campo.

Autor: Elaborado por tesista.

Gráfico No. 16. Problemas con municipales.



Fuente: Investigación de campo.

Autor: Elaborado por tesista.

Análisis: El 56% de los comerciantes encuestados Nunca ha tenido problemas con las autoridades municipales, el 21% tienen problemas con las autoridades de vez en cuando, mientras del 23% de ellos muy a menudo tienen problemas.

7) ¿Cuentan con permisos municipales para ejercer esta actividad?

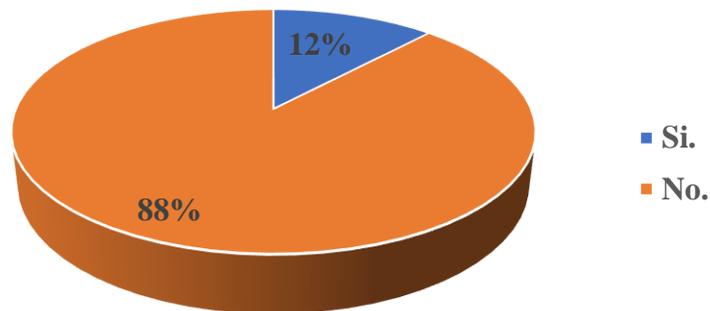
Tabla No. 16. Permisos municipales.

OPCIONES	RESPUESTAS
Si.	12
No.	88
TOTAL	100

Fuente: Investigación de campo.

Autor: Elaborado por tesista.

Gráfico No. 17. Permisos municipales.



Fuente: Investigación de campo.

Autor: Elaborado por tesista.

Análisis: Según los comerciantes informales el solo un 12% cuenta con permisos para poder realizar estas actividades de comercio, mientras que el 88% no cuentan con ningún tipo de permisos.

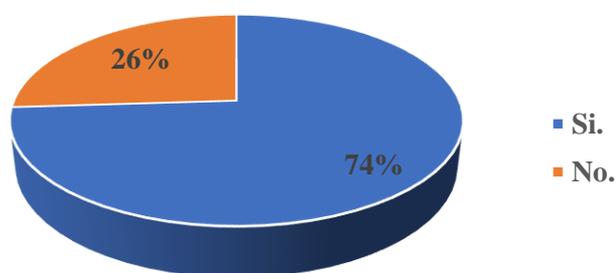
8) ¿Paga algún impuesto por el espacio que ocupa?

Tabla No. 17. Impuestos.

OPCIONES	RESPUESTAS
Si.	74
No.	26
TOTAL	100

Fuente: Investigación de campo.

Autor: Elaborado por tesista.



Fuente: Investigación de campo.

Autor: Elaborado por tesista.

Análisis: El 74% de los comerciantes encuestados pagan un impuesto por utilizar el lugar donde venden sus productos, mientras que el 26% no paga nada.

9) ¿Estarían de acuerdo con que se los reubicara en un lugar donde puedan realizar sus actividades libremente y de manera formal?

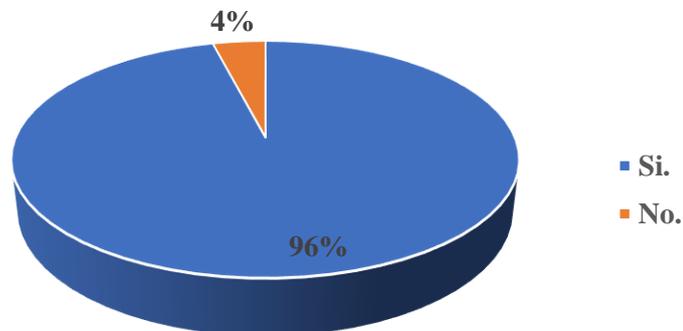
Tabla No. 18. Reubicación.

OPCIONES	RESPUESTAS
Si.	96
No.	4
TOTAL	100

Fuente: Investigación de campo.

Autor: Elaborado por tesista.

Gráfico No. 18. Reubicación.



Fuente: Investigación de campo.

Autor: Elaborado por tesista.

Análisis: De acuerdo con los comerciantes encuestados, la aceptación de que sean reubicados es del 96% y solo un 4% de los encuestados no están de acuerdo.

12.3 Interpretación de resultados:

Con la recolección de datos obtenidos mediante las encuestas, se logra analizar y comprender la problemática planteada, por medio del punto de vista y criterio de cada uno de los encuestados, las preguntas establecidas fueron dirigidas tanto a las personas que transitan por el centro de sucre y adquieren productos, como a los comerciantes informales, con el fin de analizar el uso del espacio público para la realización de actividades comerciales.

En primer lugar, se realizó un balance para conocer el promedio de personas que adquieren productos a comerciantes informales, donde la mayor parte de las personas encuestadas dieron una respuesta afirmativa, asegurando su relación directa con el comercio informal. De acuerdo con los encuestados, un gran número de personas realizan recorridos diarios por las principales calles del centro de Sucre las mismas que están ocupadas por comerciantes informales, esto produce que los usuarios se sientan incómodos, inseguros y la gran mayoría de la población estudiada no está de acuerdo con la utilización de las calles y aceras para para ejercer actividades comerciales que obstaculizan el libre andar de las personas.

De acuerdo con el resultado de las encuestas, Sucre no tiene una buena imagen por la contaminación visual que generan los locales improvisados de los comerciantes informales quienes utilizan diferentes elementos para cubrirse de la intemperie, dichos elementos rompen con la armonía de las edificaciones existentes y degradan la imagen urbana. Por otro lado, lo que también muestran los resultados es que constantemente se visualizan desechos en los lugares donde se implantan los comerciantes informales, y los olores que producen causan malestar a la población.

Otros resultados obtenidos provinieron directamente de los comerciantes informales quienes expresaron su punto de vista y apreciación según las preguntas realizadas, donde un buen número de encuestados fueron hombres esto no indica que las mujeres también son participe y en buen tamaño de las actividades comerciales. De acuerdo con el rango de edad de las personas que trabajan como comerciantes de manera informal, tenemos que son pocas las personas menores de edad y adultos mayores que se ven obligados a realizar estas actividades.

Existe una gran variedad de productos que se comercializan en las vías principales del centro de Sucre, donde la mayor parte se los encuentran en puestos fijos armados en las calles y otros en puestos ambulantes que recorren estas calles con el fin de llegar a mas personas.

De acuerdo con el análisis del sector y las encuestas realizadas constatamos que el problema se agudiza los fines de semana al ser ahí donde la mayor parte de comerciantes se asientan en las calles para ofrecer sus productos. Los mismos que pagan impuestos por utilizar el espacio público destino al tránsito de personas y vehículos, esto a ocasionado que los comerciantes informales se sientan seguros al trabajar en dichos espacios y no tener mayores problemas con las autoridades municipales.

En definitiva, ambas partes están de acuerdo con la implementación de un espacio destinado al comercio, donde se establezcan los comerciantes informales y salgan de la informalidad. Con el fin de mejorar la situación actual de la Parroquia.

12.4 Pronostico:

Sucre cuenta con un gran potencial comercial, una gran parte de la población del canton se dedica al comercio y toman a Sucre como punto referencial para realizar esta actividad, al ser esta la única Parroquia Urbana de 24 de Mayo. Este sector estudiado se encuentra desordenado y conflictivo que poco a poco se ha ido evidenciando en mayor medida, el deterioro del casco central va en aumento y con el tiempo se va llenado más y más de comerciantes informales que no tienen mayor impedimento para hacerlo, ya que no deben pagar más allá de 1,00 \$, para ocupar los espacios públicos.

A medida que va aumentando el número de personas que se establecen como comerciantes informales en las calles del centro de sucre se va dispersando más el uso inapropiado del espacio público y entre más personas estén bajo la informalidad en las calles más difícil se hace su reubicación.

Todo lo mencionado anteriormente provocaría que Sucre se convierta en un gran mercado, lleno de desorden con una imagen urbana degradada, no crecería como Ciudad, y su armonía se contemplaría como una utopía.

12.5 Comprobación de la idea planteada:

De acuerdo con los resultados obtenidos en el diagnóstico realizado con el trabajo de campo y las fichas de levantamiento de información dirigidas a la población de 24 de Mayo, se logró determinar que existe un mal uso del espacio público, donde el casco central de la Parroquia Sucre se encuentra desordenado y caótico, por ello se considera que lo más factible para el ordenamiento del territorio es la reubicación de los comerciantes informales a un equipamiento destinado a esta actividad específica, como lo sería una Plaza Comercial, con las condiciones básicas para el servicio a la población, con locales y espacios que cumplan

con dimensiones adecuadas al tipo de producto que se ofrece, sin dejar de lado el ámbito del esparcimiento y la correcta circulación de los usuarios, con las diferentes áreas y espacios necesarias para brindar confort tanto a usuarios como a comerciantes.

Tabla No. 19. Cuadro comparativo.

Variable independiente	Indicadores	Análisis referencial	Conclusiones.
Desorden urbano debido al comercio informal que afecta a la habitabilidad y el paisaje urbana del centro de Sucre del cantón 24 de Mayo.	Deficiente gestión y control de riesgos: <ul style="list-style-type: none"> - Comerciantes informales. - Uso/Apropiación del espacio público. - Usuarios / clientes. - Seguridad del Gad 	Actualmente Sucre se encuentra desordenado y caótico debido a la actividad comercial que se da en las principales calles del centro, donde son mal usados los espacios públicos que se convierten puntos estratégicos en para vendedores que están bajo la informalidad, lo que produce un malestar en las personas que transitan por estas calles, y que por la falta de control de parte del GAD se evidencia cada vez más esta problemática.	Se hace urgente la intervención urbana del Sector estudiado. Y por medio de la implementación y construcción de una plaza comercial diseñada con los requerimientos básicos para que los comerciantes puedan ofrecer un mejor servicio y salgan de la informalidad. Lo que produciría un ordenamiento del territorio, donde los espacios públicos no se verán afectados e invadidos por comerciantes informales que con la implementación de la plaza comercial tendrán espacio suficiente para realizar sus actividades.
	Degradación de la imagen de la ciudad: <ul style="list-style-type: none"> - Visual - Acústica - Ambiental - Temperatura. 	Las actividades comerciales que se realizan en las principales calles del Centro de Sucre y que son de manera informal, producen contaminación en todos los sentidos, las barreras visuales que producen los puestos informales rompen con la armonía de las edificaciones existentes, el ruido es notorio y típico de una ciudad caótica que incomoda a la población. Los comerciantes informales se ven expuestos ante las inclemencias del clima al tener puestos improvisados que o cumplen con las características básicas y adecuadas para brindar un buen servicio.	

Autor: Elaborado por tesista.

13 CAPITULO 3.- Propuesta.

13.1 Descripción y conceptualización de la propuesta arquitectónica/urbana

El cantón 24 de mayo posee una imagen urbana poco favorable debido a la existencia del comercio informal que ha crecido de manera desmesurada, teniendo como resultado la creación de una imagen ambiental negativa, ya que debido al comercio se ven afectados bordes, sendas e incluso hitos.

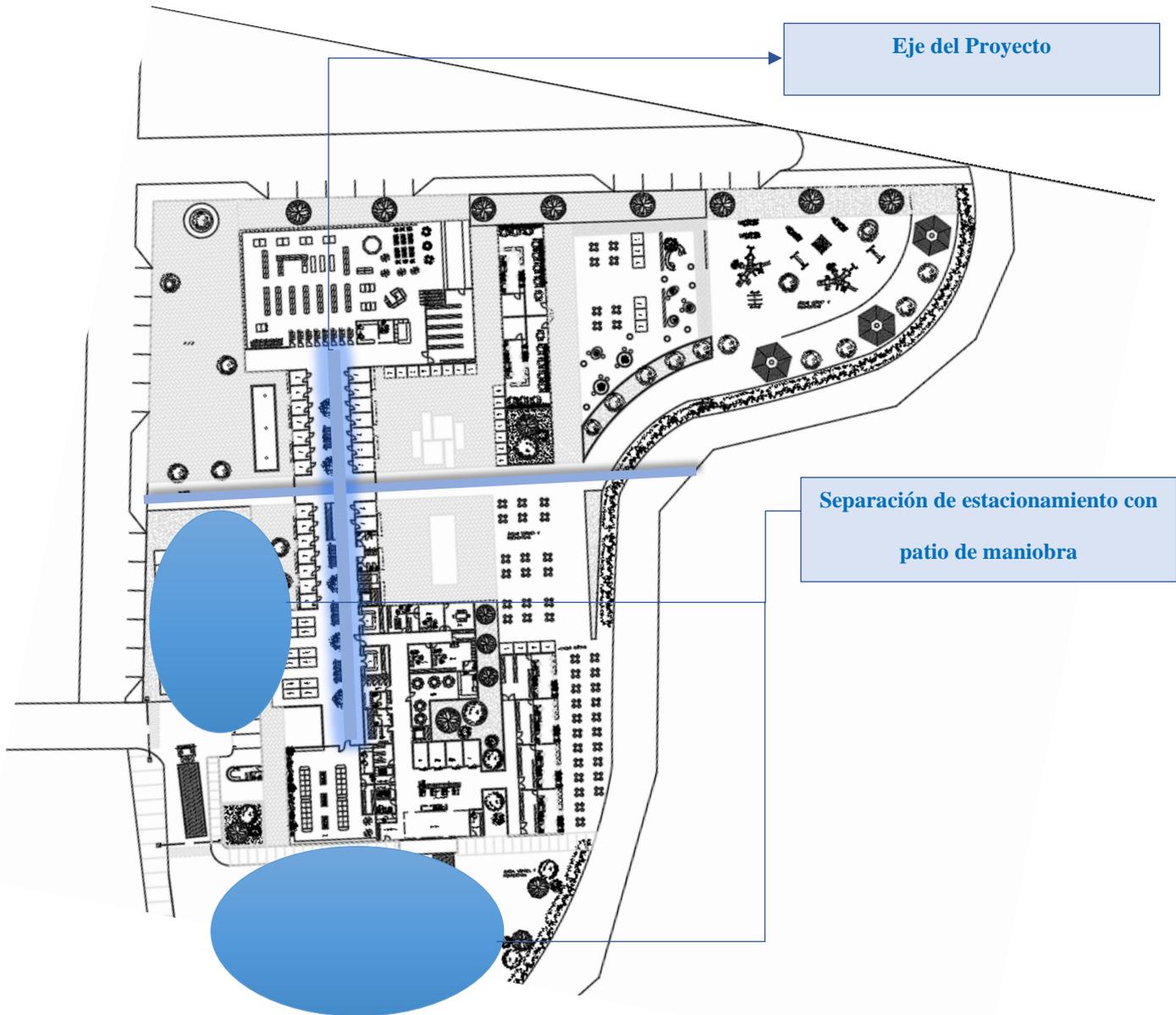
Por esta razón para dar solución a la informalidad comercial se plantea un proyecto que acoja a los comerciantes informales minoristas para que dentro una infraestructura que tenga las condiciones adecuadas, pueda desarrollar estrategias comerciales, como mercadeo o mercadotecnia, que genere dinamismo económico e igualdad de oportunidades en venta, obteniendo como beneficio general el desarrollo económico, el orden y la funcionalidad de un espacio en beneficio de usuarios y comerciantes.

El potencial libre idóneo a implantar el proyecto es un terreno ubicado a la rivera de un río, se realiza de esta manera como plan en beneficio el área económica vinculando el turismo con la recreación, usando este centro como una arquitectura que implementa dentro de sí mismo los cinco elementos de Kevin Lynch.

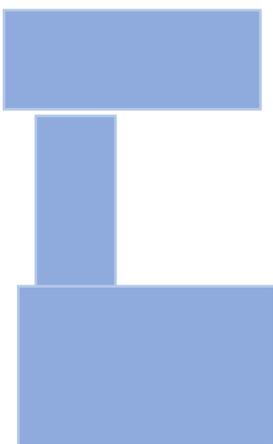
Las relación espacial-funcional entre comercio, y recreación hacen que la organización de la forma se conjugue de manera idónea, planteando una forma alargada con circulación transversal cuyo propósito es crear un efecto de transición, conexión, delimitación y distribución hacia ambientes mediante la organización lineal de las áreas contempladas dentro del plan de necesidades para el mercado.

13.2 Imagen conceptual de la propuesta.

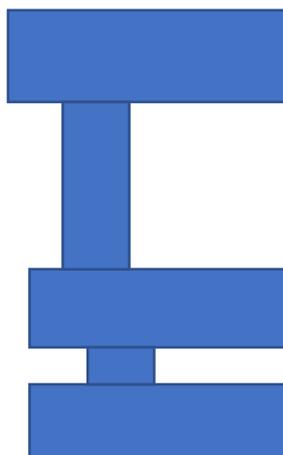
FIGURA No. 14.



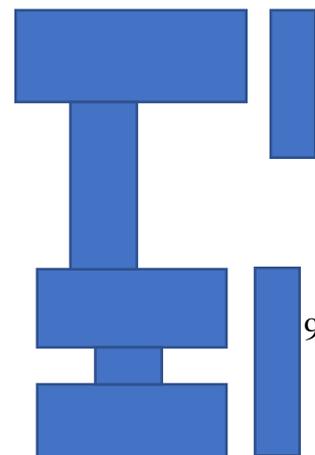
Configuración 1



Configuración 2



Configuración 3



13.3 Objetivos de la propuesta

- ✓ Dotar de un espacio organizado y funcional a los comerciantes y beneficiarlos mediante un proyecto arquitectónico que les permita trascender a la formalidad.
- ✓ Satisfacer las necesidades de los comerciantes tomando en cuenta sus requerimientos para lograr proyectar un espacio de calidad
- ✓ Implantar el proyecto en un área factible para la mejora de la actividad comercial

13.3.1 Capacidad de la propuesta urbano arquitectónica

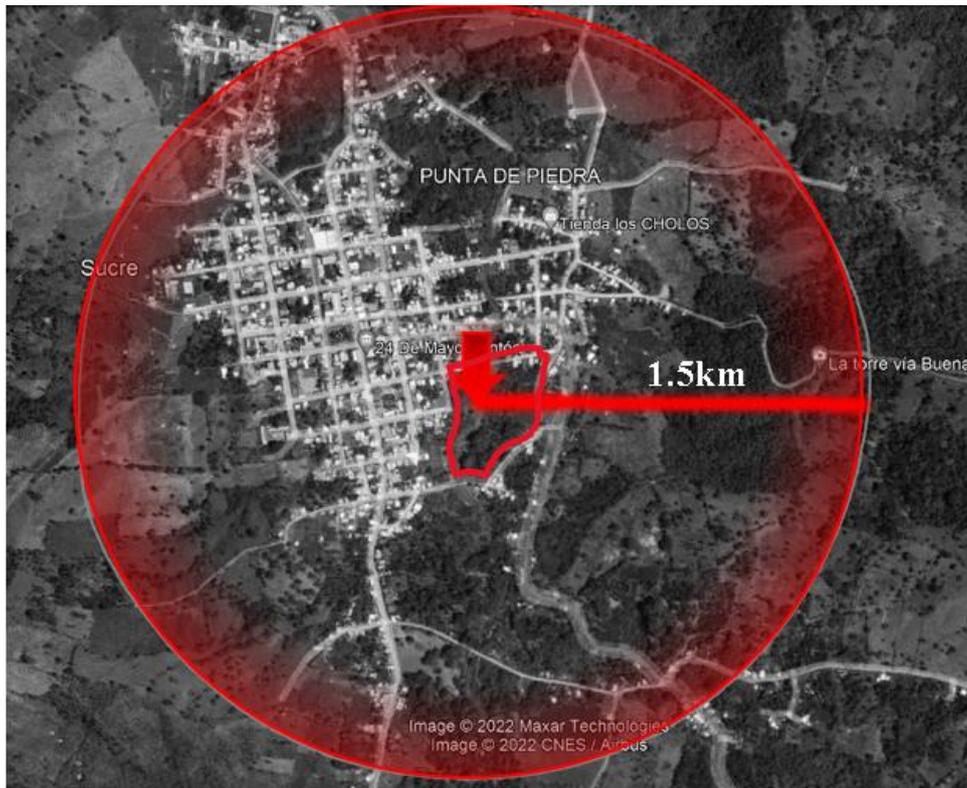
Al ser una propuesta urbano- arquitectónica y al mismo tiempo equipamiento de tipo comercial los beneficiados son los usuarios en general, esto corresponde a una cantidad de 13.787 personas, pertenecientes a los habitantes del cantón según datos de INEC, (2010 – 2020), no obstante, cabe destacar que la proyección de comerciantes informales a beneficiar dentro del proyecto para la transición a la formalidad son aproximadamente 100 comerciantes minoristas y un porcentaje de comercios mayoristas con mercaderías diferentes a artículos de primera necesidad.

Tabla No. 20. Características del Proyecto.

Características del Proyecto.	
Tipología	Plaza Comercial.
Radio de Influencia	1.5 km
Capacidad Comercial Minorista	100 locales Minoristas
Capacidad Comercial Mayorista	4 locales comerciales Mayoristas

Fuente: Investigación Bibliográfica.
Autor: Elaborado por tesista.

FIGURA No. 15. Radio de influencia de la propuesta.



Fuente: Investigación Bibliográfica.
Autor: Elaborado por tesista.

13.4 Análisis de Sitio

13.4.1 Condiciones físico ambientales del terreno

➤ Asoleamiento

El análisis de asoleamiento presentado nos indica la incidencia del sol en las fachadas principales del lugar, por lo cual se tiene que el sol de la mañana da en las áreas recreativas como en las plazas propuestas, mientras el sol oponente incide en la plaza de acceso principal, lo cual no influye en el uso debido a que como solución se crea microclima con la vegetación ubicada en la implantación y se le da un giro a la implantación.

FIGURA No. 16. Asolamiento.



Fuente: Investigación Bibliográfica.
Autor: Elaborado por tesista.

➤ **Vientos**

Los vientos más fuertes vienen desde el lado sur, desde donde está ubicado el rio 24 de mayo, por lo tanto, para aprovechar el viento junto con la vista que ofrece el lugar se ubicó una barrera vegetal de frente colocando en la implantación del lado sur plazas, comedores y áreas recreativas que produzcan sensación de confort por el microclima que genera y ofrece el lugar.

FIGURA No. 17. Vientos



Fuente: Investigación Bibliográfica.
Autor: Elaborado por tesista.

➤ **Ruido**

Al encontrarse intersecado por dos calles se identifican los sonidos más fuertes del lado de las mimas debido al tránsito que generan, por otro lado, los ruidos menos intensos provienen desde el lado sureste, derivados de dos vías una de las más importantes es la Vía Sucre Noboa. Al ser un ruido débil no influye en o molesta al usuario.

FIGURA No. 18. Ruido.



Fuente: Investigación Bibliográfica.

Autor: Elaborado por tesista.

➤ **Accesibilidad**

La calle denominada en el gráfico como calle 1 influye en toda la fachada lateral derecha del edificio, en áreas recreativas y sociales como juegos de niños o comedores, esta vía se encontrará activa para el aparcamiento de estacionamientos de motos y mototaxis, mientras que la calle 2 se encuentra frente a la fachada principal del proyecto, esta tendrá al mismo tiempo el ingreso hacia el estacionamiento y para el abastecimiento del mercado. Ambas calles poseen una afluencia vehicular menor, por lo cual esto nos permitió determinar soluciones positivas para el diseño a implantar.

FIGURA No. 19. Accesibilidad.



Fuente: Investigación Bibliográfica.

Autor: Elaborado por tesista.

Análisis Socioeconómico

Bajo el lente socioeconómico del Cantón 24 de mayo a nivel productivo por factor pandemia registro carencias y desempleo, contexto que ha dado paso al crecimiento de comercio no formal.

Las principales actividades económicas que se desempeñan dentro de la zona estudiada son el transporte, almacenamiento, así como la agricultura, ganadería, silvicultura y pesca. Según un estudio realizado por la Universidad de las Américas (UDLA) en un análisis financiero que considera la población económica activa y las actividades que desempeña la

población, se determina que el 91,5% de la población urbana se encuentra en una situación socioeconómica media baja, misma situación que no cambia para las parroquias rurales como Noboa, Bellavista y Sixto Duran esto se les atribuye a las necesidades básicas insatisfechas dentro de las parroquias y por ende del Cantón.

13.5 Normativas y Ordenanzas

13.5.1 Normativas de arquitectura y urbanismo

Sección Cuarta: Edificios de comercios

Art.219 Alcance

Los edificios destinados a comercios y a centros comerciales, los locales comerciales que formen parte de edificios de uso mixto cumplirán con las disposiciones contenidas en esta Sección, a más de las pertinentes de la presente Normativa.

Art.220 Circulaciones interiores y galerías

Para los edificios de comercios se considerarán las disposiciones del Capítulo III, Sección Tercera de la presente Normativa. En centros comerciales, se entenderá por galería el espacio interior destinado a la circulación del público, con locales comerciales a uno o a ambos lados.

Art.221 Dimensiones de puertas

Se adoptarán las siguientes dimensiones para puertas de comercio:

Altura mínima: 2.05 m.

Anchos mínimos:

a) Acceso a comercios individuales: 0.90 m.

b) Comunicación entre ambientes de comercio: 0.90 m.

c) Baños: 0.80 m. y 0.90 m. para minusválidos, según norma NTE INEN 2309:2000.

Art.223 Ventilación en edificaciones comerciales

La ventilación de locales habitables de carácter comercial, como tiendas, almacenes, garajes, talleres, etc. podrá efectuarse por las vías públicas o particulares, pasajes y patios, o bien por ventilación cenital por la cual deberá circular libremente el aire sin perjudicar recintos colindantes. El área mínima de estas aberturas será el 8% de la superficie útil de planta del local.

Los locales comerciales que tengan acceso por galerías comerciales cubiertas y que no dispongan de ventilación directa al exterior, deberán ventilarse por ductos, o por medios mecánicos, cumpliendo con lo establecido en los artículos 69, 71, 72 y 79 de esta Normativa.

Los locales que por su actividad comercial produzcan emisiones de procesos (gases, vapores, olores ofensivos característicos), emisiones gaseosas de combustión no podrán ventilar directamente hacia la vía pública por medio de puertas o ventanas.

Art.224 Ventilación por medio de ductos

Las piezas de baño, cocinetas y otras dependencias similares en edificios comerciales podrán ventilarse mediante ductos. En alturas menores a 9 m. los ductos tendrán un área no menor a 0.04 m²., con un lado mínimo de 0.20 m.

Art.225 Ventilación mecánica

Siempre que no se pueda obtener un nivel satisfactorio de aire en cuanto a cantidad, calidad y control con ventilación natural, se usará ventilación mecánica.

Los sistemas de ventilación mecánica deberán ser instalados de tal forma que no afecten la tranquilidad de los moradores del área donde se va a ubicar, especialmente por la generación de elevados niveles de presión sonora y vibración.

Art.226 Locales de comercio de productos alimenticios

Los locales que se construyan o habiliten para comercio de productos alimenticios, a más de cumplir con las normas de la presente sección y otras pertinentes de la Normativa, se sujetarán a los siguientes requisitos:

- a) Serán independientes de todo local destinado a la habitación.
- b) Los muros y pavimentos serán lisos, impermeables y lavables.
- c) Los vanos de ventilación de locales donde se almacenen productos alimenticios estarán dotados de mallas o rejillas de metal que aíslen tales productos de insectos, roedores y otros elementos nocivos.
- d) Tendrán provisión de agua potable y al menos un fregadero. Dispondrá de un vestidor y batería sanitaria para hombres y otra para mujeres de uso exclusivo de los empleados, compuesta por un inodoro, un lavabo y una ducha. Cada local dispondrá de un medio baño para el público.

Art.227 Servicios colectivos. Se cumplirá con lo estipulado en el Art. 165 de la Sección Primera de este Capítulo, para lo que se relacionará el área útil de construcción de comercios, a razón de un departamento por cada 50 m². de comercios o fracción mayor de 25m².

Art.228 Servicios sanitarios en comercios

Para la dotación de servicios sanitarios en comercios se considerará la siguiente relación:

Medio baño por cada 50 m². de área útil de local comercial y uno adicional por cada 500 m². De local o fracción mayor al 50%. En centros comerciales para locales menores a 50 m²., se exigirá un medio baño para hombre y uno para mujeres por cada 10 locales.

En toda batería sanitaria se considerará un baño para personas con discapacidad y movilidad reducida, según lo especificado en el literal b) del Art. 68 de este libro.

Art.229 Cristales y espejos

- a) En comercios los cristales y espejos de gran magnitud cuyo extremo inferior esté a menos de 0.50 m. del piso, colocado en lugares a los que tenga acceso el público, deberán señalarse o protegerse adecuadamente para evitar accidentes.
- b) No podrán colocarse espejos que por sus dimensiones o ubicación puedan causar confusión en cuanto a la forma o tamaño de vestíbulos o circulaciones.

Art.230 Servicio médico de emergencia.

Todo comercio con área útil de más de 1.000 m². deberá tener un local destinado a servicio médico de emergencia dotado del equipo e instrumental necesarios para primeros auxilios con un área mínima de 36 m².

Art.231 Estacionamientos en comercios

El número de puestos de estacionamiento por área útil de comercios se calculará de acuerdo a lo especificado en el Cuadro No. 3 de Requerimientos Mínimos de Estacionamientos por usos del Régimen Metropolitano del Suelo. Cumplirán, además, con las disposiciones establecidas en el Capítulo IV, Sección Décima Cuarta referida a Estacionamientos de la presente Normativa.

Art.376 Clasificación de estacionamientos según tipo de vehículos

Todo espacio destinado para estacionamiento debe disponer de una reserva permanente de lugares destinados para vehículos que transporten o pertenezcan a personas discapacitadas o con movilidad reducida a razón de una plaza por cada 25 lugares o fracción.

Los lugares destinados a estacionamientos para personas con discapacidad y movilidad reducida, deben ubicarse lo más próximo posible a los accesos de los espacios o edificios servidos por los mismos, preferentemente al mismo nivel de estos.

Art.380 Entradas y salidas

Los estacionamientos deberán cumplir con las siguientes condiciones:

- a) Zona de transición: Todas las edificaciones que por su ubicación no estén afectadas por retiros frontales a la vía pública o pasajes, deberán prever a la entrada y salida de vehículos, una zona de transición horizontal no menor a 3,00 m. de longitud, medidos desde la línea de fábrica, con una pendiente no mayor al 10%.
- b) Número de carriles: Los carriles para entrada o salida de vehículos serán 2 cuando el estacionamiento albergue a más de 40 puestos.
- c) Ancho mínimo de carriles: Cada carril deberá tener un ancho mínimo útil de 2.50 m., perfectamente señalizado.

13.6 Visión Antropológica

En el Cantón 24 de mayo ha tenido un crecimiento que evidencia una trama urbana formada a partir de elementos naturales existentes, una de las principales actividades económicas es la agricultura y la comercialización de los productos a través de sus ejes viales, las relaciones económicas y comerciales se dan desde al campo a la ciudad por vía

terrestre, utilizando los ejes viales para la comercialización de la producción agrícola , dicha producción se efectúa en forma particular con comerciantes locales, por características del producto y la venta como la calidad y el costo de transporte.

Esta comercialización puede considerarse comercio informal, mismas que se evidencian en ferias dominicales realizadas por costumbre en lugares no definidos; como plazas, que no tienen suficiente espacio lo cual hace que ocupen incluso las calles, razón por la que el proyecto tiene el enfoque de organizar dichos comerciantes para que realicen un proceso de transformación hacia la formalidad en una infraestructura que contemple estos aspectos entre otras necesidades para que la programación considere estos semblantes, y ofrezca la oportunidad de disfrute de un mercado organizado con eje peatonal que este contenido de una plazas o varias en las que se puedan llevar a cabo las ferias dominicales antes mencionadas, permitiendo brindar a través del comercio una mejor experiencia al usuario y comerciantes.

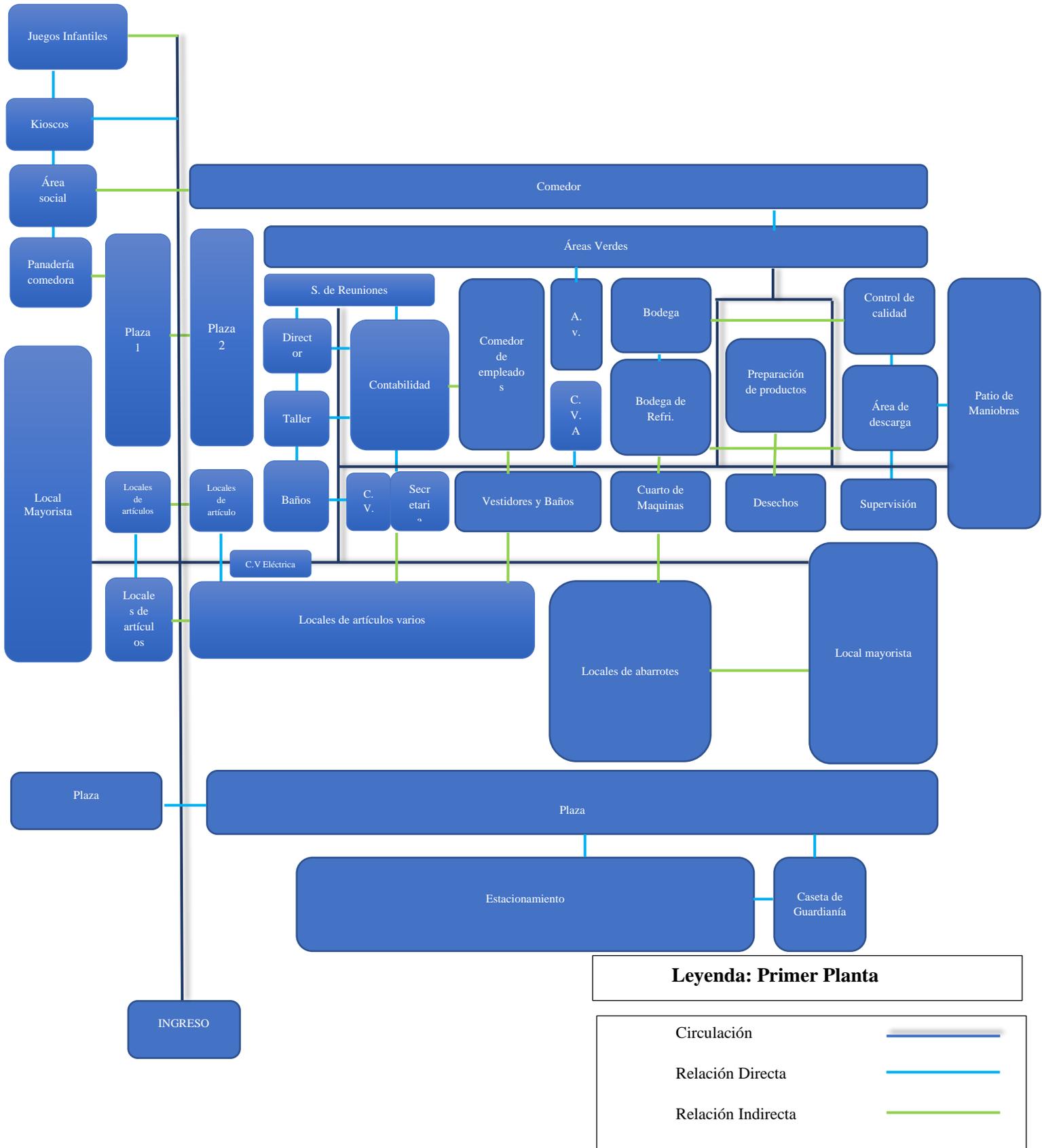
13.7 Programa de necesidades

Zona	subzona	Ambiente	
Administración	Administración general	Gerencia	
		Oficina	
		Sala de reuniones	
		S.S.H.H	
		Secretaría	
	Oficina		
	Sub-Administración		Administración
			Oficina
			SS. HH:
			Secretaría- espera
Informes			
Archivo central			
Sala de espera			
Tesorería			
Oficina			
archivo			
Comercio	Centro comercial	Contabilidad	
		Oficina	
		Archivo	
		Zona de consumibles de conserva	
		lácteos	
		abarrotes	
		embutidos	
		Licores y bebidas	
		Golosinas	
		Zona seca de artículos	
Artículos de limpieza para el hogar			
Artículos de limpieza personal			
Artículos y accesorios de veterinario			
juguetes			
Librería y revista			
Zona de panadería			
Atención y caja			
Exhibicionista			
Preparación de pan			
Cámara de reposo			
Deposito			
Hornos y mesas			
Zona de pastelería			
Atención y caja			
Exhibicionista			
Preparación de pasteles			
Cámara de reposo			
Deposito			
Hornos y mesas			
Zona de heladería			
Atención y caja			
frigorífico			
Exhibición			
Deposito			
Zonas de tiendas comerciales			
Tiendas comerciales			
Caja			
Probadores			
Deposito			

		Tiendas de ventas	
Servicios complementarios	Zonas de atención	Cajero	
		Carrito de compras	
		Recepción y encargos de paquetes	
	Zonas de servicios	Deposito	
		Limpieza	
		Oficina de seguridad y monitoreo	
		Baterías de baños para damas	
		Baterías de baños para hombres	
		Sala de espera	
	Agencias bancarias	Atención	
		Administración	
		Anteboveda	
		Bóveda	
		Hall	
		Deposito	
		Antesala	
		Cajero automático	
		Patio de comidas	Stands de venta
			Patio de comidas
Exposición	terrazza		
	Deposito		
	Módulos de exposición		
Servicios	Cuarto de limpieza		
	Deposito		
	limpieza		
	Baños		
	Plazoleta		
Zonas de recreación y descanso	Recreación pasiva	Caminerías	
		Baños	
Zonas de servicios generales	Sub zonas	Caseta de vigilancia	
		SS. HH	
		Oficinas del personal	
		Patio de maniobras	
		Plataforma de carga y descarga	
		Cuarto de maquinas	
		Deposito	
		Deposito general	
		Cuarto de bombas	
		Taller de reparación y mantenimiento	
		Mantenimiento y limpieza	
		Control de calidad	
		Laboratorio	
		Baños	
		Vestidores	
		Estacionamiento	

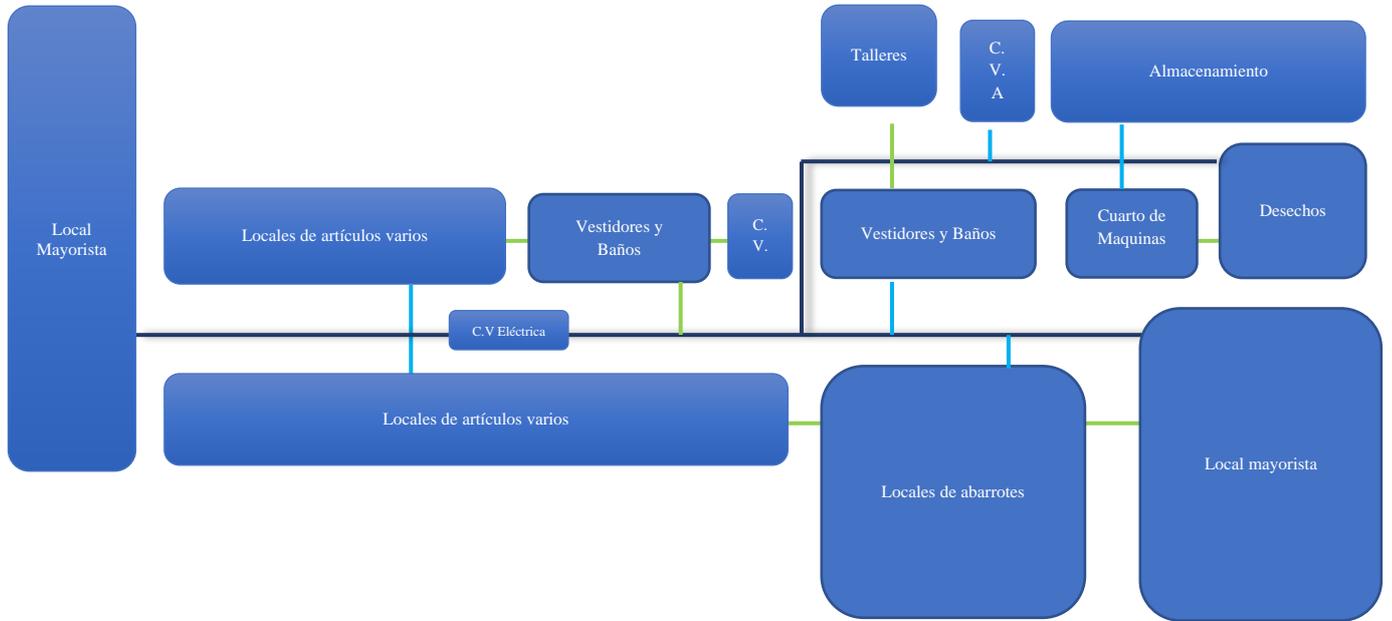
13.8 Cuadros Axiomáticos de diagramación y programación

13.8.1 Diagrama de Relaciones Funcionales de Planta Baja.



13.8.2 Diagrama de Relaciones Funcionales de Planta Alta.

Gráfico No. 19. Diagrama funcional.



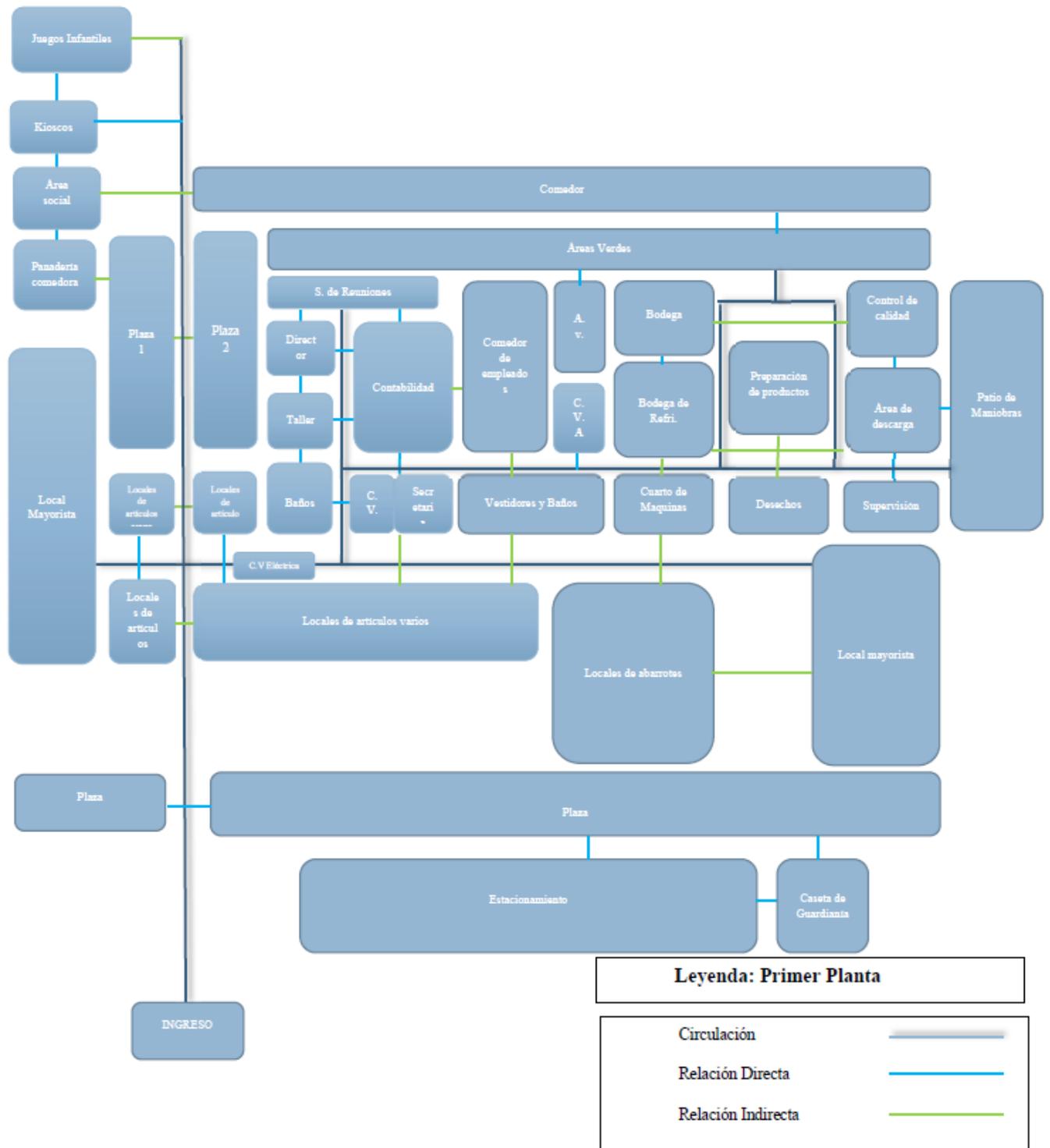
Leyenda: Segunda Planta

Circulación	
Relación Directa	
Relación Indirecta	

Autor: Elaborado por tesista.

13.9 Zonificación Planta Baja.

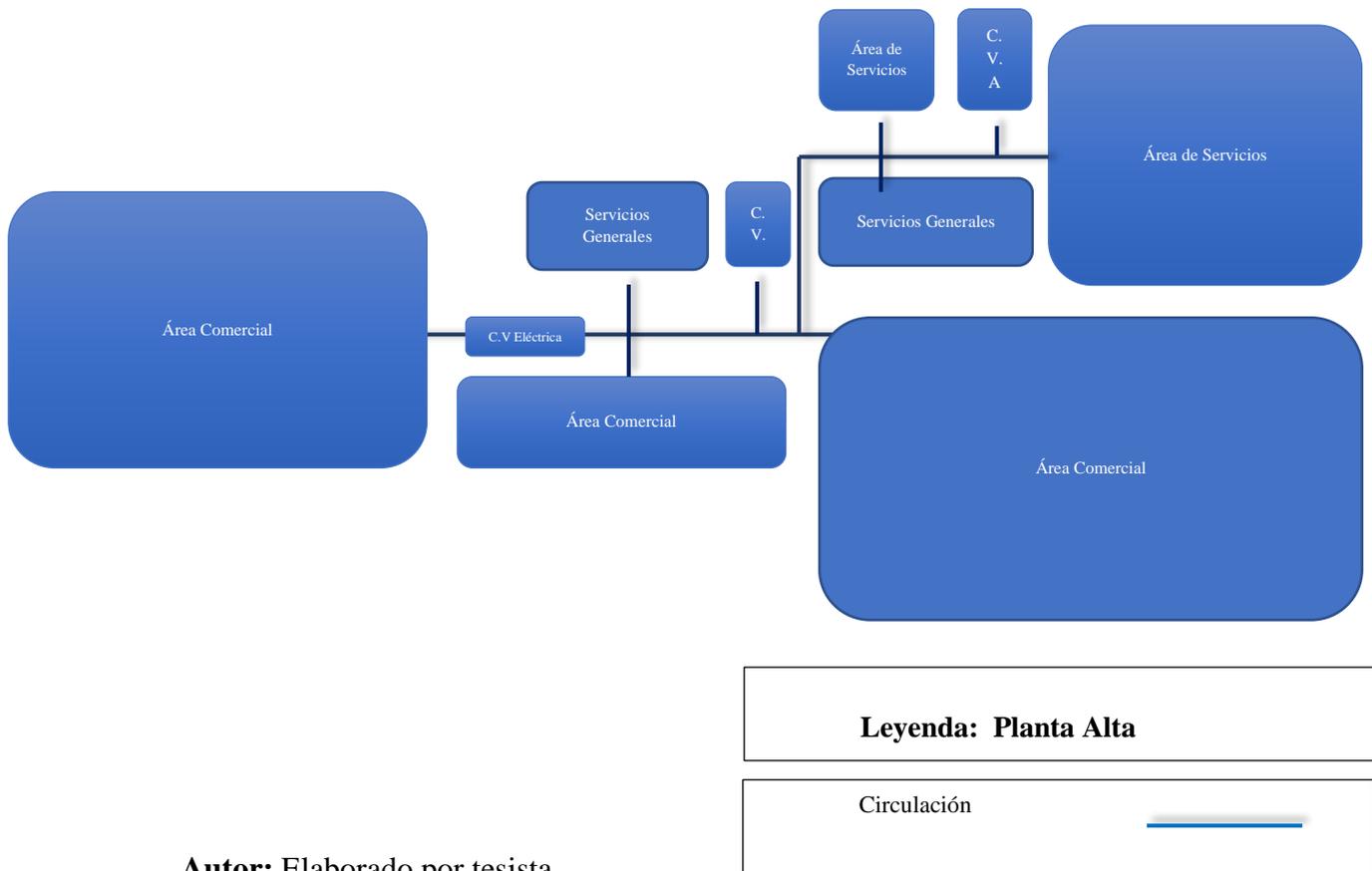
Gráfico No. 20. Zonificación Planta Baja.



Autor: Elaborado por tesista.

13.9.1 Zonificación Planta Alta.

Gráfico No. 21. Zonificación planta alta.



13.10 Criterios de operatividad de la propuesta

Los criterios operativos del proyecto propuesto en la presente tesis destacan el desarrollo ordenado de actividades de compra y venta, operando en beneficio de los comerciantes actualmente informales para que trasciendan a la formalidad, por medio de una arquitectura que toma en consideración criterios de ambientación y vínculo con el espacio público.

Orden de relaciones espaciales: La función de los mercados debe encontrarse enmarcado el rol de orden entre espacios con una clasificación según el producto o servicio que ofrezca, por otra parte, para obtener dicho orden aprovechando los volúmenes para realizar una unidad mediante un eje que sugiera un recorrido por los locales comerciales y por el exterior de la implantación.

Mercado como integrador del espacio público: Este ítem plantea el trabajo en conjunto entre tres aspectos como son, la continuidad, la unidad entre la calle y el edificio, y la relación con el contexto al mismo tiempo. Esto se explica cuando se denota la estrategia espacial que incorpora el mercado con la calle, manteniéndolo como un vínculo entre el espacio público evitando el aislamiento y la etiqueta de ser solo un edificio.

Espacios complementarios flexibles: Este punto se sujeta a cambios espaciales; el primero es la recepción de nuevos espacios como partes adicionales de un mercado, haciendo del edificio un lugar llamativo, y del comercio una actividad habitual cómoda, mientras el segundo trata de aplicar un criterio operativo flexible, mismo que considera darle un plus a los locales ubicados en la plaza exterior, con el fin de que los módulos de venta sean móviles, para permitir la reorganización, la flexibilidad y el dinamismo espacial.

13.11 Criterio Funcional

La propuesta tiene la intención funcional de poseer un orden dentro de la infraestructura de mercado y pretende el beneficio de las relaciones de compra y venta del lugar, en conjunto con la transición hacia la formalidad, por lo cual se determina que la principal actividad dentro de la infraestructura es el comercio; sin embargo se pretende una fusión equilibrada, aprovechando el espacio, con el criterio de ejes para flujo peatonal como vínculo entre áreas públicas y el mercado, esto significa que el proyecto tiene funciones secundarias debido a que contempla dentro de su programa áreas públicas como parques, plazas, en donde se consideran comedores y áreas para socializar o recrearse de manera pasiva; esta idea nace para complementar la infraestructura captando la atención, uso o afluencia del mercado con espacios que puedan funcionar en horarios nocturnos como diurnos.

FIGURA No. 20. Vista Frontal del Equipamiento y La Plaza Principal



Autor: Elaborado por tesista.

FIGURA No. 21. Vista de la Fachada Posterior y El espacio Público como elemento vinculante.



El proyecto plantea el aprovechar el terreno para incrementar el espacio público, dotando de un equipamiento extra a la población consiguiendo de esa forma favorecer la calidad de vida de los ciudadanos de 24 de mayo.

FIGURA No. 22. vista de Kioscos y Áreas Verdes.

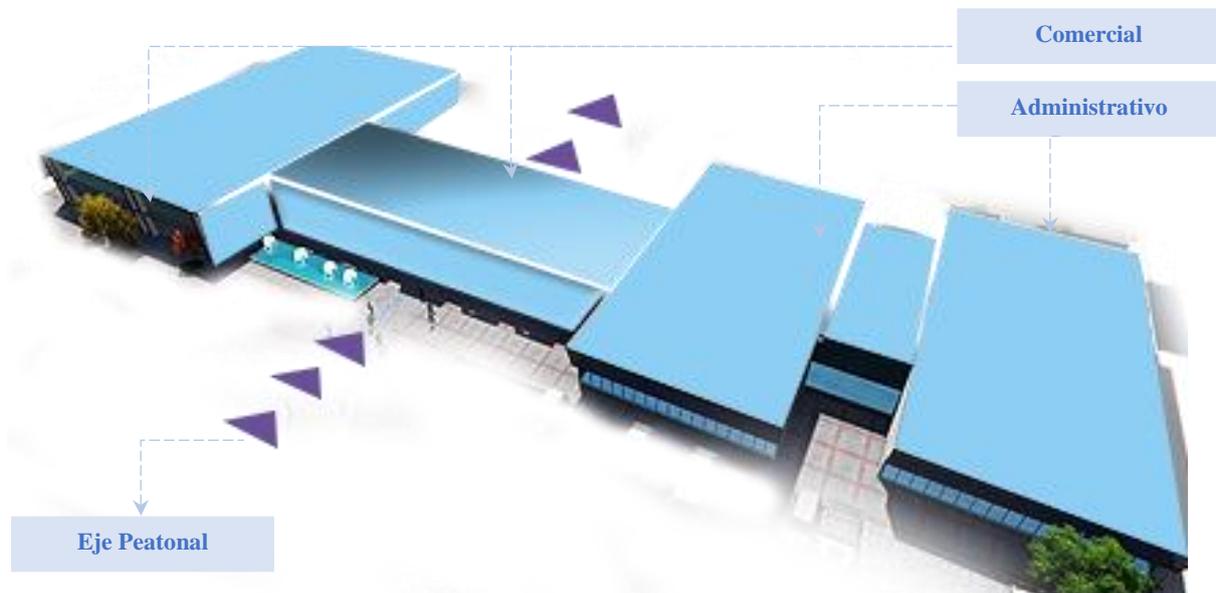


Autor: Elaborado por tesista.

13.12 Criterio Formal

En resumen, el criterio de forma se basa enteramente al aspecto funcional siguiendo la premisa de espacios abiertos complementarios con un funcionamiento correcto para el mercado. El proyecto tiene como objetivo referencial acoger al menos a 100 comerciantes; dicha inferencia es posible debido a la extensión del terreno, en el cual se planteó distribuir 5 volúmenes rectangulares dispuestos de manera horizontal y vertical, configurados de manera propicia para enlazar plazas y conformar una unidad, la cual permitirá el desarrollo de un híbrido entre comerciantes minoristas, así como mayoristas; teniendo la supremacía del mercado minorista.

FIGURA No. 23. Volúmenes y Eje Conector.



Autor: Elaborado por tesista.

FIGURA No. 24. Volumenes y Eje Conector.



Autor: Elaborado por tesista.

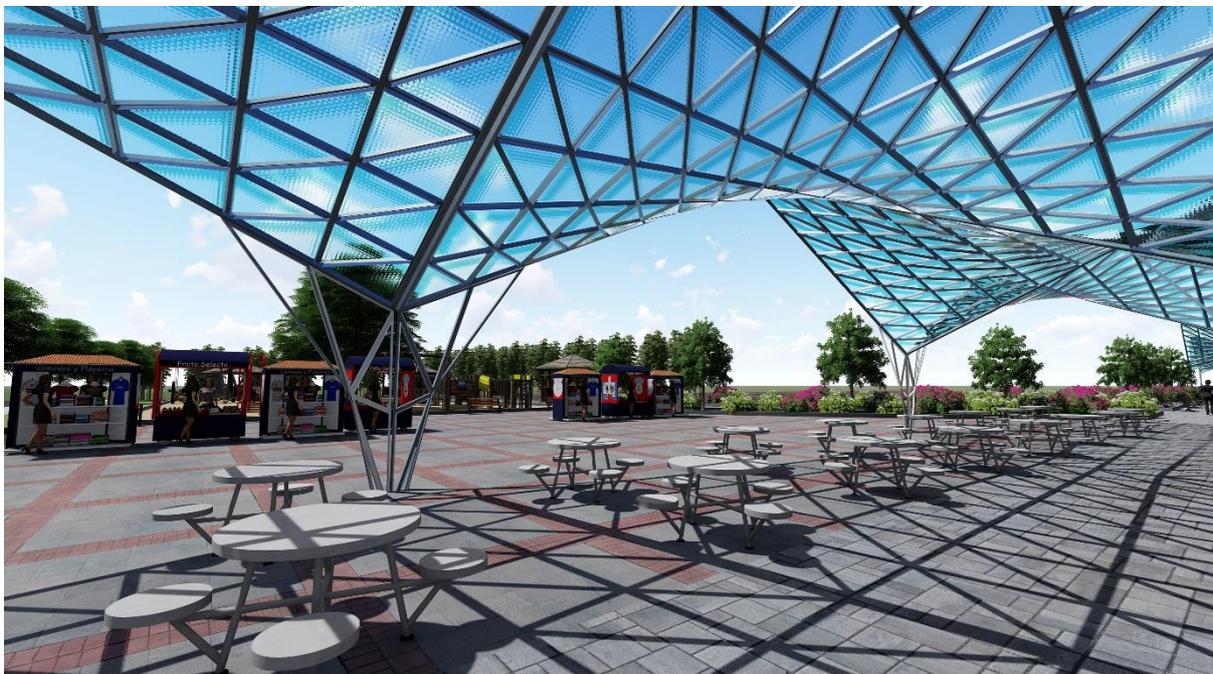
13.13 Criterio Estructural

Para realizar la estructura se emplea hormigón armado, con dos tipos de columna la primera con una dimensión de 0.45 m x 0.60 m y 0.40 x 0.35 las vigas son metálicas tipo I tienen un peralte de 0.75m; por otra parte, en cuanto a la altura de entrepiso se consideró dejar 5.00 metros de altura entre losas con un área útil de 4.50 m con losas de 0.15 m de espesor.

Para las cubiertas y su estructura se define ubicar metal con la finalidad de alivianar la estructura.

Por otra parte, se ubica una estructura en el área de comedores con hierro y materialidad de policarbonato.

FIGURA No. 25. Vista de Estructura ubicada en Comedores.



Autor: Elaborado por tesista.

13.14 Criterio Técnico

Para la construcción del mercado se tomó en consideración los siguientes ítems:

- Comerciantes minoristas en puntos estratégicos para no perjudicar a los mercados minoristas
- Plaza como antesala de mercado, para guardar una relación entre espacios
- Circulación elíptica para asegurar el recorrido de los usuarios por el mercado y garantizar una buena oportunidad de venta
- Colocación de parqueo de usuarios con patio de maniobras separados para evitar inconvenientes
- Ubicar áreas de servicios en una zona donde se disimule, para no interferir con el abastecimiento
- Ubicar un cerchado en áreas de almacenamiento con la finalidad de obtener luces mayores y que la parte estructural no interfiera en almacenamiento.

FIGURA No. 26. Separación entre estacionamiento y Patio de Maniobra.



Autor: Elaborado por tesista.

13.15 Criterio Ambiental

La propuesta dentro de los usos complementarios da lugar a espacios de recreación para favorecer el comercio, estos espacios tienen una ambientación confortable, existe la combinación entre lo construido y lo natural, se considera un aporte a la gestión ambiental por medio de la plantación de árboles y cañaverales para conformar un cinturón verde a riveras del río evitando la erosión del suelo.

FIGURA No. 27. Vista de barrera vegetal.



FIGURA No. 28. Vista de Arena Recreativa Ubicada en riveras del Rio 24 de Mayo.

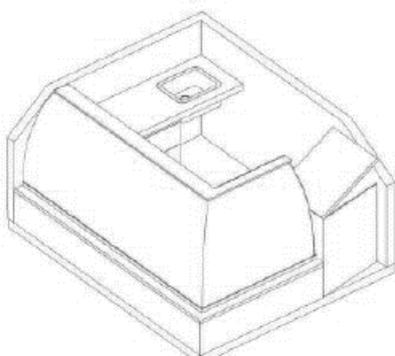


Autor: Elaborado por tesista.

13.16 Especificaciones Técnicas, tecnológicas y de equipamiento

13.16.1 Mobiliarios para venta de cárnicos.

FIGURA No. 29.

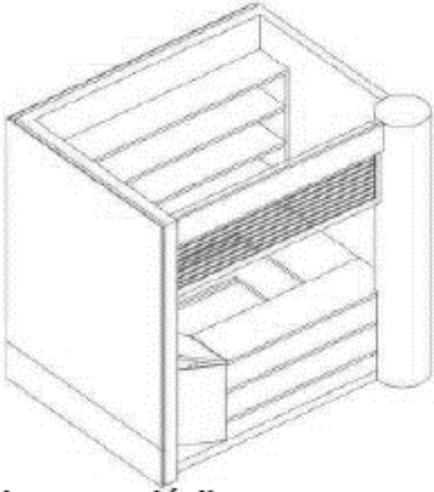


Autor: Elaborado por tesista.

Medidas	Mobiliario Para Cárnico
Ancho	3.00 m
Profundo	4.00 m
Alto de Mesón	0.90 m

13.16.2 Mobiliarios para venta de abarrotes

FIGURA No. 30.

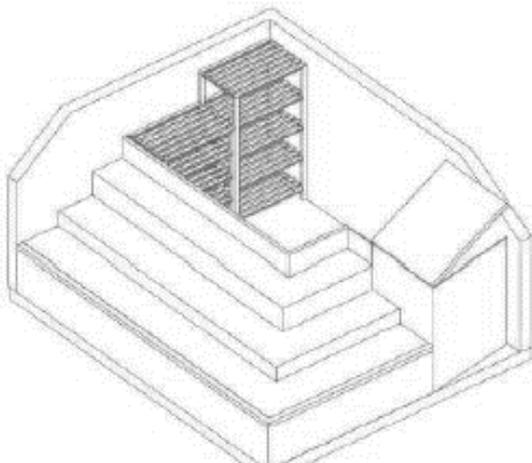


Autor: Elaborado por tesista.

Medidas	Mobiliario de Abarrotes
Ancho	3.00 m
Profundo	2.50 m
Alto de Mesón	0.90 m

13.16.3 Mobiliario para venta de Frutas y Hortalizas

FIGURA No. 31.

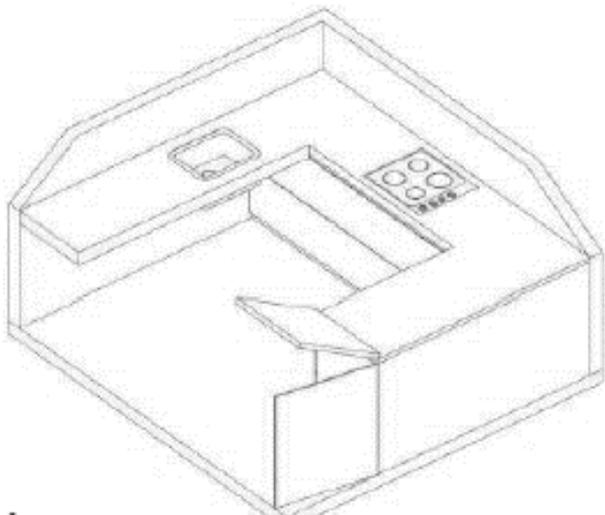


Autor: Elaborado por tesista.

Medidas	Mobiliario Para Frutas y Hortalizas
Ancho	3.00 m
Profundo	4.00 m
Alto de Mesón	0.90 m

13.16.4 Mobiliario para venta comidas

FIGURA No. 32.



Autor: Elaborado por tesista.

Medidas	Mobiliario Para Comidas
Ancho	3.80 m
Profundo	3.80 m
Alto de Mesón	0.90 m

13.17 Requerimiento de equipamiento

Tabla No. 21.

Equipamiento	
Requerimiento	Proyecto a implementar
<ol style="list-style-type: none"> 1. Mercado 2. Plazas 3. Parqueadero 4. Señalética 5. Juegos en parques 6. Alumbrado 7. Comedor 8. Senderos a rivera del rio 9. Mobiliario 10. Patio de maniobras 11. Rampas 12. Kioscos 13. Bancas y mobiliario urbano 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mercado minorista 2. Plaza para expo ferias 3. Recorrido recreacional

Autor: Elaborado por tesista.

13.18 Matriz de intervención, acción, estrategias.

Tabla No. 22. Matriz de intervención.

MATRIZ DE INTERVENCIÓN				
PLAN	PROGRAMAS	PROYECTOS	ESTRATEGIAS	ACCIONES
Intervención urbano-arquitectónica del espacio comercial en el cantón 24 de mayo	Intervención Arquitectónica: Creación y diseño de Mercado	Mercado de Mayu	Dinamizar y flexibilizar el espacio mediante la solución de la implantación y el diseño del mercado	Diseñar plazas que contengan módulos de venta móviles para configurar formas según convenga haciendo flexibles los espacios para eventos como ferias dominicales.
			Fomentar el orden al realizar actividades de intercambio de bienes mediante una buena relación entre espacios	Diseñar un orden de relaciones espaciales que estén acorde a las actividades mercantiles
	Intervención Urbana: Creación de espacios públicos como vinculo Contextual		Incrementar espacios públicos para favorecer las relaciones inter personales	Aprovechar la implantación del proyecto para incrementar el espacio público creando espacios de recreación flexibles y dinámicos.
			Mejorar la Imagen Urbana de la Parroquia	Diseñar espacios públicos y ejes peatonales que incorporen el mercado con el espacio público y la calles con el objetivo de dar continuidad, unidad con el entorno urbano.

Autor: Elaborado por tesista.

13.19 Criterios de prefactibilidad técnica, financiera y legal

Plan de Gestión: El parque nace como plan de Recuperación Urbano arquitectónica que procura la comercialización ordenada y la mitigación de comercio informal, además de complementarse con espacios públicos para fortalecer el vínculo entre funciones.

Socialmente el equipamiento interviene de manera directa en el cambio en beneficio al bienestar de los pobladores al permitir fortificar las relaciones entre la sociedad.

Mientras a nivel estratégico comercial, pretende la realización de un mercado que ambiciona la satisfacción del cliente durante la experiencia de compra y venta, por medio de este mercado se pretende una competencia de globalizada, justa, estrategia espacial entre vendedores.

Prefactibilidad de la Propuesta: El proyecto se considera factible por los beneficios que promete para la población y para los comerciantes. Por otro lado, para la construcción de este proyecto se aplica un artículo del Código Orgánico de Organización Territorial Autonomía y Descentralización el cual sugiere como actuar ante la ocupación de un terreno en donde ya está implantada una construcción, al ser estas construcciones de tipo residenciales se pretende la compra del terreno por parte del GAD o una Institución Privada, y la devolución en reemplazo de otro terreno con las mismas medidas y diferente establecimiento. Esto con el objetivo de dar solución para poder construir espacios públicos en beneficio a la ciudadanía.

Si bien es cierto el proyecto tiene una magnitud extensa, por cual necesitara de inversiones públicas o privadas, así como la intervención de entidades como:

- Organizaciones Gubernamentales
- Organizaciones no Gubernamentales

Beneficios del Proyecto:

- Generar plazas de trabajo comerciales.
- Incremento de espacios públicos y por ende mejora de calidad y de imagen urbana.
- Fortalecer las relaciones interpersonales, el hábitat y buen vivir ciudadano.
- Brindar un equipamiento de calidad.

14 Conclusiones

1. El mercado al ser un equipamiento que permite el expendio e intercambio de bienes o servicios, ayuda a incrementar la economía, mejorar la imagen urbana siempre y cuando la distribución-asociación entre espacios sea enteramente funcional y estratégica.
2. El cantón 24 de mayo no presenta un mercado que se relacione de manera positiva con su entorno, o lo que es necesario diseñar un mercado amigable con el contexto o entorno urbano en el que va a ser implantado.
3. Es importante que los diseños de los mercados cuenten con actividades complementarias por tal razón se realizó la idea de complementar el mercado con un área recreativa y de esparcimiento para evitar la inactividad de los mercados en determinadas horas y asegurar una buena afluencia de usuarios.

15 Recomendaciones

1. Se recomienda tener un control estricto sobre los mercados por parte de autoridades de municipio en conjunto con las autoridades administrativas para no permitir ventas cercanas de la infraestructura en caso de implantarse, para evitar un posible desbordamiento.
2. Se sugiere además tomar en cuenta criterios de flexibilidad, complementariedad espacial al diseñar mercados para lograr una buena imagen además de una excelente solución para la implantación de futuros proyectos.
3. Se considera necesaria la formación de comisiones entre comerciantes para fortalecer la fraternidad entre trabajadores y lograr un ambiente agradable.

16 Referencias Bibliográficas

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC, 2010 – 2020).

Asamblea constituyente. (2008). <https://educacion.gob.ec/>. Obtenido de <https://educacion.gob.ec/wpcontent/uploads/downloads/2012/08/Constitucion.pdf>

Auyón, R. (Febrero de 2016). <http://glifos.unis.edu.gt/>. Obtenido de <http://glifos.unis.edu.gt/digital/tesis/2016/49847.pdf>

Ávila, S. G. (2019). <http://repositorio.ug.edu.ec>. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/44591>

Bracamonte, E. (AGOSTO de 2006). <http://biblioteca.usac.edu.gt/>. Obtenido de http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/02/02_1554.pdf

Constitución de la República del Ecuador. (2008). <https://educacion.gob.ec/>. Obtenido de <https://educacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/08/Constitucion.pdf>

COOTAD. (2021). Obtenido de https://www.oas.org:https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_org.pdf

Coronado, M. (16 de Diciembre de 2010). <http://apuntesdearquitecturadigital.blogspot.com/>.

Apuntes, revista digital de Arquitectura, 1. Obtenido de <http://apuntesdearquitecturadigital.blogspot.com/2010/12/plazas-de-mercado-unatradicion.html>

Española, R. A. (2020). <https://dle.rae.es/>. Obtenido de <https://dle.rae.es/abasto>

FIAMARCESTUDIO. (2019). <https://www.fiamarcestudio.com/>. Obtenido de <https://www.fiamarcestudio.com/urbanismo-y-planificaci%C3%B3n-urbana/conce>

GAD Municipal Guayaquil. (2000). <https://docplayer.es/>. Obtenido de <https://docplayer.es/137342780-04-03-2000-el-m-i-concejo-cantonal-de-guayaquilconsiderando.html>

Gonzalez, M. (2002). <https://www.gestiopolis.com>. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/concepto-mercado-tipos>

Hallon, J. (2015). <http://repositorio.ug.edu.ec/>. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/9415/1/MEGA%20MERCADO%20DE%20ABASTOS%20%20INVESTIGACION%20Y%20PROGRAMACION.pdf>

INEC. (2010). www.ecuadorencifras.gob.ec. Recuperado el 29 de 11 de 2021, de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>

INEC. (2017). <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/>. Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/webinec/EMPLEO/2018/Marzo-2018/032018_Presentacion_M_Laboral.pdf

17 Anexos

Proyecto, imágenes, encuestas:

Anexo A. Juego de Plano, Ver láminas de presentación.

Anexo B. Encuesta Realizada:

INSTRUMENTO: ENCUESTA DESTINADO AL USUARIO
“INTERVENCIÓN URBANO-ARQUITECTÓNICA DE LOS ESPACIOS DEL
COMERCIO INFORMAL EN EL CENTRO DE SUCRE DEL CANTÓN 24 DE
MAYO”

Tesista: John Steeven Velez Ponce.

Objetivo: Proponer el diseño de una plaza comercial mediante el estudio de campo y teórico para la reubicación de los comerciantes informales que permita el mejoramiento del paisaje urbano y su habitabilidad, en el casco central de la parroquia sucre del cantón 24 de mayo.

- 1) **¿Consume los productos que ofrecen los comerciantes informales?**
 Si No
- 2) **¿Con que frecuencias transita las calles del centro de sucre semanalmente?**
1 Ves
2 Veces
3 Veces
A Diario
- 3) **¿Se siente cómodo/a al adquirir productos en locales improvisados?**
 Si No
- 4) **¿Está de acuerdo que las vías y aceras sean ocupadas por puestos informales?**
 Si No
- 5) **¿Siente seguridad al tener que transitar por la vía porque la acera está ocupada por comerciantes?**
 Si No
- 6) **¿Observa desechos tantos líquidos como sólidos tirados en los alrededores del lugar donde se ubican los comerciantes informales?**
 Si No
- 7) **¿Percibe malos olores en las vías don de encuentran los comerciantes informales?**
 Si No
- 8) **¿Los puestos informales muestran una buena imagen de la ciudad?**
 Si No
- 9) **¿Estaría de acuerdo con la realización de una plaza comercial donde se reubiquen los comerciantes informales que ocupan el espacio público?**
 Si No

**INSTRUMENTO: ENCUESTA DESTINADA A LOS COMERCIANTES
INFORMALES.
“INTERVENCIÓN URBANO-ARQUITECTÓNICA DE LOS ESPACIOS DEL
COMERCIO INFORMAL EN EL CENTRO DE SUCRE DEL CANTÓN 24 DE
MAYO”**

Tesista: John Steeven Velez Ponce.

Objetivo: Proponer el diseño de una plaza comercial mediante el estudio de campo y teórico para la reubicación de los comerciantes informales que permita el mejoramiento del paisaje urbano y su habitabilidad, en el casco central de la parroquia sucre del cantón 24 de mayo.

1) Sexo:

Mujer
Hombre

2) Edad:

Menor de 18.
Ente 18 y 30
Ente 31 y 45
Mayor a 65

3) ¿Qué tipo de productos expende?

- a) Legumbre y frutas.
- b) Alimentos preparados.
- c) Lácteos, mariscos y carnes.
- d) Textiles.
- e) Utensilios del hogar.
- f) Abarrotes.

4) ¿Cuándo sale a ofrecer sus productos, utiliza el mismo espacio?

Si. No

5) ¿Con que frecuencia realiza esta actividad?

- a) A diario.
- b) Solo fines de semana.

6) ¿Tienen problemas con las autoridades municipales?

Nunca
De vez en cuando
Muy a menudo

7) ¿Cuentan con permisos municipales para ejercer esta actividad?

Si No

8) ¿Paga algún impuesto por el espacio que ocupa?

Si No

9) ¿Estarían de acuerdo con que se los reubicara en un lugar donde puedan realizar sus actividades libremente y de manera formal?

Si No

Anexo C. Imanes de investigación de campo:

