

**UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ.**



**Uleam**

**INFORME FINAL DEL TRABAJO DE TITULACIÓN  
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
ARQUITECTO.**

**TEMA:**

**“Propuesta de mercado minorista para la Parroquia Eloy  
Alfaro-Sector Santa Lucía de la Ciudad de Manta.”**

**AUTOR:**

**WILSON IVAN ANCHUNDIA ANCHUNDIA.**

**TUTORA:**

**ARQ. TATIANA CEDEÑO.**

**MANTA-MANABÍ-ECUADOR.**

**Agosto del 2019**

## **CERTIFICACION DEL TUTOR.**

Quien suscribe, Arq. Tatiana Cedeño, Mg en mi calidad de directora del proyecto de titulación denominado: **“PROPUESTA DE MERCADO MINORISTA PARA LA PARROQUIA ELOY ALFARO-SECTOR SANTA LUCÍA DE LA CIUDAD DE MANTA.”**

**CERTIFICO** que:

El presente trabajo del egresado ANCHUNDIA ANCHUNDIA WILSON IVAN de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí de la Facultad de Arquitectura cumple con los requisitos estipulados por la Universidad y la Facultad por lo tanto lo considero aprobado para su presentación y revisión por parte del tribunal designado para el estudiante.

---

ARQ. TATIANA CEDEÑO Mg  
**DIRECTORA**

## **DECLARATORIA DE AUTORIA.**

Yo, **WILSON IVAN ANCHUNDIA ANCHUNDIA** portador de cedula de identidad 131324146-3 egresado de la Facultad de Arquitectura de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí

**DECLARO** que:

Este trabajo de titulación es original, de mi autoría, certificando que he cumplido con todas las recomendaciones realizadas por los expertos del tema.

Atentamente,

---

**ANCHUNDIA ANCHUNDIA WILSON IVAN**

**C.I.# 131324146-3**

## **CERTIFICACIÓN DE APROBACION DEL TRABAJO DE TITULACION.**

El tribunal evaluador certifica:

Que el trabajo de fin de carrera, titulado “Propuesta de mercado minorista para la Parroquia Eloy Alfaro-Sector Santa Lucía de la Ciudad de Manta.” ha sido realizado y concluido por el egresado, Anchundia Anchundia Wilson Ivan, el mismo que ha sido controlado y supervisado por los miembros del tribunal.

El trabajo de fin de carrera reúne todos los requisitos pertinentes a la investigación y diseño, que ha sido contantemente revisado por el tribunal en las reuniones llevadas a cabo.

Para dar testimonio y autenticidad firmamos.

Atentamente,

MIEMBRO DE \_\_\_\_\_

JURADO CALIFICADOR FIRMA

MIEMBRO DE \_\_\_\_\_

JURADO CALIFICADOR FIRMA

## **DEDICATORIA.**

Trabajo dedicado principalmente a Dios por darme la fortaleza y guiarme en el camino correcto hasta cumplir mis objetivos.

A mis madres Sra. Hilda Anchundia Mero y Sra. Orfita Anchundia Mero los cuales han sido un pilar fundamental a lo largo de mi vida, gracias a su gran esfuerzo contante de lucha, me supieron guiar con valores para ser una persona de bien.

A mi hermano el Ing. Darwin Anchundia por su apoyo en el largo camino de mi vida universitaria porque con sus consejos y el apoyo me motivo a ser un buen ejemplo a seguir

A la Lic. Lorena Anchundia por su ayuda y apoyo en el momento que necesitaba.

A mi familia tíos, primos, primas quienes han sido el apoyo incondicional que necesitaba para alcanzar mis objetivos propuestos.

A mi tutor el Arq. Carlos Cañarte por el comienzo de este proceso académico a mi tutora la Arq. Tatiana Cedeño, excelentes profesionales que con sus conocimientos impartidos fueron la luz en este proceso de titulación.

## **AGRADECIMIENTO**

Le agradezco a Dios por darme la vida y brindarme sabiduría, por permitirme cumplir una de mis metas trazadas a lo largo de mi vida universitaria, le agradezco a mis madres a mi hermano quienes se han esforzado día a día para que pueda ser una persona sabia ,y pueda hacerle frente a esta sociedad, a mis familiares que de una u otra manera me han brindado su apoyo en el transcurso de esta etapa, a mis maestros por incentivar me siempre ha ser mejor, a mis compañeros de clases por compartir conocimientos y aprender de ellos.

A la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí y en especial a la Facultad de Arquitectura por darme la oportunidad de acogerme la misma que me apporto conocimiento para formarme como un profesional crítico y competente.

A mis tutores de tesis el Arq. Carlos Cañarte y la Arq. Tatiana Cedeño por su persistente guía y su contante aporte en la finalización a lo largo de este proyecto de titulación impartiendo el conocimiento necesario para la culminación de este trabajo académico.

## ÍNDICE.

CERTIFICACION DEL TUTOR.....	ii
DECLARATORIA DE AUTORIA.....	iii
CERTIFICACIÓN DE APROBACION DEL TRABAJO DE TITULACION.....	iv
DEDICATORIA.....	v
AGRADECIMIENTO.....	vi
ÍNDICE.....	vii
8. RESUMEN.....	13
9. INTRODUCCION.....	14
10. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	15
<b>10.1. Marco contextual.....</b>	<b>15</b>
<b>10.1.1. Situación actual de la problemática.....</b>	<b>15</b>
<b>10.2. Formulación del problema.....</b>	<b>17</b>
<b>10.2.1. Definición del problema.....</b>	<b>17</b>
<b>10.2.2. Problema central y sub-problema.....</b>	<b>17</b>
<b>10.2.2.1 Sub-problemas.....</b>	<b>17</b>
<b>10.2.3. Formulación de la pregunta clave.....</b>	<b>17</b>
<b>10.3. Justificación.....</b>	<b>18</b>
<b>Justificación social - económica.....</b>	<b>18</b>
<b>Justificación urbano-arquitectónico.....</b>	<b>18</b>
<b>Justificación ambiental.....</b>	<b>18</b>
<b>Justificación académica institucional.....</b>	<b>18</b>
<b>10.4. Definición del objeto de estudio.....</b>	<b>19</b>
<b>10.4.1. Delimitación sustantiva del tema.....</b>	<b>19</b>
<b>10.4.2. Delimitación espacial.....</b>	<b>19</b>
<b>10.4.3. Delimitación temporal.....</b>	<b>20</b>
<b>10.5. Campo de la investigación.....</b>	<b>20</b>
<b>10.6. Objetivos:.....</b>	<b>20</b>
<b>10.6.1. Objetivo general.....</b>	<b>20</b>
<b>10.6.2. Objetivos específicos.....</b>	<b>20</b>
<b>10.7. Identificación de variables.....</b>	<b>21</b>
<b>10.7.1. Variable independiente.....</b>	<b>21</b>
<b>10.7.2. Variable dependiente.....</b>	<b>21</b>

<b>10.8. Operacionalización de variables.</b> .....	22
<b>10.8.1. Variables independientes.</b> .....	22
<b>10.8.2. Variables Dependientes.</b> .....	22
<b>10.9. Formulación de la idea a defender.</b> .....	23
<b>10.10. Tareas científicas desarrolladas.</b> .....	23
<b>10.11. Diseño de la investigación.</b> .....	23
<b>10.11.1. Fases del estudio.</b> .....	24
<b>10.11.2. Población y muestra.</b> .....	25
<b>10.11.3. Resultados esperados.</b> .....	26
<b>10.11.4. Novedad de la investigación.</b> .....	26
<b>11.- CAPITULO I - MARCO REFERENCIAL.</b> .....	27
<b>11.1. Marco antropológico.</b> .....	27
<b>11.2. Marco teórico.</b> .....	28
<b>11.2.1. Sustentación teórica.</b> .....	28
<b>11.2.1.1. Comercio Formal.</b> .....	28
<b>11.2.1.1.1. Ventajas y desventajas del comercio formal.</b> .....	28
<b>11.2.1.1.2. Comercio informal.</b> .....	29
<b>11.2.1.1.2.1. Causas del comercio informal.</b> .....	30
<b>11.2.1.1.2.2. Ventajas y desventajas del comercio informal.</b> .....	31
<b>11.2.1.1.3. Mercados.</b> .....	32
<b>11.2.1.1.3.1. Mercados Urbanos.</b> .....	33
<b>11.2.1.1.3.1.1. Clasificación de los mercados según (Echeverry y Rangel 2012).</b> .....	33
<b>11.2.1.1.3.1.2. Mercado municipal.</b> .....	34
<b>11.2.1.1.3.1.3. Mercado espontáneo.</b> .....	34
<b>11.2.1.1.3.1.4. Mercado cantonal.</b> .....	34
<b>11.2.1.1.3.1.5. Mercado mayorista.</b> .....	34
<b>11.2.1.1.3.1.6. Mercado minorista.</b> .....	35
<b>11.2.1.1.4. Ferias.</b> .....	35
<b>11.2.1.1.5. El comercio de la vía pública como problema urbano.</b> .....	36
<b>11.2.1.1.5.1. La higiene pública.</b> .....	36
<b>11.2.1.1.5.2. Obstrucción de la circulación urbana</b> .....	37
<b>11.2.1.1.5.3. Contaminación auditiva.</b> .....	37
<b>11.2.1.1.5.4. Decadencia de la imagen urbana.</b> .....	38

11.2.1.5.5. Apropiación del espacio un problema relativo o absoluto. ....	38
11.2. Marco Conceptual. ....	39
1. Espacio Público. ....	39
2. Equipamiento Urbano. ....	40
3. Mobiliario Urbano. ....	40
4. Actividades Urbanas. ....	41
6. Actividades Comerciales. ....	42
7. Identidad Urbana. ....	42
8. Imagen Urbana. ....	43
9. Estructura Urbana. ....	44
10. Ordenamiento Territorial. ....	44
11.4. Marco jurídico. ....	46
11.4.1. Constitución Nacional de la República del Ecuador 2008. ....	46
11.4.2. Plan Nacional de Desarrollo Toda una Vida 2017-2021. ....	46
11.4.3. Norma INEN (Instituto Ecuatoriano de Normalización) de mercados saludables	48
11.5. Modelos de repertorios. ....	54
11.5.1 MERCADO CENTRAL DE MANTA. ....	55
11.5.2 MERCADO ABDÓN CALDERON DE PORTOVIEJO. ....	60
12.- CAPITULO 2 - MARCO REFERENCIAL. ....	66
12.1. Información básica. ....	66
12.1.1. Población. ....	66
12.1.2. Entorno Urbano. ....	67
12.1.3. Infraestructura y servicios básicos. ....	68
12.2. Tabulación de la información. ....	70
12.3 INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS. ....	76
12.4. PRONÓSTICO. ....	76
12.5 COMPROBACIÓN DE LA IDEA PLANTEADA. ....	77
12.5.1. Tabla de comprobación de hipótesis. ....	78
12.5.2. Comprobación de la hipótesis. ....	79
13.- CAPITULO 3 –PROPUESTA. ....	80
13.1. Análisis del sistema arquitectónico urbano. ....	80
13.2. Aspectos Funcionales. ....	80
13.3. Aspectos Formales. ....	86

13.4. Aspectos Técnicos.....	87
13.5. Aspectos Ambientales.....	90
13.2. Subsistemas y componentes.....	91
13.3. Planes, programas, proyectos, estrategias y acciones.....	92
13.4. LÓGICA DE IMPLANTACIÓN DE LA PROPUESTA.....	93
13.4. Análisis del lugar de implantación.....	93
13.4.1.1 Ubicación.....	93
13.4.1.2. Topografía del sitio forma, medidas y áreas del terreno a intervenir.....	94
13.4.1.3. Uso de suelo y entorno urbano.....	94
13.4.2. Programa de Necesidades.....	95
13.4.3. Esquemmatización.....	96
13.4.4. Análisis de áreas.....	99
13.4.5. Cuadro de áreas.....	101
13.4.5. Zonificaciones.....	102
13.5. CAPACIDAD DE LA PROPUESTA.....	104
13.6. REQUERIMIENTOS NORMATIVOS.....	104
13.7. REQUERIMIENTOS TECNOLÓGICOS.....	106
13.8. REQUERIMIENTOS DE EQUIPAMIENTOS.....	108
13.9. PRE FACTIBILIDAD DE LA PROPUESTA.....	108
<b>Pre factibilidad técnica</b> .....	108
<b>Pre factibilidad financiera</b> .....	108
<b>Pre factibilidad social</b> .....	109
<b>Pre factibilidad ambiental</b> .....	109
<b>Pre factibilidad institucional</b> .....	109
PRESUPUESTO REFERENCIAL DE OBRA.....	110
14.- CAPITULO 4.....	111
15.- CONCLUSIONES.....	111
16.- RECOMENDACIONES.....	112
17. REFERENCIAS BIBLIOGRAFÍA.....	113
18.- ANEXOS.....	115
VISUALIZACIONES 3D O RENDER.....	118

<b>Ilustración 1:</b> Ubicación del área de estudio.....	19
<b>Ilustración 2:</b> Ubicación del área de estudio.....	55
<b>Ilustración 3:</b> Ubicación del área de estudio.....	60
<b>Ilustración 4:</b> Ubicación Satelital del área de estudio .....	66
<b>Ilustración 5:</b> Ubicación de los elementos construidos del sector.....	67
<b>Ilustración 6:</b> Calles.....	68
<b>Ilustración 7:</b> Recorrido de salida de los buses Urbanos sentido Sur-Norte (Sector) .....	69
<b>Ilustración 8:</b> Recorrido de Entrada de los buses sentido Norte-Sur (Sector) .....	69
<b>Ilustración 9:</b> Red de agua Potable.....	70
<b>Ilustración 10:</b> Alumbrado Público antenas de internet y wifi.....	70
<b>Ilustración 11:</b> Funcionalidad del Proyecto Planta Baja -3,40 m.....	82
<b>Ilustración 12:</b> Funcionalidad del Proyecto Planta Baja +0,60.....	83
<b>Ilustración 13:</b> Funcionalidad del Proyecto 1 Planta Alta +4,60 m .....	84
<b>Ilustración 14:</b> Funcionalidad del proyecto 2 Planta Alta +8,60.....	85
<b>Ilustración 15:</b> Corte A-A” diseño de zapatas, columnas y vigas .....	87
<b>Ilustración 16:</b> Análisis del lugar .....	93
<b>Ilustración 17:</b> Esquemas funcionales de Zona de Ventas y Productos .....	96
<b>Ilustración 18:</b> Esquemas Funcionales de Zona de Congelación .....	96
<b>Ilustración 19:</b> Esquemas Funcionales de Zonas Complementarias .....	97
<b>Ilustración 20:</b> Esquemas Funcionales de Zona Administrativa.....	97
<b>Ilustración 21:</b> Esquemas Funcionales de Zona de alimentos preparados.....	97
<b>Ilustración 22:</b> Esquemas Funcionales de Zonas de Servicio .....	98
<b>Fotografías 1:</b> Mercado Central de Manta .....	56
<b>Fotografías 2:</b> Locales de Frutas y verduras-Locales de cárnicos-Locales de Pollos.....	57
<b>Fotografías 3:</b> Locales de Mariscos- Locales de Cerdos-Locales de Pescado.....	58
<b>Fotografías 4:</b> Locales de condimentos-Locales de abarrotes-Patio de comida.....	58
<b>Fotografías 5:</b> Escaleras eléctricas-ingreso Principal-Ducto de basura .....	58
<b>Fotografías 6:</b> Cuarto de generadores-cisterna-ingreso secundario.....	58
<b>Fotografías 7:</b> Mercado Central del Cantón Manta .....	59
<b>Fotografías 8:</b> Render del Mercado Abdón Calderón.....	61
<b>Fotografías 9:</b> locales de pollos- Locales de cárnicos-Locales de Abarrotes.....	63
<b>Fotografías 10:</b> Locales de Mariscos- Locales de Embutidos-Locales de verduras .....	63
<b>Fotografías 11:</b> Locales de comida rápida-Farmacia-Locales de servicio técnico .....	63
<b>Fotografías 12:</b> Locales de producto medicinales-Patio de comida-Locales no alimenticios.....	63
<b>Fotografías 13:</b> Escaleras eléctrica-locales de comida-salida de emergencia .....	63
<b>Fotografías 14:</b> Fachadas del Mercado Abdón Calderón.....	64
<b>Fotografías 15:</b> Proceso de la propuesta .....	86
<b>Fotografías 16:</b> Derecha – vista de las fachadas Oeste y Sur / izquierda – vista de las fachadas Sur y Este. ....	87
<b>Fotografías 17:</b> Render interior local de Frutas y Verduras.....	88
<b>Fotografías 18:</b> Aplicación de caña guadúa en la estructura de la cubierta y en las fachadas Este, Oeste y Sur / .....	89
<b>Fotografías 19:</b> Ventilación e iluminación natural del mercado y áreas externas con microclima ..	90

<b>Fotografías 20:</b> Terreno del sector .....	93
<b>Fotografías 21:</b> Esquema del terreno a intervenir.....	94
<b>Fotografías 22:</b> Identificación del uso de suelo del área a intervenir, sección en color rojo .....	94
<b>Fotografías 23:</b> Zonificaciones por Asoleamiento.....	102
<b>Fotografías 24:</b> Zonificaciones por Ruidos.....	102
<b>Fotografías 25:</b> Zonificaciones por Accesos .....	103
<b>Fotografías 26:</b> Zonificaciones por Vientos.....	103
<b>Fotografías 27:</b> Zonificación Resultante .....	104
<b>Tabla 1</b> .....	71
<b>Tabla 2</b> .....	71
<b>Tabla 3</b> .....	72
<b>Tabla 4</b> .....	72
<b>Tabla 5</b> .....	73
<b>Tabla 6</b> .....	73
<b>Tabla 7</b> .....	74
<b>Tabla 8</b> .....	74
<b>Tabla 9</b> .....	75
<b>Tabla 10</b> .....	75

## **8. RESUMEN.**

La investigación presentada es una herramienta que consta con la información que se realizó en la Parroquia Eloy Alfaro del Cantón Manta, donde los comerciantes ocupan las vías públicas como son las calles 319 A, 320, 321 y 322 y las avenidas 214 y 216 las cuales son cerradas hasta finalizar la faena comercial por la cual se proyecta un mercado minorista que cumpla con una infraestructura adecuada para un desempeño eficiente tanto los vendedores como los clientes, con espacios arquitectónicos adecuados donde se proveen productos en toda la edificación.

Se propone un diseño de un proyecto arquitectónico de un nuevo mercado minorista, el cual va a estar ubicado en la calle 319- 319A y avenida 216 donde funcionaba anteriormente la guardería San Ignacio de Loyola.

El planteamiento de este proyecto alcanza su importancia en beneficio de los servicios a través de los siguientes espacios

- Zona administrativa
- Zona de servicio
- Zona Complementaria
- Zona de Congelación y Refrigeración
- Zona de Alimentos Preparados
- Zona de Ventas y Productos

**Palabras claves:** Mercado minorista, Abastos, Diseño, Arquitectura, Potencialización.

## **9. INTRODUCCION.**

El tema “Propuesta de mercado minorista para la Parroquia Eloy Alfaro-Sector Santa Lucía de la Ciudad de Manta. “se enfoca a la problemática que existe en el lugar por el comercio informal desarrollando las llamadas ferias libres que causan un caos por la debida contaminación que producen la basura.

La entidad pública como el GAD municipal de cantón Manta tiene una necesidad, procurar un mercado minorista que satisfaga a los intereses del lugar y barrios aledaños, tanto en lo que tiene que ver con ubicación de aquellos comerciantes que ocupan las vías públicas como son las calles 319 A, 320, 321 y 322 y las avenidas 214 hasta la avenida 216 que son cerradas hasta finalizar la faena comercial.

El presente trabajo consiste en el desarrollo del estudio de una propuesta arquitectónica a nivel de proyecto, encaminada al tratamiento de esta actividad, siendo un aporte integral.

Donde se detallan a continuación la recapitulación de cada capítulo a tomar en consideración para la presente investigación.

En el capítulo 1 se elabora la recopilación de la información viable, para fundamentar la investigación. Se desarrolla el marco antropológico donde se indaga del ser humano con respecto al proyecto de investigación. Marco teórico donde se consideran enunciados de otras teorías referentes al tema de investigación. Marco conceptual se formula a manera de concepto resumido los términos más específicos encontrados en el marco teórico. Marco legal se mencionan los artículos y normativas más importantes a nuestra investigación.

En los modelos de repertorios, se expresan ideas de proyectos de similares características al nuestro dónde se tomaron en consideración los mercados de la parroquia Calderón del Cantón Portoviejo y el mercado Central de Manta como línea base que sirva para nuestra investigación.

En el segundo capítulo se realiza el diagnóstico, donde interpretan resultados obtenidos por los diferentes métodos usados de recolección de datos y finalmente se valida la hipótesis.

El capítulo 3 corresponde al planteamiento de la propuesta, que es el resultante de la investigación previa en donde se desarrolla el proyecto arquitectónico.

Capítulo 4 se realizan las conclusiones, recomendaciones, citas bibliográficas y anexos, para fortalecer lo expresado en la propuesta.

## **10. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.**

### **10.1. Marco contextual.**

#### **10.1.1. Situación actual de la problemática.**

Muchos de los países de Latinoamérica como en el nuestro los procesos relacionados al comercio tienen gran relevancia e importancia en el desarrollo de las ciudades, sin embargo, las inadecuadas gestiones urbanas han provocado que el comercio informal se acrecienta cada vez más y más en los centros de las ciudades en desarrollo, lo cual da partida a la decadencia y deterioro tanto de la imagen como la funcionalidad de los espacios urbanos.

El sector Santa Lucía perteneciente a la parroquia Eloy Alfaro de la ciudad de Manta, es uno de los sectores más sobrepoblados, específicamente en el centro existe un alto número de personas que se dedican al comercio informal, lo cual ha generado y está generando actualmente situaciones negativas con respecto al uso del suelo, la contaminación que produce la basura resultante de las llamadas ferias libres que se llevan a cabo de lunes a sábados desde las 07:00 am hasta las 13:00 pm y los domingos desde las 05:30 am hasta las 14:00 pm.

Según los dirigentes de la Asociación de Comerciantes 26 de Mayo, en la feria que se lleva a cabo de lunes a viernes laboran alrededor de 30 comerciantes y tiene lugar en la cancha la Amistad que se ubica en la calle 319 A entre las avenidas 221 y 222 al lado del cementerio del sector; mientras que en la feria libre que se realiza los días domingos tiene lugar desde la calle 319 A hasta la calle 322 y las avenidas 214 y 216 con una superficie 39.453 m<sup>2</sup> y laboran 250 comerciantes inscritos con puestos numerados donde se estipula que existan al menos unos 50 vendedores ambulantes.

Esta feria tiene gran acogida ya que los días domingos se observó gran afluencia de personas de distintos barrios entre ellos el Progreso, Cuba, 26 de Septiembre, 2 de Agosto, Las Vegas, Nueva Esperanza, Chaparral, Horacio Hidrovo, Santa Ana, 15 de Abril, Amazonas de la ciudad de Manta, Santa Isabela y Cielito Lindo pertenecientes al Cantón Montecristi, por lo cual la calle 319 A, 320, 321 y 322 son cerradas desde la avenida 214 hasta la avenida 216 hasta finalizar la faena comercial.

Es importante mencionar que el centro del sector es un área dinámica comercial bien sea por el comercio informal como por el comercio formal (supermercados, farmacias, restaurantes). El movimiento del comercio informal tuvo lugar a inicios del año 2008, por el crecimiento poblacional de los sectores aledaños.

Inicialmente los puestos de ventas informales no tienen control alguno por parte del gremio de comerciantes, a partir del año 2016 el problema del terremoto trajo consigo un incremento en el número de comerciantes, esto hizo que GAD-MANTA normara y regulara los puestos de ventas.

Así mismo se observa que la comercialización de alimentos perecibles como carnes, no disponen de un lugar óptimo para su comercialización, entre otros problemas se observa que los comerciantes no tienen una cultura de higiene en cuanto a la basura que generan sus puestos de ventas.

Teniendo en consideración los parámetros analizados y documentos existentes, se puede mencionar que las regularizaciones por parte del GAD-MANTA no han sido suficientes ya que hasta el momento el problema del deterioro del espacio público va en crecimiento afectando la funcionalidad e imagen urbana del sector.

## **10.2. Formulación del problema.**

### **10.2.1. Definición del problema**

Esta Investigación abarca la problemática que existe en las calles 319 A, 320, 321 y 322 las cuales son cerradas desde la avenida 214 hasta la avenida 216 por medios del comercio informal que se da en el sitio.

### **10.2.2. Problema central y sub-problema**

El desarrollo de la presente investigación tiene como problema principal:

- Pérdida progresiva del espacio público por la actividad del comercio informal en la parroquia Eloy Alfaro de la ciudad de Manta.

#### **10.2.2.1 Sub-problemas.**

- Conflictos de movilidad tanto vehicular como peatonal por cierre de las calles 319 hasta la calle 322 y las avenidas los fines de semana.
- Ocupación del espacio público. (aceras, calles)
- Degradación de la imagen urbana del sector.
- Insalubridad.

### **10.2.3. Formulación de la pregunta clave**

¿Qué métodos o estrategias de la arquitectura se pueden aplicar para el desarrollo de una propuesta que dé solución al problema del deterioro del espacio público en el centro de la parroquia Eloy Alfaro dado por el comercio informal, y que a la vez ayude a mejorar la imagen urbana del sector?

### **10.3. Justificación.**

#### **Justificación social - económica.**

El presente trabajo busca beneficiar a los habitantes del sector Santa Lucía de la parroquia Eloy Alfaro del cantón Manta, mediante el desarrollo de una propuesta de mercado minorista que garantice el mejoramiento de las actividades y condiciones comerciales para que se pueda dar un buen servicio a los clientes y así generar dinamismo comercial de manera ordenada

#### **Justificación urbano-arquitectónico.**

Esta investigación tiene como función compensar el desequilibrio entre la imagen urbana y las actividades que allí se realizan, mediante un plan de reactivación y construcción de un medio físico donde las actividades comerciales se puedan realizar de manera ordenada.

#### **Justificación ambiental.**

Generar ideas de propuestas urbanas sustentables donde se haga uso de materiales amigables con el medio ambiente en este caso la construcción de un mercado minorista

La justificación ambiental no es solo la de proyectar una estructura sostenible, sino que se logre sentir el aspecto ambiental en cada uno de sus espacios.

#### **Justificación académica institucional.**

Crear un documento académico que ayude a analizar y entender la influencia del dinamismo comercial dentro de los aspectos urbanos, a más de ello se puede argumentar que con esto se pretende dotar a los alumnos de la Facultad de Arquitectura de un material de apoyo para sus investigaciones.

## 10.4. Definición del objeto de estudio

El objeto de estudio de esta investigación es la funcionalidad y espacialidad del contexto urbano priorizando la búsqueda de una solución al problema de la degradación progresiva del espacio público en el sector Santa Lucía perteneciente a la parroquia Eloy Alfaro de la ciudad de Manta.

### 10.4.1. Delimitación sustantiva del tema.

La delimitación sustantiva se basa en sistematizar teorías a fin de poderlas considerar en el desarrollo de una propuesta viable acerca de un mercado minorista para el sector Santa Lucía de la parroquia Eloy Alfaro de la ciudad de Manta.

### 10.4.2. Delimitación espacial.

El área de estudio de esta investigación es el centro de la parroquia Eloy Alfaro de la ciudad de Manta, comprendida desde la calle 319 A hasta la calle 322 y las avenidas 214 y 216 teniendo una superficie total de 39.453 m<sup>2</sup>.



**Ilustración 1:** Ubicación del área de estudio

**Elaboración:** Investigador Wilson Anchundia en base a plano GAD de Manta

### **10.4.3. Delimitación temporal.**

El problema analizado en esta investigación se generó a mediados del año 2008, por el crecimiento, sobrepoblación del sector y de los sectores aledaños, por la demanda de comercio y abastecimiento de alimentos, por tales razones se analizarán los últimos 11 años partiendo desde el año 2008 hasta la actualidad 2019.

### **10.5. Campo de la investigación**

Este trabajo se encuentra inmerso dentro del campo de investigación de la Facultad de Arquitectura, identificado con los “Proyectos arquitectónicos” y es un proyecto de modalidad integradora.

### **10.6. Objetivos:**

#### **10.6.1. Objetivo general.**

Analizar y determinar el nivel de desorganización espacial y el deterioro del paisaje urbano existente en el centro de la parroquia Eloy Alfaro de Manta, estudio que sirva como línea base para diseñar una propuesta arquitectónica orientada al mejoramiento formal y funcional que mejore la calidad de vida del sector.

#### **10.6.2. Objetivos específicos.**

##### **10.6.2.1 Objetivo específico número 1:**

- Realizar un levantamiento de datos que permita cuantificar cuáles son los factores que inciden en el deterioro y desorganización del espacio físico urbano del sector.

##### **10.6.2.2 Objetivo específico número 2:**

- Fundamentar teóricamente el impacto que tiene el comercio informal sobre la funcionalidad e imagen urbana.

### **10.6.2.3 Objetivo específico número 3:**

- Analizar referencias de proyectos similares existentes que permitan generar criterios para generar la propuesta.

### **10.6.2.4 Objetivo específico número 4:**

- Diseñar una propuesta inherente a la investigación, los requerimientos colectivos y las normativas que mejoren la calidad de vida para el Sector Santa Lucía de la parroquia Eloy Alfaro de la ciudad de Manta.

## **10.7. Identificación de variables.**

### **10.7.1. Variable independiente.**

En este caso el origen de los problemas encontrados radica en la:

- Gestión inadecuada del territorio
- Comercio informal.

### **10.7.2. Variable dependiente.**

- Pérdida progresiva del espacio público.

## 10.8. Operacionalización de variables.

### 10.8.1. Variables independientes.

VARIABLE	CONCEPTO	CATEGORIAS	INDICADORES	INSTRUMENTOS	LOGROS ESPERADOS
V.I					
GESTIÓN INADECUADA DEL TERRITORIO	Problema generado por deficiencias administrativas o falta de control y monitoreo del estado de la información actualizada	ORDENAMIENTO TERRITORIAL	Planificación	Cuestionarios, test, encuestas, entrevistas, cámara fotográfica	Determinar las deficiencias de la actividad comercial informal.
			Sostenibilidad		
			Control		
			Eficacia		
			Eficiencia		
			Orden		
			Uso		
COMERCIO INFORMAL	Es aquel que no presenta registro fiscal, es decir escapa de cualquier control por parte de las autoridades que rigen dentro de una ciudad.		Alimentos		Determinar el nivel (alto, medio, bajo) de informalidad del comercio en el sector de "Santa Lucía".
			Enseres		
			Equipos		
		Regulaciones			
		Eficacia			
		Eficiencia			

**Cuadro 1** Operacionalización de las variables

**Fuente:** Planteamiento del problema

**Investigador:** Wilson Anchundia

### 10.8.2. Variables Dependientes.

VARIABLE	CONCEPTO	CATEGORIAS	INDICADORES	INSTRUMENTOS	LOGROS ESPERADOS
V.D					
PÉRDIDA PROGRESIVA DEL ESPACIO PÚBLICO	Deterioro parcial o total del funcionamiento urbano a causa de actividades no controladas que afecta directamente a la infraestructura e imagen de una ciudad	ORDENAMIENTO TERRITORIAL	Planificación	Cuestionarios, test, encuestas, entrevistas, cámara fotográfica	Determinar el nivel (alto, medio, bajo) de degradación del espacio público.
			Contaminación		
			Seguridad		
			Movilidad		
			Estado de conservación		
			Servicios básicos		
			Mobiliario		
		Equipamiento			

**Cuadro 2:** Operacionalización de las variables

**Fuente:** Planteamiento del problema

**Investigador:** Wilson Anchundia

## **10.9. Formulación de la idea a defender.**

La pérdida progresiva del espacio público es ocasionada por la inadecuada gestión del territorio y el comercio informal que se genera en el centro de sector Santa Lucía perteneciente a la parroquia Eloy Alfaro de la ciudad de Manta.

## **10.10. Tareas científicas desarrolladas.**

**10.10.1 Tc 1** Elaboración del marco referencial inherente al desarrollo de la propuesta de un mercado minorista para el sector Santa Lucía de la parroquia Eloy Alfaro de la ciudad de Manta.

**10.10.2 Tc 2** Determinación del diagnóstico y pronóstico de la problemática de las actividades comerciales informales que repercute directamente en la pérdida progresiva del espacio público del sector Santa Lucía.

**10.10.3 Tc 3** Diseño de una propuesta.

Diseñar una propuesta de características arquitectónica, en el centro del sector Santa Lucía perteneciente a la parroquia Eloy Alfaro de la ciudad de Manta.

## **10.11. Diseño de la investigación.**

Para el desarrollo de la presente investigación se hará uso de un análisis explicativo y descriptivo mediante fases de estudio previamente propuestas con el propósito de fundamentar los lineamientos que orienten el desarrollo de una propuesta inherente a la investigación, las cuales se puntualizan a continuación:

### **10.11.1. Fases del estudio.**

Etapa 1: Elaboración del marco referencial.

Etapa 2: Diagnóstico de la situación problemática.

Etapa 3: Formulación y elaboración de la propuesta, con respecto a las necesidades primordiales encontradas.

### **Método a emplearse.**

Para la elaboración del marco referencial se dio uso del método sintético y método de concreción y abstracción.

**Método sintético.** – la característica principal de este método es la de elaborar un planteamiento inicial a partir de conocer los elementos encontrados en el diagnóstico, es decir sintetiza la información realzando las partes más sobresalientes e importantes y quitando aquellas que no tengan validez para el desarrollo de la investigación.

**Método de abstracción y concreción.** – La característica principal de este método es la de transformar un dato abstracto en algo contundentemente concreto, es decir visibiliza la evolución que sufre la investigación en el proceso de desarrollo, por lo general este método se encuentra relacionado con el método empírico y el método sintético.

### **Técnicas utilizadas.**

- Observación.
- Recolección de datos.
- Encuestas a la población.
- Cuantificación de muestreo porcentualmente.

### **Instrumentos utilizados.**

- Cuestionario.
- Guía de observación.
- Guía de entrevista.
- Fotografías
- Planos del sector.
- Otros documentos

### **10.11.2. Población y muestra.**

El diagnóstico de esta investigación se llevará a cabo en el sector santa Lucía perteneciente a la parroquia Eloy Alfaro de la ciudad de Manta, para ello la población a tomar en consideración es la perteneciente únicamente al sector mencionado, para el efecto se usará el muestreo aleatorio mediante una fórmula de cálculo preciso, con la finalidad de determinar el valor numérico de la población a encuestar.

Formula a utilizar:

$$n = \frac{Z^2 \times P \times Q \times N}{(E)^2 (N-1) + Z^2 P \times Q}$$

Datos generales:

Z: Nivel de confianza	z= 1,96 (95%)
N: Universo	n= 452 personas
P: Probabilidad a favor	p= 0,5
Q: Probabilidad en contra	q= 0,5
E: Error de estimación	d=0,05 (5%)

Datos con el 95% de confiabilidad

$$n = \frac{(1,96)^2 \times (0,5) (0,5) \times 452}{(0,05)^2 (452-1) + (1,96)^2 \times (0,5) \times (0,5)}$$

n= 208 encuestas a realizar.

### **10.11.3. Resultados esperados.**

**RE1:** Desarrollo de un marco referencial inherente al caso investigado.

**RE2:** Desarrollo de un análisis previo y diagnóstico situacional.

**RE3:** Generar lineamientos e ideas de propuesta.

### **10.11.4. Novedad de la investigación.**

Establecer nuevas formas de comercializar productos de manera organizada en el sector Santa Lucía de la parroquia Eloy Alfaro de la ciudad de Manta, mediante la construcción de un mercado minorita, con esto aportar al desarrollo del comercio formal.

## **11.- CAPITULO I - MARCO REFERENCIAL.**

### **11.1. Marco antropológico.**

La conceptualización referente al ordenamiento territorial actualmente nos permite deducir que se trata de una política de Estado y por ende es un proceso previamente planificado, que tiene la finalidad de organizar, armonizar y administrar la ocupación y uso de los diferentes espacios dentro de una ciudad, que contribuya al desarrollo poblacional mancomunado y justo.

El papel que desempeña el marco antropológico dentro del aspecto urbanístico es el de rectificar los problemas del territorio que genera el hombre como el uso indebido de zonas y expropiaciones de los espacios públicos que compone el desorden del espacio urbano y el ilógico uso de los recursos naturales que ostenta la ciudad, el fin de corregir los problemas es contribuir a mejorar las condiciones de vida de los habitantes.

El aspecto urbano en ciertos sectores de la ciudad de Manta ha ido en decadencia por la subutilización de los espacios públicos para actividades no establecidas ni mucho menos reguladas por las autoridades que planifican y estructuran el funcionamiento de la ciudad. Esto ocasionalmente es catalogado como pérdida de la integración de la calidad de vida de las personas con respecto a los programas urbanos, esto corroborando la falta de atención que se le da al comercio informal que normalmente se desarrolla a lo largo de vías importantes de los centros barriales, dando lugar al congestionamiento vehicular que afecta rotundamente en la funcionalidad del sector.

En cuanto al enfoque antropológico, esta investigación está estrechamente relacionada con el correcto funcionamiento de los sistemas urbanos, analizando esto se concluye que el crecimiento urbano responde al efecto del crecimiento demográfico, así se conceptualiza a la ciudad como un órgano vivo donde interactúan sistemas activos que de alguna manera deben ser normalizados para asegurar la correcta funcionalidad de la ciudad en todos los aspectos en general.

Con la implementación de esta propuesta se proyecta que el dinamismo comercial del sector mejore de forma radical, ordenada y regulada. Y así mismo que los espacios públicos

deteriorados se logren recuperar para que la función de ellos establezca sitios de interacciones sociales, como lo evoca (Borja, Espacio público ciudad y ciudadanía)

## **11.2. Marco teórico.**

### **11.2.1. Sustentación teórica.**

#### **11.2.1.1. Comercio Formal.**

El comercio formal es la compra, venta e intercambio de productos de manera regulada basados en los reglamentos y leyes comerciales que aseguran el buen funcionamiento y desarrollo del mismo, “El comercio Formal es el comercio que se rige bajo las normas de comercio del país en donde se efectúa. Este tipo de comercio se ampara en los estatutos legales vigentes”. (Pisón, 1998, pág. 145). Esta frase aclara aún más lo dicho anteriormente, y es que el formalismo siempre está regido por normas y estatutos que de alguna manera se crean para prevenir futuros resquebrajamientos en el funcionamiento urbano.

##### **11.2.1.1.1. Ventajas y desventajas del comercio formal.**

Según el arquitecto (Mora, 2010), menciona que el comercio formal dispone de varias ventajas y desventajas, donde enuncia principios que nos hacen deducir cual es el origen del comercio informal.

#### **Ventajas:**

- Productos frescos y limpios.
- Instalaciones adecuadas.
- Organización de los productos.
- Variedad en la forma de pago.
- La actividad está regulada por las leyes.

**Desventajas:**

- Costos altos.
- Dificultad para que las personas de bajos recursos puedan adquirir los productos ofertados.

**11.2.1.2. Comercio informal.**

Sin duda alguna uno de los problemas más radicales e importantes de las estructuras de las planificaciones urbanas, que afecta tanto a la forma como a la funcionalidad de los espacios urbanos es el fenómeno de la informalidad analizado desde el punto de vista de la carencia o falta de estructuras destinadas a las actividades comerciales o por la precariedad de los mercados existentes. cabe recalcar que los asentamientos informales dan partida a las denominadas ferias libres, que en la mayoría de los casos carecen de regularizaciones por parte de las autoridades municipales.

Por su parte las ferias libres son denominadas centros de ventas y distribución informal donde se comercializan productos (vegetales, mariscos y carnes) y por lo regular se instalan en determinadas calles y abastecen a los sitios con grandes masificaciones poblacionales.

Según los arquitectos (Rodríguez & Suarez, 2012), el comercio informal o comercio no regulado engloba tanto a las personas que ejercen la actividad comercial en las calles sin un local determinado, como a los pequeños negocios en los hogares que operan y sin permiso alguno. Sin duda esto nos ayuda a entender de mejor manera la conceptualización y el origen del comercio informal.

Un punto importante de resaltar que mencionan (Rodríguez & Suarez, 2012), es que el comercio informal también se ve ramificado en el comercio ambulatorio, y este es aquel que no se establece en un lugar determinado sino más bien opera a lo largo y ancho del área donde se desarrolla la actividad comercial.

El comercio ambulatorio existe debido a una demanda de la población de bajos ingresos que promueve esta forma de abastecimiento, así como también de la

demanda por trabajo de población desempleada, la cual busca generar ingresos de alguna manera. Se reconoce que el ejercicio de esta actividad en la vía pública impone serios límites para su crecimiento. (Rodríguez & Suárez, 2013, pág. 49).

El ambulante, tal como lo conocemos, que debe tener cierta movilidad debido a la inseguridad de sus derechos y que opera en un espacio limitado, está restringido a productos simples y baratos, que constituyen la porción menos dinámica de la economía nacional. En el comercio informal prevalecen las familias, que trabajan con poco capital y manejan pequeñas cantidades de mercancías. (Rodríguez & Suárez, 2013, pág. 53)

Los comerciantes informales se instalan a manera de cinturones en las áreas comerciales bien sean estas formales e informales, vale traer a colación una frase de (Borja, Luces y sombras del Urbanismo, 2009), donde menciona que los comerciantes ambulantes son aquellos que dieron inicio al comercio informal, ya que en las grandes ciudades donde las actividades comerciales formales predominaban estos vendedores se instalaron a sus alrededores creando micro mercados que ofrecían productos a menor costo y de calidad similar, esto consecuentemente dio partida al nacimiento del comercio informal que actualmente atosigan las actividades de los comercios ya establecidos y regulados.

Este tipo de comercio se enfrasca en la idea de la competencia monopolística, donde distintos factores como la localización, precios y la variedad de mercadería; determinan que algunos gocen de mayor rentabilidad que los demás.

#### **11.2.1.2.1. Causas del comercio informal.**

Según varios autores entre ellos (Rangel & Etcheverry, 2012), el origen del comercio informal tiene varias causas, entre las más nombradas esta la sobrepoblación, la falta de trabajo, la demanda por productos de primer orden con respecto a la canasta familiar, costos elevados de productos que se dan en el comercio formal y el déficit de estructuras destinadas a las actividades comerciales.

El espacio público es utilizado para usufructuar mejores ganancias por el comercio informal que por el formal, esto es una clara explicación que nos demuestra que el desarrollo social desequilibrado existente en los entornos urbanos obliga a la población a recurrir al comercio ambulante que es el origen del comercio informal.

La marginación, hizo colapsar a los sistemas urbanos y fue generando lo que hoy se conoce como mercado informal. Otro motivo por el que se atraviesa después en relación a la existencia de un sector informal son los elevados costos de la formalidad, tanto para el acceso como para la permanencia”. (Rangel, 2014, pág. 101).

La informalidad, además, surge como una manera de salir adelante, como una forma de sobrevivir que se ha ido extendiendo. La incapacidad del sector moderno para absorber en su totalidad la oferta de mano de obra, situación que se agudiza en períodos de crisis, cuando no sólo se debilita ésta función, sino que se produce una expulsión de trabajadores. (Etcheverry, 2012, pág. 102).

Además de todo lo mencionado anteriormente se le puede adjudicar que el comercio informal se mueve a partir de capitales muy bajos, es decir las personas no optan por comprar una plaza en un mercado formal ya que muchas veces sus ganancias no compensan los grandes costos que deben pagar por la compra o el alquiler de la plaza.

#### **11.2.1.2.2. Ventajas y desventajas del comercio informal.**

Según (Rodrigo Mora, 2006), establece que el comercio informal dispone de ventajas y desventajas, donde deja al descubierto que este tipo de comercio no representa para la ciudad una afectación rotunda en su estructura urbana ya que el comercio mueve e impulsa el dinamismo económico, aunque de alguna manera genera desorden en las vías públicas.

**Ventajas:**

- Lugar accesible para realizar las compras.
- Bajos costos.
- Fuente de trabajo para personas que provienen de las periferias de la ciudad.
- Variedad de productos.

**Desventajas:**

- Falta de higiene.
- Desorden en las vías.
- Contaminación ambiental.
- Ocupación de espacios públicos.
- Contaminación visual.
- Contaminación auditiva.

**11.2.1.3. Mercados.**

En la actualidad las ciudades experimentan cambios en su demografía que son el resultado de la inmigración de personas de las áreas rurales hacia la ciudad, por ello los mercados denominados públicos o entiéndase por aquellos que son de fácil accesibilidad para personas de bajos recursos juegan un papel importante en este fenómeno, y es que este tipo de comercio permite disipar la falta de trabajo, ya que les permite a las personas iniciar en la actividad comercial a partir de la inversión de pequeños capitales, este tipo de ferias son realizadas diariamente o semanalmente dependiendo del grado de demanda de productos de primer orden. Es importante mencionar que los mercados municipales cada vez tienen menos acogida por parte de los usuarios que prefiere hacer sus compras cerca de sus viviendas y no tener que recorrer largas distancias para abastecerse de los productos ofertados en los mercados, además de ello los productos ofertados en este tipo de ferias tienden a tener menos costo, aunque su calidad en cuanto a limpieza no es parecida a la de los mercados municipales.

Hoy en día los mercados y ferias públicas se establecen como las incubadoras de las pequeñas empresas más rústicas, desde una “feria de pulga” hasta un

mercado de alimentos de funcionamiento diario o semanal, este tipo de comercio es el paraíso para algunas minorías, los emigrantes o incluso las mujeres pueden formar un negocio, esto sucede básicamente porque estas plazas son baratas para iniciarse comercialmente, frecuentemente los vendedores solo tiene que invertir en un pequeño y económico infraestructura, rara vez los vendedores endeudan para iniciar su negocio generalmente los dueños inician su negocio con sus ahorros y se convierte en el trabajo familiar. (Guzmán, 2015, pág. 36)

#### **11.2.1.3.1. Mercados Urbanos.**

Estos tipos de mercados son aquellos que se encuentran asentados dentro de la extensión territorial urbana, donde por lo general se comercializan todo tipo de productos desde alimentos perecibles, víveres, vestimenta, electrodomésticos y todo tipo de productos que son requeridos por la población. En esta connotación entran categorizaciones tales como mercados centrales, mercados de mayoreo y los supermercados.

Los mercados urbanos son, por lo general, de tipo detallista, donde la mayoría de los clientes o compradores son peatones y tienen su residencia a pocas cuadras, por esto las municipalidades deben estudiar la ubicación de tales instalaciones en lugares apropiados. La demanda y el tamaño de la ciudad determinarán la necesidad de establecer, posiblemente, más de un mercado minorista en la misma ciudad. (Casadesús, 1997)

##### **11.2.1.3.1.1. Clasificación de los mercados según (Echeverry y Rangel 2012).**

Etcheverry y Rangel (2012) clasifican a los mercados en 5 grandes grupos entre ellos se encuentran:

- Mercado municipal.
- Mercado espontaneo.
- Mercado cantonal.
- Mercado mayorista.

- Mercado minorista.

#### **11.2.1.3.1.2. Mercado municipal.**

Este tipo de mercado son de propiedad de los municipios, donde su edificación fue llevada a cabo por las nuevas estructuraciones urbanas, por lo general se comercializan productos de primera necesidad de la canasta familiar, además de ello es importante mencionar que las plazas de trabajos se pagan mensualmente mediante costos de alquiler.

#### **11.2.1.3.1.3. Mercado espontáneo.**

Se forman a partir de pequeños grupos de comerciantes que inicialmente se asientan a las afueras de sus viviendas, en las vías públicas o recorren las calles ofreciendo productos como verduras, frutas y cualquier tipo de granos, por lo general este tipo de mercado tiende a tener un desarrollo acelerado hasta convertirse en un mercado informal.

#### **11.2.1.3.1.4. Mercado cantonal.**

Este tipo de mercado da servicio a personas que habitan en un radio no mayor a un kilómetro (usuarios directos), también llamado mercado de barrio, ya que pueden desplazarse a pie los usuarios hacia el mercado o en automóvil a una distancia que se recorre en un tiempo no mayor a diez minutos. (Plan Maestro y Estudio de Pre factibilidad de Mercados Minoristas, Volumen I, pág. 43)

#### **11.2.1.3.1.5. Mercado mayorista.**

Los mercados que tienen esta connotación son aquellos que su actividad comercial es realizada al por mayor, entendido de otra forma son aquellos donde se realizan las compras en grandes cantidades y por lo general ofrecen descuentos adicionales. El alcance de su distribución es de rango mayor

#### **11.2.1.3.1.6. Mercado minorista.**

Se denominan así a los mercados donde las actividades comerciales se realizan en menor escala que los mayoristas, es decir la compra y venta de productos va de una escala baja a una mediana. La distribución de los productos es local para su área de influencia.

Una dimensión de consumidor final, donde se considera como comercio al por menor, a aquellos establecimientos que orientan su mercado hacia los consumidores finales y no hacia otros productores o comercios (Plotter, 1981, pág. 14).

#### **11.2.1.4. Ferias.**

Las ferias libres por su denominación hacen referencia al comercial informal por tal motivo (Busso & Gorban, 2003), consideran que el nacimiento de ellas como tal se debe a múltiples factores entre los cuales destaca, la carencia de instalaciones, desempleo y la demanda de productos, donde el desempleo toma mayor participación ya que estas ferias se forman a partir de los comerciantes ambulantes que luego incrementan su capital y establecen ya sus puestos de trabajo. Consigo con esto nuevas conceptualizaciones consideran a las ferias libres como la manifestación comercial del pueblo carente de obras urbanas en busca de mejoras tanto en el aspecto urbano como en el aspecto comercial.

“la ciudad debe contribuir a la expresión de las identidades diferenciadas, también debe generar el encuentro y el intercambio, estimulando la innovación y la tolerancia, por esto el reconocimiento de las diferencias en el territorio y el derecho al encuentro se tornan condiciones fundamentales.” (CEPAL, 2005, pág. 114)

### **11.2.1.5. El comercio de la vía pública como problema urbano.**

El comercio que se acentúa en las vías públicas específicamente en las principales, responde a una evolución urbana carente de proyección a futuro, es decir, las planificaciones urbanas no se diseñaron pensando en el fenómeno del crecimiento demográfico. Para (Valenzuela & Galarza, 2010) existen 7 problemas principales ocasionados por el comercio que se lleva a cabo en la vía pública, espacios abiertos y zonas no configuradas de un área determinada.

El comercio informal existe y se reproduce por el crecimiento de número de comerciante y personas que optan por comprar sus productos las cuales ven ventajas que ofrecen este tipo de comercio tales como precios más bajos, posibilidad de regatear, lugares accesibles para realizar las compras, se beneficia la población con menor recursos, genera trabajos informal para cualquier persona sin preparación académica, por tanto una competencia de la vida urbana transformando la calle en un espacio más diverso, por tanto comercio informal es un problema relativo, no absoluto y con posibilidades. (Guzmán, 2015, pág. 39).

- La higiene
- Obstrucción de la circulación urbana.
- Contaminación auditiva
- Decadencia de la imagen urbana.

#### **11.2.1.5.1. La higiene pública.**

La higiene pública quizás sea el problema que tiene mayor incidencia en lo que respecta a la interacción de la parte urbana con la parte social, y es que este afecta rotundamente al bienestar de la salud de las personas por el hecho mismo de crear contaminación en el medio, este efecto convierte a los mercados asentados en las vías públicas en un desencadenante de la decadencia de la imagen y funcionalidad urbana.

Es preciso traer a colación la frase mencionada por Jordi Borja “la calle es el espacio público, pero son los propios usuarios quienes originan los conflictos urbanos al no tener conciencia de sus actos”, esto nos hace pensar que la existencia de un mercado informal no justifica la existencia de la insalubridad. (Borja, Espacio público y derecho a la ciudad, 2012, pág. 11).

#### **11.2.1.5.2. Obstrucción de la circulación urbana**

En esta perspectiva se evoca el concepto de obstrucción haciendo referencia a la decadencia de la función que sufren las vías con respecto a la conjugación de esta con las demás actividades urbanas, el crecimiento demográfico y la agrupación urbana se ven afectados directamente por este problema ya que la ciudad al ser un organismo vivo está en constante movimiento, donde las vías se convierten en arterias que ayudan a descongestionar las zonas densas, para un mayor entendimiento debemos plantearnos la idea de que pasaría si una arteria del nuestro corazón se vea obstaculizada, y es que la respuesta es obvia y por tales razones es que se plantean ordenar estas actividades comerciales no con el fin de sacarlas del medio sino con el fin de promover un mejor funcionamiento de la estructura urbana.

El "buen uso de la calle" la calle debe cumplir funciones cívicas, de celebración, de intercambio de apropiación colectiva, la calle debe tener algo de festividad, d vitalidad, de intercambio de miradas, algo de actividad que le de vida y no reduzca a canal de paso entre dos puntos. (Guzmán, 2015, pág. 53).

#### **11.2.1.5.3. Contaminación auditiva.**

La propagación de ruidos molestos es algo común que se da dentro de las zonas donde se ejecuta la actividad comercial, no solo se presenta por el efecto de comercialización sino también por la transición activa que se ve afecta por las obstaculizaciones de vías, es decir los ruidos en las zonas comerciales son originados en su gran mayoría por los usuarios y por los vehículos que transitan cerca.

#### **11.2.1.5.4. Decadencia de la imagen urbana.**

Es una realidad que el comercio ambulante forma parte de nuestro día a día, sin embargo, el comercio informal ha ido en crecimiento a la par con la demografía y conjunto a ello se ha ido incrementando la decadencia de la imagen urbana de la ciudad por la desorganización que se aprecia en las áreas comerciales, a esto se le suma la ocupación de los espacios públicos con fines lucrativos donde se pierde la imagen urbana.

La imagen de la ciudad para (Lynch, 1996), se convierte en un icono representativo que realza la identidad del sitio, es decir proyecta cual es la función que predomina, estas pueden ser comerciales, culturales, políticas o religiosas.

#### **11.2.1.5.5. Apropiación del espacio un problema relativo o absoluto.**

Múltiples autores entre ellos (Gonzales & Rojas, 2008) señalan que la caracterización del problema del comercio informal en la vía pública, debe entenderse como una reacción a la acción del crecimiento demográfico y a la oferta y la demanda de productos de primer orden, en otros términos, evocan este concepto como un problema social urbano relativo mas no absoluto.

Como defensa del comercio ambulante son los mismos ciudadanos sienten antipatía por los actos represivos contra el comercio ambulante y los mismos comerciantes establecidos fundamentan que es una alternativa contra la delincuencia como amortiguador de la tasa de delincuencia, también el hecho que exista este tipo de comercio y se reproduce no es explícitamente por el incremento del número de comerciante sino que existe una demanda que permite que el oferente se sostenga en el tiempo, por tanto se puede concluir que el comercio callejero también se fundaría en alguna utilidad económica, que permita su existencia. (Guzmán, 2015, pág. 53).

## **11.2. Marco Conceptual.**

### **1. Espacio Público.**

“El espacio público es un lugar donde el ser humano se desenvuelve, es un centro de expresión de la sociedad y construye memorias que se conviertan en colectivas y crean unidad social; para que el espacio público tenga una identidad es necesario que exista pertenencia, este término representa el derecho que tiene 'un sujeto' sobre un objeto en una estrecha relación o permanente en el tiempo” (Bedoya, 2007, pág. 36).

El autor interpreta que el espacio público es el lugar donde el ser humano se relaciona con la ciudad, además resalta que este tiene características propias del sitio por el hecho de proyectar pertenencia.

“La ciudad entendida como sistema, de redes o de conjunto de elementos – tanto si son calles y plazas como si son infraestructuras de comunicación (estaciones de trenes y autobuses), áreas comerciales, equipamientos culturales es decir espacios de uso colectivos debido a la apropiación progresiva de la gente – que permiten el paseo y el encuentro, que ordenan cada zona de la ciudad y le dan sentido, que son el ámbito físico de la expresión colectiva y de la diversidad social y cultural” (Borja, 2000, pág. 8).

Jordi Borja conceptualiza a la calle como el espacio público, por el hecho que es un espacio socialmente construido, a más de ello enfatiza que el espacio público es un ente organizador urbano ya que crea conexiones entre las distintas actividades que se realizan dentro de la ciudad.

“Es un conjunto de bienes colectivos destinados a la satisfacción de necesidades colectivas independientemente de su función y su escala. La cantidad disponible de estos bienes es un agregado heterogéneo, de la extensión ocupada con parques, zonas verdes, plazas, vías y zonas de preservación ambiental, sean de escala vecinal, zonal o metropolitana. Su disponibilidad por habitante es igual al cociente resultante de dividir el número de usuarios por el número de metros cuadrados de espacio público, de una determinada escala, existente en el segmento cartográfico de referencia” (Plan Maestro de Espacio Público, 2006).

Son espacios de la ciudad donde todas las personas tienen derecho a estar y circular libremente, diseñados y construidos con fines y usos sociales recreacionales o de descanso, en los que ocurren actividades colectivas materiales o simbólicas de intercambio y diálogo entre los miembros de la comunidad. (Ley Orgánica de ordenamiento territorial, uso gestión de suelo LOOTUGS,2016) Art.4

## **2. Equipamiento Urbano.**

“Es el conjunto de recursos e instalaciones indispensables para el funcionamiento de la ciudad o región como tales, en lo que respecta a: abastecimiento, sanidad, cultura, gobierno y administración, defensa y seguridad, esparcimiento, etc. Los rubros que integran el equipamiento pueden agruparse de la siguiente manera: a) Comercio y servicios: comercio minorista (básico y complementario) y servicios comerciales y personales (básico y complementario); b) Educación: pre-escolar, primaria y secundaria (o EGB y Polimodal); c) Sanidad: unidades periféricas y centros de internación; d) Recreación: espacios verdes-libres y equipamiento deportivo-recreativo; e) Socio-Cultural: guardería, centro comunitario, bibliotecas, cines y otras amenidades y culto; f) Gobierno y administración: comunicaciones, administración pública, finanzas y administración privada y seguridad” (Rodríguez E. , 1990)

## **3. Mobiliario Urbano.**

“Es todo elemento que, ubicado dentro de los espacios libres urbanos públicos, sea destinado a satisfacer el mejor uso de dichos espacios, en actividades recreativas y/o culturales y/o informativas y/o de servicios. Cualquier elemento a instalar en la vía pública cumplirá las condiciones de ubicación y diseño que se indiquen desde el Municipio y en ningún caso dificultarán la circulación del público ni perjudicarán la contemplación y uso de los edificios o de los ámbitos urbanos donde se sitúen debiendo contribuir a facilitar su uso y a mejorar su imagen. No se permitirá la ubicación de estos elementos próximos o sobre la línea municipal ni en las esquinas, a los fines de no dificultar la circulación de discapacitados

visuales y de peatones en general” (Ordenanza de Ordenamiento Territorial y Uso del Suelo para el partido de La Plata, 2000)

#### **4. Actividades Urbanas**

“Las actividades urbanas de las grandes ciudades son de suma importancia en la vida nacional: en ellas se centralizan la producción industrial, las actividades comerciales, financieras, de gestión y de toma de decisiones; se reciben y distribuyen información del exterior y del interior a través de importantes redes y se clasifican en:” (Gómez, 2014)

- La city: área exclusiva para negocios. También se la conoce como Distrito Central de Negocios. Es el sector de la ciudad donde predominan las actividades financieras, administrativas y comerciales, donde se concentran los bancos y las oficinas.
- El área residencial: son las ciudades satélites, alejadas del centro, pero que están comunicadas por autopistas que permiten un rápido desplazamiento entre estas y los centros comerciales y de trabajo.
- El área industrial: está conformada por los llamados parques industriales, ubicados hacia la periferia de la ciudad.

#### **Características:**

1. Su densidad de población es alta.
2. Predomina un paisaje creado o modificado por el hombre.
3. Su parcelamiento es pequeño, dividido en manzanas y lotes. Las actividades productivas principales son las secundarias y terciarias: industria, comercio y servicios.
4. La infraestructura de comercios y servicios es compleja: incluye servicios sanitarios, educativos, recreativos, transporte y comunicación. Existe infraestructura de agua potable, asfalto, cloacas, alumbrado, etc.
5. La movilidad espacial es intensa y se manifiesta a través de los cambios de residencia y los movimientos que realizan a diario sus habitantes para trasladarse de sus hogares al lugar de trabajo y viceversa.

## **6. Actividades Comerciales.**

“Es una actividad social y económica que implica la adquisición y el traspaso de mercancías. Quien participa de un acto de comercio puede comprar el producto para hacer un uso directo de él, para revenderlo o para transformarlo” (Rangel, 2014, pág. 14).

Rangel menciona que la actividad social y económica se encuentran estrechamente relacionadas por el hecho de que ambas deben existir para su propio desarrollo, es decir que uno y otro se benefician entre sí, aquí es importante mencionar que el comercio nace a partir de la demanda y los centros se vuelven densos o sobrepoblados por el efecto del comercio, siendo es el alma mater del dinamismo urbano.

## **7. Identidad Urbana.**

“La identidad define las características, cultura y personalidad de una sociedad; en la ciudad, determina el paisaje urbano y el uso de los espacios públicos. Cuando un espacio es construido sin identidad enfatiza fenómenos de segregación social, pobreza, desempleo, violencia, inseguridad y deterioro de la calidad de vida” (Kuri, 2009).

Kuri resalta que el diseñador urbano y del paisaje es el perfeccionista que diseña y planea los espacios urbanos públicos con la finalidad de resolver o atenuar los problemas sociales desde una perspectiva multidisciplinaria a partir de los enfoques urbanos.

“La identidad urbana como primer objeto de estudio es una representación simbólica socialmente construida producto de un proceso socio histórico de creación constante, de acciones sociales y de sujetos sociales concretos; muestra la pertenencia y a la vez la diferencia que se sustenta en la cultura; le permite a una sociedad llegar a “ser” todo lo que se ha construido como pueblo” (Arias, 2002, pág. 103).

## **8. Imagen Urbana.**

“La imagen urbana es la representación mental que se hace el individuo sobre las calles, plazas, edificios y todas las actividades económicas, sociales, culturales, demográficas y ecológicas que se desarrollan en torno a una ciudad; entonces, la imagen no es algo transparente ni neutral, sino que constituye un fenómeno muy complejo, puesto que la construcción de su percepción y análisis está condicionada social y culturalmente” (Linares Zarco, 2009, pág. 13).

“Percibir la ciudad significa reflejar sus cualidades sensibles, su apariencia, tamaño, organización y hasta su olor; cada persona percibe de acuerdo con su experiencia individual y los significados que evocan los diferentes elementos que determinan la imagen urbana de la ciudad” (Guerra, Rubio, & Luisa María, 2009, pág. 134)

“La relación entre institución literaria y vida urbana es efectiva y cambiante. La diacronía de su interacción sugiere cuestiones de carácter estético, político, filosófico y existencial. La ciudad es, siempre, escenario, metáfora, agente o formante de motivos literarios que se estructuran en la representación de una imagen de mundo. Esta imagen será, como veremos la mayor parte del tiempo, tópica o distópica. en relación a la gran tradición literaria de Occidente” (Ampuero, Imagen de la ciudad en la literatura hispanoamericana y Chilena contemporánea, 2014, pág. 18)

“La ciudad como cuerpo, nos remite a metáforas que se trasladan desde la imagen de la sociedad como un organismo humano, susceptible de sanar o enfermar, de morir o resucitar, pasando así por el naturalismo literario, hasta llegar a la concepción post-moderna de una ciudad que sobrepasa o desestima todas las proporciones humanas y opera según la lógica de las estructuras funcionales que buscan un máximo aprovechamiento del espacio” (Ampuero, Imagen de la ciudad en la literatura hispanoamericana y Chilena contemporánea, 2014, pág. 23).

## 9. Estructura Urbana.

“La estructura urbana incide sobre el nivel de consumo del suelo, de tal manera que cuanto más importante es la concentración urbana (policentrismo), menor es el consumo de suelo y menor es su dispersión a lo largo del territorio” (Fernández, pág. 10).

Según Trullén y Boix (2003), el policentrismo se define como una estructura donde existen **núcleos** del sistema urbano **con altas concentraciones de población y empleo** que influyen sobre el sistema de la estructura urbana, teniendo **poca dependencia con el centro** metropolitano

“Es el soporte de la ciudad y su representación, pero no como si fuera una fotografía donde pueden apreciarse los detalles y hechos circunstanciales, sino una síntesis donde aparecen aquellas actividades, espacios y relaciones que tienen una cierta perdurabilidad en el tiempo. Está conformada por elementos físicos pero que no se agota en lo meramente constructivo, sino que se trata de espacios sociales en los cuales se alberga la misma vida humana. Es un conjunto de elementos urbanísticos y arquitectónicos del pasado que aún tienen una presencia concreta en el presente y han de condicionar el futuro. Los elementos componentes de la Estructura Urbana son: el suelo, el uso del suelo, las interrelaciones y los conflictos y tendencias” (Vigliocco & Meda, 1991).

## 10. Ordenamiento Territorial

“El ordenamiento territorial es una normativa, con fuerza de ley, que regula el uso del territorio, definiendo los usos posibles para las diversas áreas en que se ha dividido el territorio, ya sea el país como un todo o una subdivisión político-administrativa del mismo” (Rodríguez, 2013, pág. 12)

Rodríguez resalta la importancia del ordenamiento territorial dentro del desarrollo de una ciudad y a su vez menciona que este tiene la facultad de subdividir el espacio en diferentes áreas con la finalidad de crear zonificaciones estratégicas.

Cuyo enfoque re direcciona el ordenamiento y le da mayor carácter, es importante mencionar que los ordenamientos de los espacios urbanos se rigen en las condiciones sociales económicas y culturales ya que dependiendo de ellas son ubicados los centros poblados y los centros demandantes de atención.

“El ordenamiento territorial es el proceso y resultado de organizar espacial y funcionalmente las actividades y recursos en el territorio, para viabilizar la aplicación y concreción de políticas públicas democráticas y participativas y facilitar el logro de los objetivos de desarrollo. La planificación del ordenamiento territorial constará en el plan de desarrollo y ordenamiento territorial de los Gobiernos Autónomos Descentralizados. La planificación para el ordenamiento territorial es obligatoria para todos los niveles de gobierno.” (LOOTUGS,2016) Art.9.

## **11.4. Marco jurídico.**

### **11.4.1. Constitución Nacional de la República del Ecuador 2008.**

#### **Capítulo segundo Derechos del buen vivir**

##### **Sección primera**

###### **Agua y alimentación**

**Art. 13.-** Las personas y colectividades tienen derecho al acceso seguro y permanente a alimentos sanos, suficientes y nutritivos; preferentemente producidos a nivel local y en correspondencia con sus diversas identidades y tradiciones culturales. El Estado ecuatoriano promoverá la soberanía alimentaria.

**Art. 14.-** Reconoce el derecho pleno de la población a vivir en un ambiente sano ecológicamente equilibrado, que además garantice el funcionamiento del buen vivir.

### **11.4.2. Plan Nacional de Desarrollo Toda una Vida 2017-2021.**

#### **Estrategia Territorial Nacional.**

La Estrategia Territorial Nacional (ETN) identifica las necesidades en parte del Ecuador, para definir qué hacer, dónde hacer y cuáles son los responsables de cada acción que se ejecuta en el territorio, para mejorar las condiciones de vida de todas y todos, además mantiene una estructura dinámica y proactiva hacia la gestión del espacio físico y de las actividades humanas sobre este; la **ETN implica la construcción de lineamientos que favorezcan la articulación, coordinación y prelación de instrumentos de planificación, gestión y ordenamiento territorial.** Estas tendencias responden a una necesidad de dar seguimiento permanente a las políticas, actividades, requerimientos, intereses e impactos en referencia a los aspectos económicos, sociales y ambientales del territorio. Es por ello que la planificación del desarrollo y del ordenamiento territorial constituye parte de un proceso continuo y cíclico, que puede tener diversas fases de formulación y alineamiento a partir de procesos permanentes de monitoreo, seguimiento y evaluación.

El objetivo es orientar las intervenciones hacia una mejor calidad de vida de la población, mediante la definición de políticas, programas y proyectos de aplicación en el territorio, que contribuyan a una asignación equitativa y transparente de los recursos públicos.

Entre los lineamientos vinculados a esta investigación son:

Directrices	Lineamientos
a) Reducción de inequidades sociales y territoriales.	<b>A.4).</b> Implementar medidas arquitectónicas y urbanísticas que propendan a la accesibilidad universal a equipamientos públicos y servicios básicos.
	<b>A.5).</b> Implementar sistemas constructivos seguros y energéticamente eficientes en zonas de alta exposición a amenazas de origen natural y antrópico.
	<b>A.6).</b> Desarrollar espacios públicos seguros, inclusivos y accesibles, que propicien la interacción social e intergeneracional, las expresiones culturales, la participación política y el encuentro con la naturaleza.
d) Impulso a la productividad y la competitividad sistémica a partir del potenciamiento de los roles y funcionalidades del territorio	<b>D.1).</b> Planificar el desarrollo económico sobre la base de la compatibilidad de usos y la vocación territorial, sus diversidades culturales y sus dinámicas socio-ambientales.
e) Consolidación de modelos de gestión descentralizada y desconcentrada, con pertinencia territorial	<b>E.3).</b> Optimizar la gestión financiera y la recaudación de ingresos propios de los Gobiernos Autónomos Descentralizados, reduciendo la dependencia de transferencias del Presupuesto General del Estado.
	<b>E.5).</b> Elaborar y actualizar de manera integral los modelos de prestación de servicios públicos respecto a estándares, tipologías y modalidades; para garantizar la calidad, accesibilidad, intersectorialidad, pertinencia cultural y territorial, con especial atención en el área rural.
d) Articulación de instrumentos del Sistema Nacional Descentralizado de Planificación Participativa	<b>F.2).</b> Impulsar la elaboración de planes de uso y gestión del suelo, de forma concordante y articulada con los planes de desarrollo y ordenamiento territorial.

**Cuadro 3:** Directrices y Lineamientos de la ETN

**Fuente:** Plan Nacional De Desarrollo Toda Una Vida 2017-2021

**Elaboración:** Investigador Wilson Anchundia

### **11.4.3. Norma INEN (Instituto Ecuatoriano de Normalización) de mercados saludables**

#### **Localización, diseño y construcción**

**4.1.1.2.** El mercado debe contar con infraestructura física, que impida el ingreso de animales y facilite el control de plagas, así como otros elementos del ambiente exterior como polvo y materias extrañas, con la finalidad de mantener las condiciones sanitarias.

**4.1.1.3.** La construcción debe ser sólida y disponer de espacio suficiente para la instalación, operación y mantenimiento de los equipos y puestos de comercialización, así como para el movimiento del personal, usuarios y el traslado de materiales y alimentos,

**4.1.2.1.** El mercado debe ser distribuido y señalizado de manera que facilite el flujo de trabajo siguiendo de preferencia el principio de flujo hacia delante. La señalización debe realizarse de acuerdo a la NTE INEN 439.

#### **NTE INEN 439.**

##### **1. Objeto**

**1.1** Esta norma establece los colores, señales y símbolos de seguridad, con el propósito de prevenir accidentes y peligros para la integridad física y la salud, así como para hacer frente a ciertas emergencias.

##### **4. Simbologías.**

4.1 En esta norma significan:

**A** - Área (m<sup>2</sup>).

**I** - Distancia (m).

**x, y** - Coordenadas cromáticas

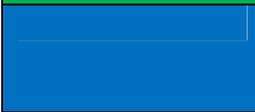
**b** - Factor de luminancia.

**a** - Angulo de observación.

**e** - Angulo de entrada (incidencia).

## 5. Disposiciones generales.

5.1.1. El cuadro 4 establece los tres colores de seguridad, el color auxiliar, sus respectivos significados y da ejemplos del uso correcto de los mismos.

COLOR	SIGNIFICADO	EJEMPLO DE USO
	Alto Prohibición	Señal de parada Signos de prohibición Este color se usa también para prevenir fuego y para marcar equipo contra incendio y su localización.
	Atención Cuidado peligro	Indicación de peligros (fuegos, explosión, envenenamiento etc.) Advertencia de obstáculos.
	Seguridad	Rutas de escape ,salidas de emergencias, estación de primeros auxilios .
	Acción obligada *) Información	Obligación de usar equipos de seguridad personal. Localización del teléfono.
*)El color azul se considera color de seguridad solo cuando se utiliza en conjunto con un círculo.		

**Cuadro 4:**Colores de seguridad y significado

## 5.2 Colores de contraste

5.2.1 Si se requiere un color de contraste, éste debe ser blanco o negro, según se indica en el cuadro 5.

Color de seguridad	Color de contraste
Rojo	Blanco
Amarillo	Negro
Verde	Blanco
Azul	Blanco

**Cuadro 5:**Colores de contraste

### 5.3. Señales de seguridad.

5.3.1 Los cuadros 6-7-8-9 establecen las formas geométricas y sus significados para las señales de seguridad.

N°.	SEÑAL DE SEGURIDAD	SIGNIFICADO
1.1		Prohibido fumar
1.2		Prohibido fuego llama abierta y prohibido fumar.
1.3		Prohibido el paso a peatones
1.4		Prohibido usar agua como extintor al fuego.
1.5		Prohibido beber agua no potable.
1.6		Prohibido el paso de automotores.

**Cuadro 6:**Señales de Seguridad

N°.	SEÑAL DE SEGURIDAD	SIGNIFICADO
2.1		Atención peligro Tener cuidado.
2.2		Cuidado Peligro de fuego.

**Cuadro 7:**Señales de Seguridad

N°.	SEÑAL DE SEGURIDAD	SIGNIFICADO
3.1		Primeros Auxilios
3.2		Indicación de dirección general a.....
3.3		Indicación de dirección de estación a primeros auxilios.
3.4		Teléfono localización.
3.5		Timbre localización.

**Cuadro 8:**Señales de Seguridad

N°.	SEÑAL DE SEGURIDAD	SIGNIFICADO
5.1		Extintor
5.2		Alarma sirena de incendios.

**Cuadro 9:**Señales de seguridad

#### 5.4 señales auxiliares

**5.4.1** Las señales auxiliares deben ser rectangulares. El color de fondo será blanco con texto en color negro. En forma alternativa, se puede usar como color de fondo, el color de seguridad de la señal principal, con texto en color de contraste correspondiente.

**4.1.2.4.** Las paredes de los puestos de comercialización deben tener una superficie lisa de baldosa o pintura lavable hasta una altura mínima de 2 m.

**4.1.2.8.** Los pisos deben tener una pendiente mínima de 2 % que permita el drenaje de efluentes líquidos provenientes de la limpieza.

**4.1.2.14.** Los pasillos no deben ser utilizados como áreas de almacenamiento.

### **4.1.3 Iluminación y ventilación.**

**4.1.3.3.** La ventilación puede ser natural o artificial, directa o indirecta para reducir al mínimo la contaminación de los alimentos transmitida por el aire.

**4.1.4.1.** El mercado debe contar con instalaciones sanitarias como servicios higiénicos, duchas y vestidores dotados de facilidades higiénicas, en cantidad suficiente e independiente para hombres y mujeres y con accesibilidad para personas con discapacidad según la NTE INEN 2293.

**A.1.** Para la dotación de servicios sanitarios en comercios se considerará las siguientes relaciones: Para comercios con área de hasta 100 m<sup>2</sup> de área utilizable: media batería de uso privado.

1. Para comercios agrupados o no en general, mayores a 100 m<sup>2</sup> y hasta 1 000 m<sup>2</sup> de área utilizable: media batería de uso y acceso público por cada 250 m<sup>2</sup> de área utilizable, distribuidos para hombre y mujeres.
2. Para comercios agrupados o no en general, mayores a 1 000 m<sup>2</sup> y menores a 5 000 m<sup>2</sup> de área utilizable, con excepción de las áreas de bodegas y parqueos, serán resueltos con baterías sanitarias de uso y acceso público distribuidas para hombres y mujeres, a través de la siguiente norma:
  - Inodoro por cada 500 m<sup>2</sup> de área utilizable o fracción mayor al 50 %.
  - Lavabos por cada cinco inodoros. - 2 urinarios por cada cinco inodoros de hombres, al que se añadirá un urinario de niños por cada dos de adultos.
  - Una estación de cambio de pañales de 0,60 metros x 0,60 metros, que estará incorporada en el área de lavabos de las baterías sanitarias de mujeres. - Serán ubicados en cada piso, de tener varios niveles.

- Se incluirá una batería sanitaria adicional para personas con movilidad reducida, según lo especificado en la NTE INEN 2293

#### **i. Ordenanzas, normas de urbanismo y arquitectura del Cantón Manta 2018.**

##### **Principales elementos espaciales del mercado.**

La construcción debe disponer de espacios necesarios para la operación, utilización y mantenimiento de los equipos funcionales y puestos de comercialización, además de ello se debe considerar la circulación de los usuarios.

- El mercado debe contar con sistemas de drenajes para evacuar las aguas lluvias y residuales.
- Norma de uso 12 – 16 m<sup>2</sup> por puesto.
- Capacidad por unidad 120 a 140 habitantes por puesto
- Dimensión óptima 120 a 180 puestos, la capacidad de un mercado es de 70 puestos por cada 10.000 habitantes; 350 puestos por cada 50.000 habitantes.
- 1 estacionamiento por cada 5 puestos.
- Los mercados ubicados en barrios tendrán un radio de influencia de 670 metros.
- Superficies óptimas para la construcción de mercados: 3.500 a 5.000 m<sup>2</sup>.

##### **Áreas internas.**

- El mercado debe estar distribuido y señalizado de manera que facilite su uso y orientación dentro del mismo.
- Las uniones de paredes deben ser cóncavas en las áreas destinadas a la preparación de alimentos para facilitar la limpieza total de la esquina.
- Los pisos deben tener una breve inclinación equivalente al 2% para permitir la evacuación de los líquidos provenientes de la limpieza.
- Los pasillos no deben ser usados como lugares para la colocación de los productos.

### **Circulación peatonal interna mínima.**

- Pasillos en áreas de primera categoría ancho mínimo de 4.00 metros.
- Pasillos en áreas de segunda categoría ancho mínimo de 2.00 metros.
- Pasillos en áreas de tercera categoría ancho mínimo de 1.25 metros.

### **11.5. Modelos de repertorios.**

Esta investigación se proyecta a partir de los lineamientos de generar una propuesta de un mercado minorista el cual tiene la finalidad de contribuir a desarrollo de las actividades comerciales de manera organizada y a su vez permitir que la degradación del espacio público se minimice parcialmente hasta lograr una configuración espacial acorde a los aspectos funcionales.

La visión del proyecto se centra específicamente en los siguientes aspectos:

- Implementación de un área destinada a las actividades comerciales.
- Mejoramiento de la atención al cliente
- Recuperación de la imagen urbana del sector.

Los siguientes modelos de repertorios han sido tomados como referencia ya que se encuentran implantados en zonas similares a la que se está analizando, además de ello son construcciones relativamente nuevas, cabe recalcar que mediante su estudio se enfatizarán los puntos más importantes y relevantes para ser considerados en la propuesta.

### 11.5.1 MERCADO CENTRAL DE MANTA.

**Delimitación espacial.** Se encuentra ubicado en el centro de Manta entre las calles 11 y 12 y las avenidas 15 y 16 respectivamente.



**Ilustración 2:** Ubicación del área de estudio

**Elaboración:** Wilson Anchundia en base a mapa de Google Earth.

**A. Antecedentes.** El mercado se construyó entre las avenidas en el mandato de la Junta Militar de ese entonces a través del Ministerio de la Hacienda, el 21 de mayo del año 1964, el centro de abasto llegó allí después de haber funcionado desde sus orígenes en el sitio donde hoy se encuentra la plaza cívica Eloy Alfaro, que antes era un terreno sin ninguna estructura que acogía a los vendedores de verduras, aves de corral en general víveres de toda especie. Y lo inauguró el ministro de fomento José Corcino Cárdenas.

Desde su restauración en el año 2010 ha ido mejorando su infraestructura.

Sistema de soterramiento de basura.

Un sistema eólico para dispersión de humo de los comedores.

Una Unidad de Policía Comunitaria (UPC).

1 sistema de montacargas.

Una rampa en el exterior para el acceso de personas en sillas de ruedas.

Esta se llevó a cabo en el año 2009, se implementó un sistema soterrado para la recolección de basura, mientras que por la planta alta se depositaría en un recolector subterráneo a través de un ducto.

Con el terremoto del 16 de Abril 2016 sufrió afectaciones por lo cual se realizaron mejoras que incluyen reforzamiento de la estructura, remodelación del patio de comida, trampa de grasas en cocina, extractores eólicos que evitan malos olores, nueva escalera eléctrica incorporación de 8 islas comerciales, cambio de tubería de agua potable, reparación de escaleras fijas, mejoras en los sistemas eléctricos nueva cámara frigorífica de cárnicos, y volvió a abrir sus puertas el 28 de abril del 2018.

### **B. Calidad Biosaludable.**

El mercado Central de Manta busca acreditarse como un mercado biosaludable a través del ministerio de salud pública se ubicaron servicios higiénicos con urinarios y lavamanos para niños, cambiadores de ropa para bebés y duchas para los comerciantes.



**Fotografías 1:** Mercado Central de Manta

**Fuente:** Investigador Wilson Anchundia (Mayo 2019).

### **C. Aspectos a considerar.**

- Capacidad de doscientos cincuenta puestos de ventas, distribuidos entre abarrotes, legumbre, frutas y productos cárnicos.
- 1 cámara frigorífica de cárnicos y 1 de mariscos.
- 20 locales de comida.
- Escaleras eléctricas.
- Sistema de soterramiento de basura.
- Un sistema eólico para dispersión de humo de los comedores.
- Una Unidad de Policía Comunitaria(UPC).
- 1 sistema de montacargas.
- Una rampa en el exterior para el acceso de personas en sillas de ruedas.

### E. Criterio Funcional.

- Distribuidos en 2 plantas
- En la planta baja se encuentra los locales de cárnicos, cerdos y pollos pescados y mariscos, condimentos y baterías sanitarias.
- En la planta alta existen los espacios la administración local de frutas y verduras, proteico patio de comida y baterías sanitarias.
- La distribución del área libre incluye la zona de parqueaderos área de carga y descarga, rampas patio de comida, y áreas de circulación.
- Servicios generales tenemos escaleras eléctricas, montacargas y área para el lavado de las frutas y verduras, y mariscos, cisterna de alta capacidad para incendios, generador eléctrico de respaldo de energía.

La predisposición funcional del mercado se ve organizada a partir del eje central de los conectores verticales (escaleras) que distribuyen los espacios de ventas en planta baja como en la primera planta de manera secuencial siguiendo un mismo patrón lineal lo cual permite obtener amplitud en los pasillos tanto en el eje X con en el eje Y, por otra parte la funcionalidad de los servicios varios como por ejemplo el de limpieza supone un punto importante a tener en consideración ya que este no se encuentra visiblemente apreciable por el hecho de que es llevado por un ducto que va desde la planta alta hasta una cámara subterránea. De cierta forma la funcionalidad espacial de este mercado se ve influenciado por seguir un eje central y por la parte formal hablando explícitamente tanto de la iluminación natural como la creada a partir de sistemas arquitectónicos (colores interiores) y eléctricos (sistemas led).



**Fotografías 2:** Locales de Frutas y verduras-Locales de cárnicos-Locales de Pollos

**Fuente:** Investigador Wilson Anchundia (Mayo 2019).



**Fotografías 3:** Locales de Mariscos- Locales de Cerdos-Locales de Pescado  
**Fuente:** Investigador Wilson Anchundia (Mayo 2019).



**Fotografías 4:** Locales de condimentos-Locales de abarrotes-Patio de comida  
**Fuente:** Investigador Wilson Anchundia (Mayo 2019).



**Fotografías 5:** Escaleras eléctricas-ingreso Principal-Ducto de basura  
**Fuente:** Investigador Wilson Anchundia (Mayo 2019).



**Fotografías 6:** Cuarto de generadores-cisterna-ingreso secundario  
**Fuente:** Investigador Wilson Anchundia (Mayo 2019).

## F. Criterio Formal.

La estética del mercado Central de Manta se ve enmarcada por los dos grandes prismas rectangulares que se encuentran yuxtapuestos entre sí, donde el prisma superior al ser de mayor dimensión da la visual de estar suspendido en la nada, como en el caso de la **Villa Savoye de Le Corbusier**, es importante mencionar que tanto las grandes aberturas horizontales (espacios de ventilación o ventanas) como los colores aplicados al volumen alivianan la estructura visualmente, todo esto hace que el mercado se vea representado como un espacio amplio monumental (portento, rampa, pilares de tonalidades grises que van desde el suelo hasta el nivel más alto del prisma superior) y moderno, este último por la aplicación de materiales modernos en sus acabados como el Alucobond, aluminio y las luces led.

En conclusión, el diseño, la predisposición de los volúmenes y el juego de las tonalidades aplicadas juegan un rol muy importante en la visual formal de este mercado.



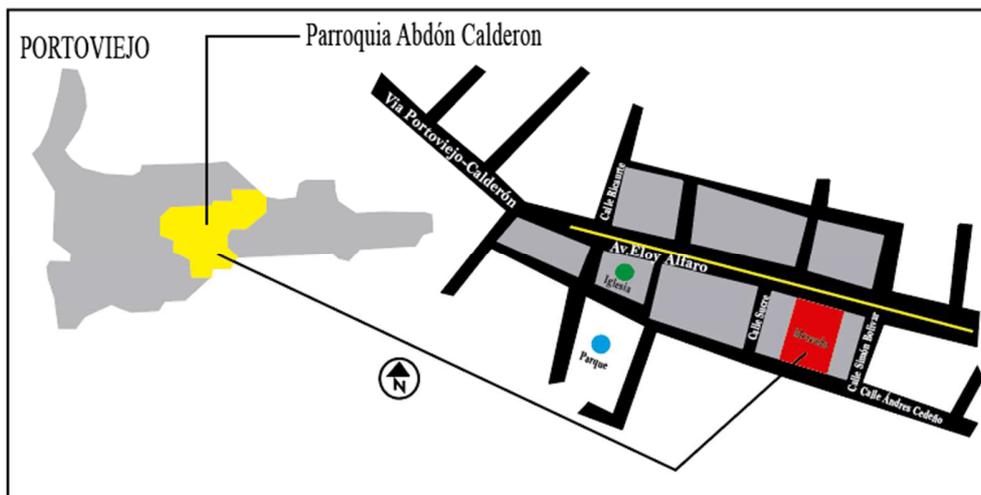
**Fotografías 7:** Mercado Central del Cantón Manta  
**Fuente:** Investigador Wilson Anchundia (mayo 2019).

## Conclusión.

Entre los aspectos más preponderantes que ofrece el Mercado Central de la Ciudad de Manta, es la disposición del sistema de ventilación natural dados a través de las celosías que se encuentran en los grandes ventanales, la distribución de las áreas de ventas y la disposición de las zonas de rampas para permitir a las personas con capacidades especiales acceder a la planta alta, estos son los aspectos que tomamos en cuenta para elaborar nuestra propuesta.

### 11.5.2 MERCADO ABDÓN CALDERON DE PORTOVIEJO.

**A Delimitación espacial.** Se encuentra ubicado en la Parroquia Abdón Calderón del Canton de Portoviejo entre las calles Sucre, Andrés Cedeño y Simón Bolívar.



**Ilustración 3:** Ubicación del área de estudio  
**Elaboración:** Wilson Anchundia en base a mapa de Google Earth.

## **B. Antecedentes.**

En el año 2015 los comerciantes trabajaban en un mercado que no disponía de las mínimas condiciones, tanto físicas como sanitarias, que cumplan con los estándares dispuestos por los organismos rectores, luego de que el mercado colapsó por el terremoto del pasado 16 de abril del año 2016, el Municipio de Portoviejo realizó las gestiones para construir un moderno centro de abastos que devuelva la hegemonía comercial al sector.

Con este proyecto se brinda un espacio acorde a las necesidades de los comerciantes, convirtiéndose así en una muestra más de la gestión realizada por el Gobierno Nacional y financiado con dinero del Plan Reconstruyo Ecuador, y ejecutado por la empresa pública Ecuador Estratégico en un área de 8,000 m<sup>2</sup> y se realizó con una inversión de 6,1 millones de dólares, fue inaugurado en el año 2018.



**Fotografías 8:** Render del Mercado Abdón Calderón  
**Fuente:** Empresa Pública Ecuador Estratégico

## **C. Aspectos a considerar.**

- Este proyecto se implanta en un área de 8.000 m<sup>2</sup> de terreno, cuya construcción abarca cerca de 7000 m<sup>2</sup> distribuidos en dos plantas
- Los puestos de ventas serán de 5,4 m<sup>2</sup> cada uno.

- La plataforma comercial albergará doscientos setenta y uno comerciantes beneficiando directamente a más de 45.000 personas.
- 100 puestos para productos genéricos – área total 540 m<sup>2</sup>
- 72 puestos para productos proteicos – área total 388,8 m<sup>2</sup>
- 28 puestos para abastos – área total 151,2 m<sup>2</sup>
- 27 puestos de artículos varios no alimentarios.
- 25 puestos para la venta de mariscos – área total 135 m<sup>2</sup>.
- 19 puestos de comida con corredor – área total 102 m<sup>2</sup>, dispuesto para 200 personas.
- 13 andenes de carga y descarga
- Áreas de servicios bancarios y farmacias.
- Sistema de montacargas
- Rampas de acceso inclusivo tanto internas como externas para facilitar la movilización de las personas en sillas de ruedas.
- Escaleras eléctricas

#### **D. Criterio Funcional.**

La construcción abarca cerca de 7000 m<sup>2</sup>, está distribuida en dos 2 plantas.

En la planta baja se encuentra los locales de carnes, frutas, legumbres, abarrotes y una farmacia.

En la planta alta existen los espacios de locales de bisutería, zapatos y ropa y ventas de celulares encontramos también las oficinas de Porto aguas, Cnel.

La distribución del área libre incluye la zona de parqueaderos área de carga y descarga, rampas patio de comida, para 200 personas y áreas de circulación.

Servicios generales. - escaleras eléctricas, montacargas y área para el lavado de las frutas y verduras, cisterna de alta capacidad para incendios, generador eléctrico de respaldo de energía.



**Fotografías 9:** locales de pollos- Locales de cárnicos-Locales de Abarrotes  
**Fuente:** Investigador Wilson Anchundia (mayo 2019).



**Fotografías 10:** Locales de Mariscos- Locales de Embutidos-Locales de verduras  
**Fuente:** Investigador Wilson Anchundia (mayo 2019).



**Fotografías 11:** Locales de comida rápida-Farmacia-Locales de servicio técnico  
**Fuente:** Investigador Wilson Anchundia (mayo 2019).



**Fotografías 12:** Locales de producto medicinales-Patio de comida-Locales no alimenticios  
**Fuente:** Investigador Wilson Anchundia (mayo 2019).



**Fotografías 13:** Escaleras eléctrica-locales de comida-salida de emergencia  
**Fuente:** Wilson Anchundia (Mayo 2019)

## E. Criterio Formal.

La aplicación del metal tanto en la estructura de soporte como en las fachadas del Mercado Abdón Calderón de Portoviejo como elemento decorativo permite divisar un bloque monumental donde visualmente se presenta como una estructura liviana y poco sobrecargada, es por ello que la conjugación lineal se convierte en el punto de inflexión formal a tomar en consideración, además de ello la ondulación de las líneas curvas que se hacen presente en el escalonamiento de las cubiertas suavizan la proyección visual.

Es importante mencionar que el aspecto formal del mismo se compenetra con la funcionalidad es decir se conjugan entre sí lo cual nos permite visualizar un elemento legible que denota no sólo por su fachada, estructura, aplicación de tonalidades y ambiente las funciones que allí se realizan.



**Fotografías 14:** Fachadas del Mercado Abdón Calderón  
**Fuente:** Investigador Wilson Anchundia (Mayo 2019)

## **Conclusión.**

Es importante mencionar que los aspectos más preponderantes que ofrece el Mercado Abdón Calderón de Portoviejo a tomar en consideración son:

- La predisposición funcional de los espacios internos de venta.
- La integración de la estructura soportante como elemento decorativo de fachada, que a la vez nos permiten aprovechar la luz y ventilación natural en el interior del mercado, esto sin duda nos da pautas para llegar a plantear una estructura sustentable.

## 12.- CAPITULO 2 - MARCO REFERENCIAL.

### 12.1. Información básica.

El área de estudio se encuentra ubicada en el sector Santa Lucía perteneciente a la parroquia Eloy Alfaro de la ciudad de Manta y comprende a las calles 319 A, 320, 321, 322 conjuntamente con las avenidas 214, 215 y 216, abarcando una superficie de 39.453 m<sup>2</sup>.



**Ilustración 4:**Ubicación Satelital del área de estudio  
**Elaboración:** Investigador Wilson Anchundia en base al plano de Manta

#### 12.1.1. Población.

La población de la parroquia Eloy Alfaro actualmente es de 40.000 habitantes según fuente del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Manta 2016 (PDOT)

Cabe recalcar que el centro del Sector Santa Lucía tiene solamente un 1.15 % de la población total de la parroquia.

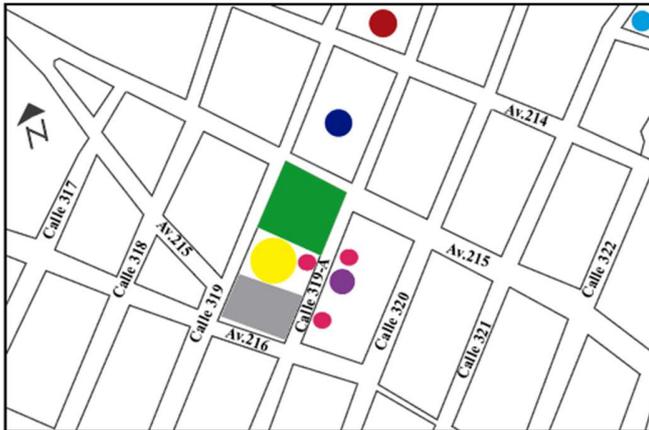
### 12.1.2. Entorno Urbano.

El entorno urbano del sector Santa Lucía comprende los siguientes elementos naturales y construidos.

#### Elementos naturales del entorno:

- Áreas verdes (parque)

**Elementos construidos del entorno:** Se pueden observar en el siguiente grafico



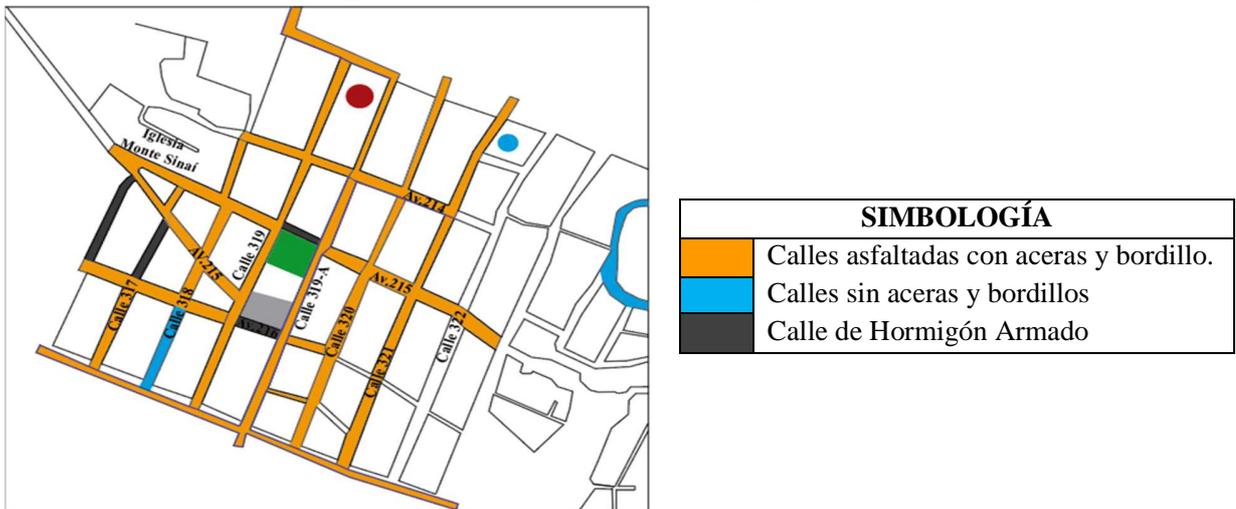
SIMBOLOGÍA	
1	Parque Central de la Parroquia
2	Iglesia San Patricio
3	Guardería San Ignacio de Loyola
	Centro de salud Daniel Acosta Rosales
	Supermercado Tía
	Farmacias
	Unidad Educativa Carlos Polit Ortiz G
	Cuerpo de Bomberos



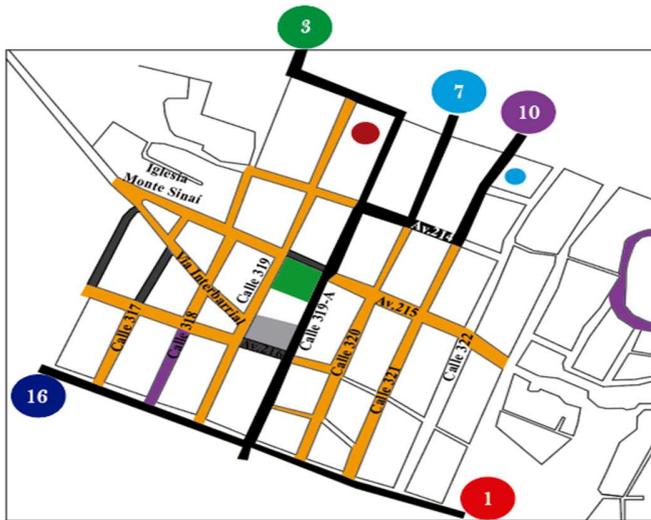
**Ilustración 5:** Ubicación de los elementos construidos del sector  
**Elaboración:** Investigador Wilson Anchundia en base a plano de Manta.

### 12.1.3. Infraestructura y servicios básicos.

- A. Transporte.** Las líneas de buses urbanos de Manta # 1, 3, 7, 10 y 16 prestan el servicio de transporte público a este sector.
- B. Calles.** Las calles en su mayoría se encuentran pavimentadas y en buenas condiciones, así mismo cuentan con aceras y bordillos.
- C. Agua potable.** Al ser un área consolidada de la ciudad, cuenta con todos los servicios básicos con agua potable y una estación de bombeo, alumbrado público, y alcantarillado sanitario.
- D. Alcantarillado.** El sector cuenta con el servicio de alcantarillado desde hace ya 10 años.
- E. Energía eléctrica.** El sistema de energía eléctrica cubre el total del sector
- F. Telefonía.** El sistema de telefonía está prácticamente distribuido por todo el sector
- G. Internet.** El sector cuenta con el servicio de internet tanto privado como público.
- H. Desechos sólidos.** La recolección de los desechos sólidos se realiza diariamente en horas de la mañana por el camión recolector municipal.



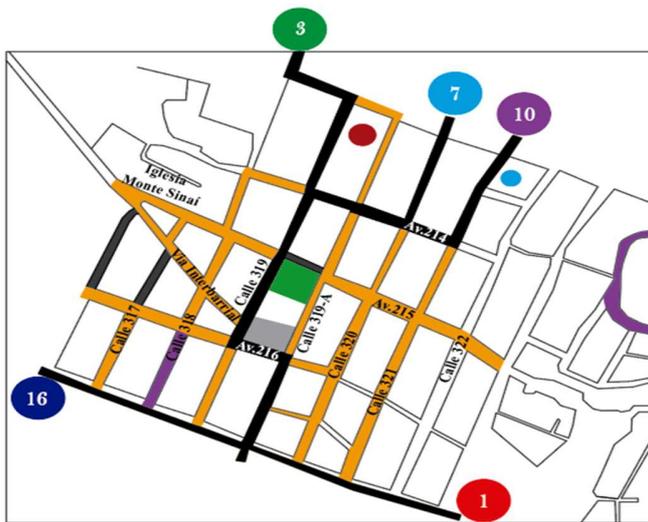
**Ilustración 6:** Calles  
**Fuente:** Investigador Wilson Anchundia



SIMBOLOGÍA	
	Recorrido de salida de buses
	Micro #1
	Micro # 3
	Micro # 7
	Micro # 10 (Vía Interbarrial)
	Micro # 16 (Vía Interbarrial)

**Ilustración 7:** Recorrido de salida de los buses Urbanos sentido Sur-Norte (Sector)

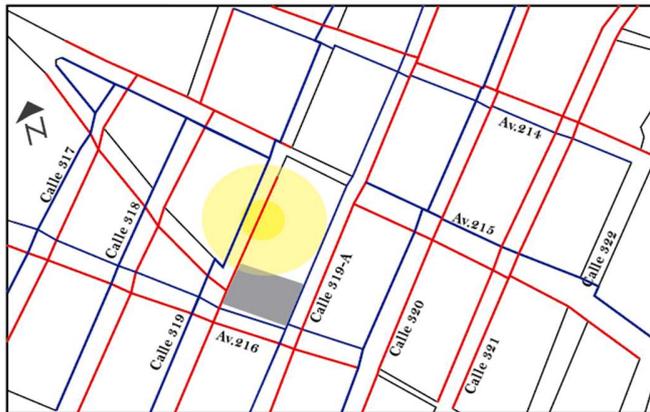
**Fuente:** Investigador Wilson Anchundia



SIMBOLOGÍA	
	Recorrido de salida de buses
	Micro #1
	Micro # 3
	Micro # 7
	Micro # 10 (Vía Interbarrial)
	Micro # 16 (Vía Interbarrial)

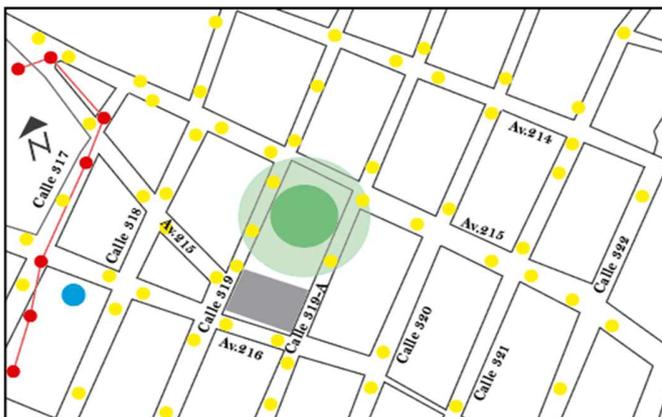
**Ilustración 8:** Recorrido de Entrada de los buses sentido Norte-Sur (Sector)

**Fuente:** Investigador Wilson Anchundia



SIMBOLOGÍA	
<span style="color: red;">■</span>	Red de agua Potable.
<span style="color: blue;">■</span>	Red de Alcantarillado
<span style="color: yellow;">■</span>	Estación de bombeo de agua Potable

**Ilustración 9:** Red de agua Potable  
**Elaboración:** Investigador Wilson Anchundia en base al plano GAD de Manta EPAM



SIMBOLOGÍA	
<span style="color: yellow;">■</span>	Poste de alumbrado Publico
<span style="color: red;">■</span>	Postes de alta tensión
<span style="color: green;">■</span>	Zona de wifi Publico (Cobertura)
<span style="color: blue;">■</span>	Antenas de Internet

**Ilustración 10:** Alumbrado Público antenas de internet y wifi  
**Elaboración:** Investigador Wilson Anchundia en base al plano GAD de Manta EPAM

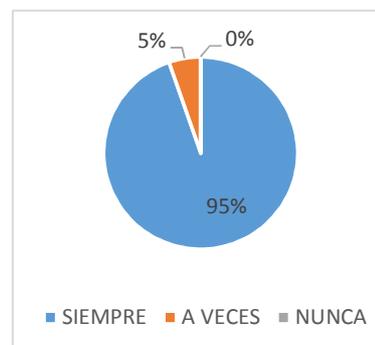
## 12.2. Tabulación de la información.

Mediante la investigación de campo y la debida aplicación a las encuestas realizadas a la población de estudio como herramienta de recolección de datos, se obtuvo información para la obtención del diagnóstico de la situación actual que ha originado el debido análisis para la realización de una Propuesta de mercado minorista para la Parroquia Eloy Alfaro-Sector Santa Lucía de la Ciudad de Manta.”

**1 ¿Con que frecuencia realiza usted sus compras en la feria libre que se lleva a cabo los fines de semana en el centro del sector Santa Lucía de la parroquia Eloy Alfaro de Manta?**

**Tabla 1**

¿Con que frecuencia realiza usted sus compras en la feria libre que se lleva a cabo los fines de semana en el centro del sector Santa Lucía de la parroquia Eloy Alfaro de Manta?		
OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE
SIEMPRE	197	95%
AVECES	11	5%
NUNCA	0	0%
TOTAL	208	100%



**Gráfico 1**

**Elaborado por:** Investigador Wilson Anchundia

**Fuente:** Investigación de campo.

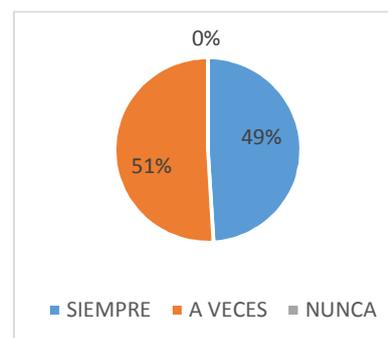
**Análisis.**

La gran mayoría de los encuestados específicamente el 95%, realizan sus compras en la feria libre los fines de semana, solo el 5% realizan sus compras en la feria libre en los días particulares.

**2 ¿Con que frecuencia realiza usted sus compras en la feria libre que se lleva a cabo de lunes a viernes en la cancha la Amistad del sector Santa Lucía de la parroquia Eloy Alfaro de Manta?**

**Tabla 2**

¿Con que frecuencia realiza usted sus compras en la feria libre que se lleva a cabo de lunes a viernes en la cancha la Amistad del sector Santa Lucía de la parroquia Eloy Alfaro de Manta?		
OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE
Todos los días	102	49%
3 veces a la semana	106	51%
1 ves a la semana	0	0%
TOTAL	208	100%



**Gráfico 1**

**Elaborado por:** Investigador Wilson Anchundia

**Fuente:** Investigación de campo.

**Análisis.**

Los porcentajes de la encuesta muestra que el 51% de los encuestados no realizan sus compras diariamente en la feria libre de lunes a viernes, solo el 49% realizan sus compras periódicamente en el sitio.

### 3 ¿Cuál es el motivo por el cual realiza sus compras en la feria libre que se lleva a cabo en el sector?

Tabla 3

¿Cuál es el motivo por el cual realiza sus compras en la feria libre que se lleva a cabo en el sector?		
OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE
Por los bajos costos	73	35%
Por la accesibilidad de los productos	59	28%
Porque se encuentra cerca del sitio	76	37%
TOTAL	208	100%

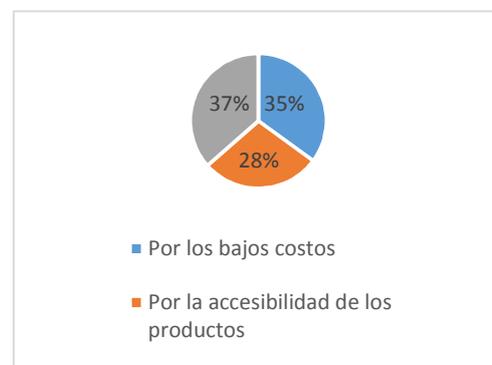


Gráfico 2

Elaborado por: Investigador Wilson Anchundia

Fuente: Investigación de campo.

#### Análisis.

Los porcentajes nos aclaran que el principal motivo por el cual los moradores realizan sus compras en la feria libre es por se encuentran cerca, por los bajos costos y por la accesibilidad de los productos.

### 4 ¿Cree usted que la utilización de la calle actualmente por parte de la feria libre contribuye a degradar la imagen del espacio público?

Tabla 4

¿Cree usted que la expropiación de la calle actualmente por parte de la feria libre contribuye a degradar la imagen del espacio público?		
OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	189	91%
NO	19	9%
NO SABE	0	0%
TOTAL	208	100%



Gráfico 3

Elaborado por: Investigador Wilson Anchundia

Fuente: Investigación de campo.

#### Análisis.

El 91% de los encuestados considera que la expropiación de la calle por parte de la feria libre influye en la degradación de la imagen del espacio público, únicamente 9% considera que esto no tiene nada que ver.

## 5 ¿Considera usted que el comercio informal genera conflictos en el espacio físico del sector Santa Lucía?

Tabla 5

¿Considera usted que el comercio informal genera conflictos en el espacio físico del sector Santa Lucía?		
OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	169	81%
NO	36	17%
NO SABE	3	1%
TOTAL	208	100%



Gráfico 4

**Elaborado por:** Investigador Wilson Anchundia  
**Fuente:** Investigación de campo.

### Análisis.

Los porcentajes denotan claramente que la mayoría de los encuestados consideran que el comercio informal genera conflictos en el espacio físico del sector Santa Lucía, únicamente el 17% no considera que el comercio genere problemas en el espacio físico, por el contrario, se sienten satisfecho por el beneficio que prestan.

## 6 ¿En qué estado se presentan las calles, después de terminar las actividades comerciales por parte de la feria libre?

Tabla 6

¿En qué estado se presentan las calles, después de terminar las actividades comerciales por parte de la feria libre?		
OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE
SUCIAS	104	50%
LLENAS DE RESIDUOS	101	49%
LIMPIAS	3	1%
TOTAL	208	100%

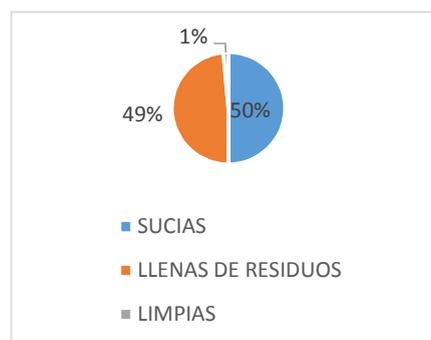


Gráfico 5

**Elaborado por:** Investigador Wilson Anchundia  
**Fuente:** Investigación de campo.

### Análisis.

Concluyendo los resultados de las encuestas, se puede evidenciar que las calles quedan sucias y llenas de residuos a la finalización de las actividades comerciales, no obstante, a esto los encuestados mencionaron que esto produce malestares en diario vivir.

**7 ¿Cree usted que la imagen urbana del espacio público del centro del Sector Santa Lucía se ve afectado por la actividad del comercio informal?**

**Tabla 7**

¿Cree usted que la imagen urbana del espacio público del centro del Sector Santa Lucía se ve afectado por la actividad del comercio informal?		
OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	180	87%
NO	21	10%
NO OPINA	7	3%
TOTAL	208	100%



**Gráfico 6**

**Elaborado por:** Investigador Wilson Anchundia

**Fuente:** Investigación de campo.

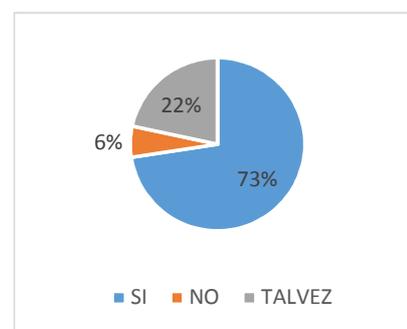
**Análisis.**

El 87% de los encuestados considera que el comercio informal afecta directamente en la imagen urbana del espacio público del Sector Santa Lucía, el 10 % consideran que esto no tiene nada que ver con la afectación de la imagen del sector, por otra parte, del 3% de los encuestados no quiso opinar acerca del tema.

**8 ¿Cree usted que las autoridades municipales deben tomar la iniciativa en la gestión del territorio con respecto a la actividad comercio informal?**

**Tabla 8**

¿Cree usted que las autoridades municipales deben tomar la iniciativa en la gestión del territorio con respecto a la actividad comercio informal?		
OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	151	73%
NO	12	6%
TALVEZ	45	22%
TOTAL	208	100%



**Gráfico 7**

**Elaborado por:** Investigador Wilson Anchundia

**Fuente:** Investigación de campo.

**Análisis.**

La mayoría de los encuestados 73% considera de suma importancia que las autoridades municipales tengan participación dentro de la gestión del territorio con respecto a las actividades del comercio informal, el 22% creen necesario que sea prudente su intervención.

**9 ¿Considera usted pertinente la construcción de un mercado minorista en el terreno donde anteriormente funcionaba la guardería San Ignacio de Loyola?**

**Tabla 9**

¿Considera usted pertinente la construcción de un mercado minorista en el terreno donde anteriormente funcionaba la guardería San Ignacio de Loyola?		
OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	194	93%
NO	14	7%
TOTAL	208	100%



**Gráfico 8**

**Elaborado por:** Investigador Wilson Anchundia

**Fuente:** Investigación de campo.

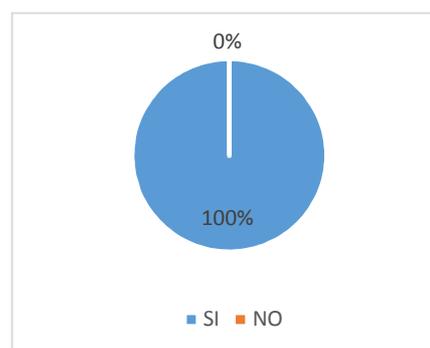
**Análisis.**

El 97% de los encuestados considera de suma importancia la construcción de un mercado minorista para el Sector, por otra parte, el 7% restante no considera que sea buena idea por el hecho de que se ocupará el terreno de una guardería, cabe recalcar que la guardería implicada en este tema ya ha trasladada a otro sitio dentro del sector.

**10 ¿Considera usted que, al implantarse una instalación comercial en el sector, el espacio anteriormente usado, la calle y la avenida pueden ser destinados a un espacio como aporte social al sector?**

**Tabla 10**

¿Considera usted que, al implantarse una instalación comercial en el sector, el espacio anteriormente usado, la calle y la avenida pueden ser destinados a un espacio como aporte social al sector?		
OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	208	100%
NO	0	0%
TOTAL	208	100%



**Elaborado por:** Investigador Wilson Anchundia

**Fuente:** Investigación de campo.

**Análisis.**

El 100% de los encuestados considera que la imagen del sector se vería mejorada mediante la revitalización de los espacios públicos degradados, además de ello mencionan que es muy importante dotar de espacios que aporten mejoras al conglomerado social.

### **12.3 INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.**

El diagnóstico situacional del área de investigación, muestra que el sector Santa Lucía tiene muchos problemas en su estructura urbana tanto funcional como formal, donde el principal desencadenante de los problemas es el crecimiento del comercio informal desorganizado que se encuentra asentado en las calles desde hace más de 13 años, cabe recalcar que dicha problemática también ha significado un gran desarrollo económico en el sector, tanto así que en la vía principal se pueden observar lugares comerciales y administrativos, desde farmacias, heladerías, ferreterías, restaurantes, bancos, agencias de pago de servicios, almacenes de electrodomésticos y víveres.

Los resultados estadísticos de las encuestas realizadas a los habitantes del sector dejan entrever el pensamiento de los ciudadanos con respecto a los pros y contras del comercio informal, por otra parte, los ciudadanos se mostraron muy optimistas con respecto a la idea de que el sector cuente con unas instalaciones adecuadas para la realización de las actividades comerciales donde se dispongan más plazas de trabajo a los comerciales del sector y su ves obtener productos y un servicio de calidad.

Con respecto a la degradación del espacio público por parte del comercio informal que sufre el sector, los moradores en su gran mayoría concluyeron que una vez el comercio informal se transforme en comercio formal y salga de las calles, estos lugares pueden ser recuperados con la finalidad de convertirlos en lugares multifuncionales que aporten al desarrollo social del sector.

### **12.4. PRONÓSTICO.**

Una vez determinado el origen de los problemas del área de investigación y previamente diagnosticados mediante datos estadísticos se puede concretar que el comercio informal es el punto de inflexión dentro del sector Santa Lucía, se determina que si esta problemática no se soluciona a la brevedad posible, los problemas podrían seguirse multiplicando de manera acelerada donde ya no sólo afectarían a la estructura urbana sino que también generaría problemas físicos ambientales y mucho más aun llegaría a afectar al desarrollo del confort de habitabilidad de los moradores a corto, mediano y largo plazo. Es

importante hacer hincapié en que la contaminación ambiental se convierte quizás en uno de los puntos más relevantes dentro de los problemas originados a raíz del comercio informal, la razón de traer a colación esto es que hoy en día no se le visualiza la verdadera importancia que tiene con respecto al desarrollo de una ciudad.

Además de lo mencionado anteriormente podemos concluir que es importante tener en claro que la atención y erradicación de los problemas en etapas iniciales es la clave del éxito con respecto a desarrollar buenas estructuras urbanas donde se fomente el buen vivir de las personas.

## **12.5 COMPROBACIÓN DE LA IDEA PLANTEADA.**

Para la comprobación de la idea planteada o también llamada hipótesis, se hará uso de un cuadro, donde se establecerán los siguientes parámetros:

- Hipótesis
- Variables (dependientes e independiente)
- Parámetros referenciales
- Conclusión.

Cabe recalcar que la finalidad de establecer este método es darle credibilidad o no a la hipótesis establecida, resultante a partir de la unión de las variables tanto dependientes como independientes, las cuales por su parte son el origen central de los problemas encontrados en el diagnóstico de esta investigación, es importante mencionar que la cuadrilla referente a los parámetros, está regida en los resultados porcentuales de la encuesta hecha y cuyas preguntas se acercan a despejar las dudas de las variables previamente a la población del sector Santa Lucía de la parroquia Eloy Alfaro de la ciudad de Manta.

### 12.5.1. Tabla de comprobación de hipótesis

COMPROBACIÓN DE LA IDEA PLANTEADA (HIPÓTESIS)			
HIPÓTESIS	VARIABLE	PARÁMETROS REFERENCIALES	CONCLUSIÓN
La pérdida progresiva del espacio público es ocasionada por la inadecuada gestión del territorio y el comercio informal que se da en el centro de Sector Santa Lucía perteneciente a la Parroquia Eloy Alfaro de la Ciudad de Manta.	PÉRDIDA PROGRESIVA DEL ESPACIO PÚBLICO	El 91% de los encuestados considera que la expropiación de la calle por el comercio informal influye en la degradación del espacio público	El asentamiento del comercio informal en la calle influye directamente en la degradación tanto funcional como formal y urbana de los espacios público del sector.
		El 87% de los encuestados consideran que el comercio informal genera conflictos en el espacio físico del sector Santa Lucía	
	COMERCIO INFORMAL	El 87% de los encuestados considera que el comercio informal afecta directamente en la imagen urbana del espacio público del Sector Santa Lucía	
	GESTIÓN INADECUADA DEL TERRITORIO	El 73% de los encuestados considera de suma importancia que las autoridades municipales tengan participación dentro de la gestión del territorio con respecto a las actividades comerciales	

**Cuadro 10:** Comprobación de la Hipótesis

**Fuente:** Investigador Wilson Anchundia

### **12.5.2. Comprobación de la hipótesis.**

Con respecto a la pérdida progresiva del espacio público el 91% de los encuestados considera que la expropiación de la calle por el comercio informal influye en la degradación del espacio público por otra parte el 87% consideran que el comercio informal genera conflictos en el espacio físico del sector Santa Lucía.

Así mismo el 73% de los encuestados concluye que la decadencia de la gestión del territorio ha dado paso al origen del comercio informal y considera de suma importancia que las autoridades municipales tengan participación dentro de la gestión del territorio con respecto a las actividades comerciales.

A partir de los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a los habitantes del Sector Santa Lucía de la Parroquia Eloy Alfaro de la Ciudad de Manta, donde se plantea el desarrollo de una propuesta de un mercado minorista, se logró concretar mediante el análisis de los porcentajes arrojados en cada pregunta que las condiciones del área de estudio son deficientes por la efecto que produce el comercio carente de organización, además de ello se logró determinar y concluir que la pérdida progresiva del espacio público del sector se produce a partir de la gestión inadecuada del territorio y el crecimiento del comercio informal que se da en pleno centro del sector en mención. Estos datos obtenidos nos corroboraron la situación problemática proyectada previamente en el desarrollo de la investigación, por tales razones, se establece que la hipótesis está satisfactoriamente comprobada.

## **13.- CAPITULO 3 –PROPUESTA.**

### **13.1. Análisis del sistema arquitectónico urbano.**

La razón principal que motiva el desarrollo de esta investigación la de generar una propuesta que considere los requerimientos de los ciudadanos y comerciantes con respecto a la realización de la actividad comercial de manera idónea, y que logre minimizar progresivamente el deterioro del espacio público, el cual es el principal punto de inflexión que afecta tanto a la movilidad, aspecto formal y funcional del sector Santa Lucía que repercute directamente en las condiciones de habitabilidad.

Consecuente a esto se ha generado una propuesta de carácter arquitectónica-urbano, que no solo va dirigida a atender el problema ya mencionado, sino que su finalidad tiene varias connotaciones, como: mejorar la imagen del sector, la armonía entre lo arquitectónico y lo urbano, mejorar las actividades que se realizan en el espacio público, mediante la agrupación y organización del dinamismo comerciales que se realizan en la vía pública, dentro de una instalación “de primer orden” que responda a las exigencias locales y del entorno.

### **13.2. Aspectos Funcionales.**

Una vez concluido el diagnóstico se logró determinar y establecer que el principio del concepto de la zonificación debe considerarse desde la función de dividir el elemento propiamente dicho (propuesta) en varias áreas que sean afines y congruentes entre sí, con respecto a las necesidades de los usuarios y comerciantes.

Por ello la zonificación del mercado minorista se ve marcada por 6 zonas específicas, que cada una de ellas contienen un número determinado de áreas, cabe mencionar que la zonificación y el emplazamiento de cada zona fue predispuesta en un sitio específico con la finalidad de promover un libre acceso y evacuación de los usuarios, tener cercanía al área de suministro del agua potable, evacuación de desperdicios y área de carga de y descarga.

Siendo su ubicación estratégica y fácil acceso de los barrios aledaños, lo cual lo convertiría en un centro de abastecimiento con gran afluencia.

Lo que se logra con ello es ante todo no alterar el espacio físico funcional y generar un sistema de ejes centrales (pasillos) los mismos que cumplen la función de conectar todas las áreas facilitando la movilidad de las personas dentro del mercado, cabe recalcar que estos ejes parten desde los 2 accesos del mercado y también desde los conectores verticales (escaleras y ascensor), a continuación, se enlistan las 6 zonas que contempla la propuesta del mercado minorista del sector Santa Lucía:

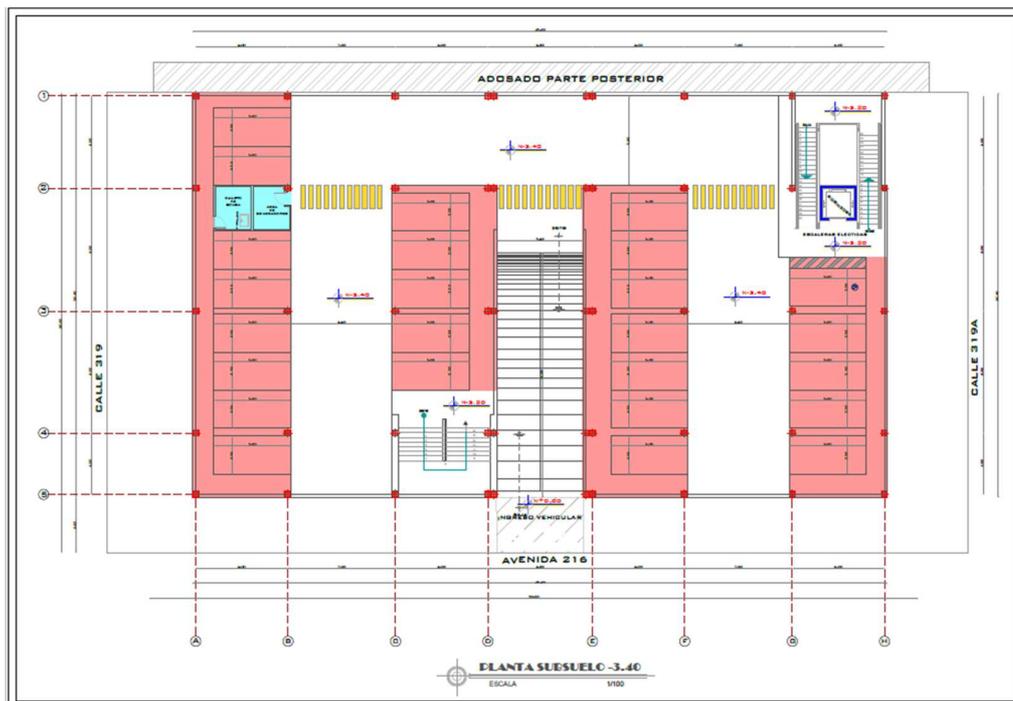
<b>SIMBOLOGÍA</b>	
	1.-Zona de Congelación y Refrigeración
	2.-Zona de Ventas de Productos
	3.-Zona Complementaria
	4.-Zona de alimentos Preparados
	5.-Zona Administrativa
	6.-Zona de Servicio

Planta Subsuelo -3,40m.- La zona complementaria estará formada por 25 parqueaderos de 2,50m de ancho por 5,00m de largo cuenta con un ingreso y salida vehicular de 5,60m de ancho y 16,00m la rampa tiene una pendiente del 8% de acuerdo a la norma NTE INEN 2245. Contiene dos accesos los cuales tienen ascensor y escaleras para subir a los niveles siguientes .

Contará con una zona de servicio con espacios formados por; área de generadores y cuarto de bomba.

El mercado se abastecerá de agua potable mediante la red pública, el agua se almacenará en una cisterna ubicada en el subsuelo en el nivel -3,40m.

El suministro de líquido vital hacia los locales de cárnicos pescado y mariscos, locales de comida y baterías sanitarias será a través de un sistema hidroneumático con 2 bomba con potencia de 2HP.



SIMBOLOGÍA	
	Zona complementaria
	Zona de servicio

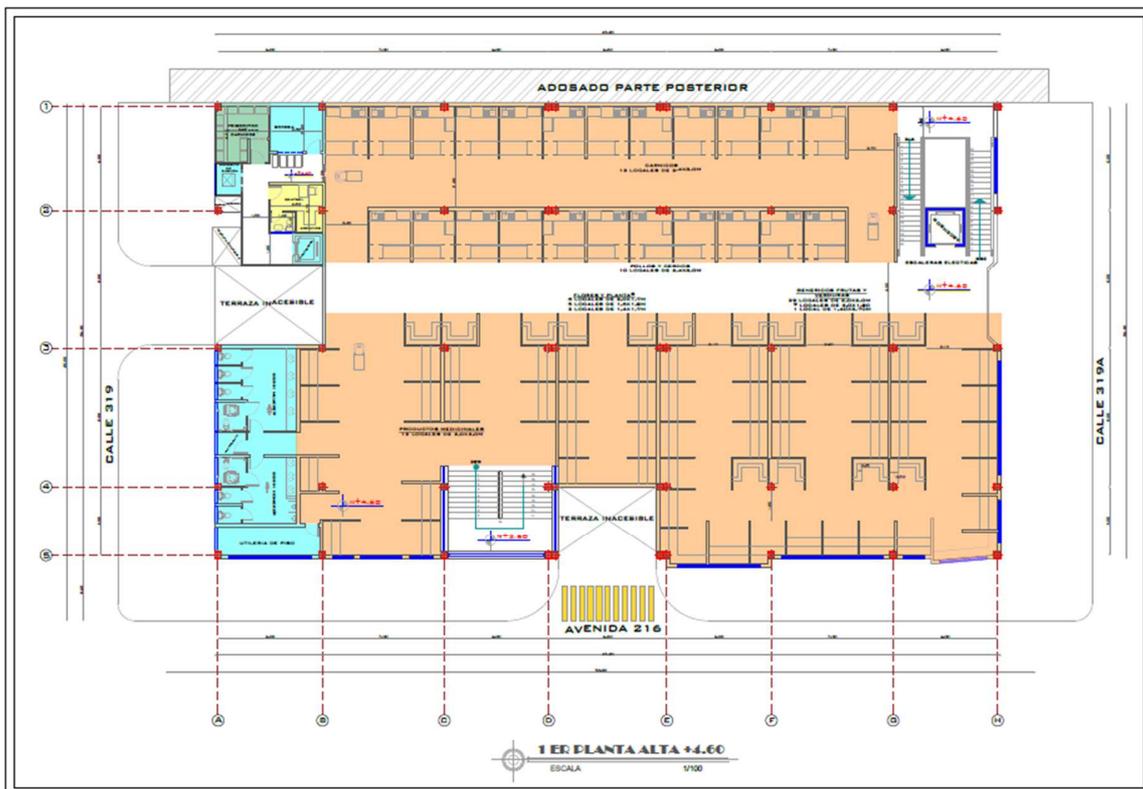
**Ilustración 11:**Funcionalidad del Proyecto Planta Baja -3,40 m  
**Fuente:** Investigador Wilson Anchundia



Primer Planta Alta +4,60m.- La zona de ventas y productos estará compuesta por 23 locales de cárnicos, pollo y cerdos, así como 39 locales de frutas y verduras, 12 locales de productos medicinales, 13 locales de flores y plantas.

En la zona administrativa el área de control, en la zona de servicio un montacargas, una bodega de productos, baterías sanitarias.

La zona de congelación estará la cámara de frigorífico.



SIMBOLOGÍA	
	Zona de ventas y productos
	Zona de servicio
	Zona administrativa
	Zona de congelación y refrigeración

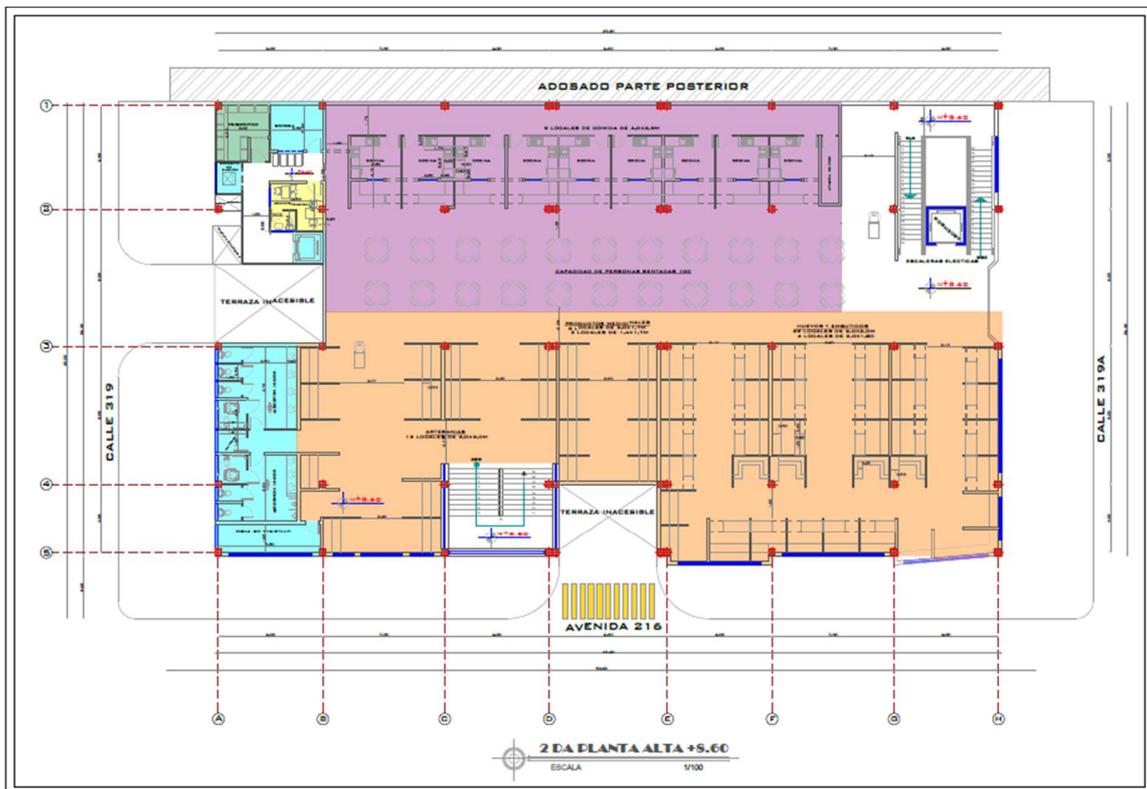
**Ilustración 13:**Funcionalidad del Proyecto 1 Planta Alta +4,60 m

**Fuente:** Investigador Wilson Anchundia

Segunda Planta Alta +8,60m.- Contará con una zona de alimentos preparados y 9 locales de comida con medidas de 4,00m x 2,90m y un patio de comida para la capacidad de 100 personas sentadas.

En la zona de ventas y productos se encontrarán 33 locales de lácteos y embutidos, 8 locales de productos medicinales, 12 locales de artesanías

En la zona administrativa la administración, en la zona de servicio un montacargas, una bodega de productos, baterías sanitarias, se implementó un ducto de basura, la zona de congelación y refrigeración contará con la cámara de frigorífico.



SIMBOLOGÍA	
	Zona de ventas y productos
	Zona de servicio
	Zona administrativa
	Zona de congelación y refrigeración
	Zona de alimentos preparados

**Ilustración 14:**Funcionalidad del proyecto 2 Planta Alta +8,60  
**Fuente:** Investigador Wilson Anchundia

### 13.3. Aspectos Formales.

La importancia que tiene el proyecto en conjunto con las características del contexto urbano donde está predestinada la implantación, fomentan a que este equipamiento se convierta en un ícono arquitectónico no solo para el sector sino también a nivel de la parroquia Eloy Alfaro por su capacidad, variedad de productos y servicios.

El aspecto formal del proyecto radica en primer lugar su integración con el medio físico, es decir que el diseño de la propuesta se acoge tanto a las características del entorno formal y urbano (en el **aspecto formal.** - mediante la aplicación de sistemas constructivos, acabados y materiales empleados en el sitio; y en el **aspecto urbano.** - se adapta a los conectores horizontales (calles y vías) dejando así los ingresos tanto de personas como de vehículos en las zonas menos conflictivas con respecto al tráfico).

Cabe recalcar que el partido arquitectónico se genera a partir de formas abstractas conformadas por puntos, planos, líneas curvas e inclinadas, las cuales se conjugan con la parte funcional para generar una idea unificada (forma y función). Ver Render de fotografía 15.



**Fotografías 15:**Proceso de la propuesta

**Elaboración:** Investigador Wilson Anchundia.

En concreción es un volumen vanguardista que emplea componentes de unificación donde resaltan el equilibrio, la simetría, la escala y la proporción. El diseño estructurado y abierto permite aprovechar al máximo la iluminación y ventilación natural lo cual logra minimiza el uso de la energía eléctrica. Ver Render de fotografías 16 .

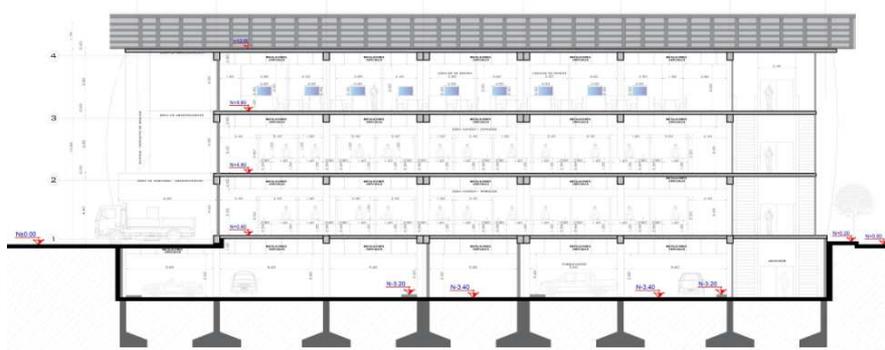


**Fotografías 16:**Derecha – vista de las fachadas Oeste y Sur / izquierda – vista de las fachadas Sur y Este.  
**Elaboración:** Investigador Wilson Anchundia.

### 13.4. Aspectos Técnicos.

Para la ejecución de un proyecto de esta magnitud se deben considerar muchos aspectos tanto arquitectónicos, de ingeniería y sobre todo que el proyecto sea viable ante la sociedad; para ello se han establecido varios parámetros constructivos con respecto a los materiales a usar, sistemas constructivos y acabados (industrializados y naturales).

La estructura de hormigón armado se desarrolla con una cimentación con fundición de zapatas aisladas que tienen medidas desde (1,20x1,20) hasta (1,60x2,00), con columnas cuadradas de 0.40 metros por 0.40 metros, vigas de 0,40x0,50 las cuales se encontrarán unificadas por el sistema de viga que cumple la función de transmitir los desplazamientos laterales hacia las columnas y estas a las zapatas. Ver sistemas de soporte en la ilustración 17.



**Ilustración 15:**Corte A-A'' diseño de zapatas, columnas y vigas  
**Elaboración:** Investigador Wilson Anchundia.

Para la construcción de las losas se proyectan de soporte metálico suspendidas sobre las vigas con una capa de hormigón armado no máximo a los 20 cm de espesor, es importante

mencionar que la altura de los entrepisos es de 4.00 metros para facilitar la colocación de las instalaciones especiales, que en su parte serán ocultadas por el cielo raso reticulado escalonado a manera de generar un diseño en la superficie alta de los techos, ver diseños de tumbados en la fotografía 17.



**Fotografías 17:** Render interior local de Frutas y Verduras.  
**Elaboración:** Investigador Wilson Anchundia.

**Mampostería:** Las paredes serán construidas de bloques de 0.20 de alto x 0.40 de largo x 0.15 de espesor y tendrá un recubrimiento de mortero de 0.05 metros de espesor y con terminaciones de pintura no porosa que permita una fácil limpieza y mantenimiento. La superficie de las paredes y mesones de los locales serán de cerámica lisa.

**Pisos:** El acabado del piso será de porcelanato de alto tráfico antideslizante. Y el acabado del piso de los parqueaderos será de hormigón, debidamente señalizado y con rugosidad en la parte de la rampa para impedir deslizamiento de los vehículos al ingresar o salir del establecimiento.

**Escaleras y ascensores:** Los conectores verticales serán de hormigón armado y también encontramos dos escaleras eléctricas, el ascensor estará constituido por un diafragma de 0.20 metros de espesor de hormigón armado independiente.

**Ventanas:** Las ventanas serán de celosías y vidrio transparente con perfiles de aluminio negro.

**Puertas:** las puertas serán de 2,20m de ancho x 2,00m de largo de los ingresos principales, puertas del interior de la edificación serán de 0,80m de ancho x 2,00m de largo

Para el proyecto se pensaron las normas básicas de los siguientes servicios como:

**Instalaciones Eléctricas** Se suministrará mediante la red pública de energía eléctrica proveniente de la Calle 319ª, esta llega al cuarto de transformador y abastece a todo el proyecto y cuenta con su propio generador en caso de apagones prolongados.

**Instalaciones Hidro Sanitarias:**

- **Agua Potable:** Se abastece por la red municipal de agua potable del Cantón Manta, la misma que llega a una cisterna de abastecimiento y será bombeada por presión hidráulica a la totalidad del mercado.
- **Agua Servidas:** Contará con la acometida principal de las aguas servidas municipales, lo que facilitará el desalojo de dichas aguas.
- **Techo/Cubierta:** la estructura de la cubierta y ciertos acabados en las 3 fachadas (Este, Oeste y Sur) serán construidos de caña guadua de distintas dimensiones, ver aplicación de caña guadua en el mercado en render de fotografías 18.



**Fotografías 18:** Aplicación de caña guadúa en la estructura de la cubierta y en las fachadas Este, Oeste y Sur /  
**Elaboración:** Investigador Wilson Anchundia.

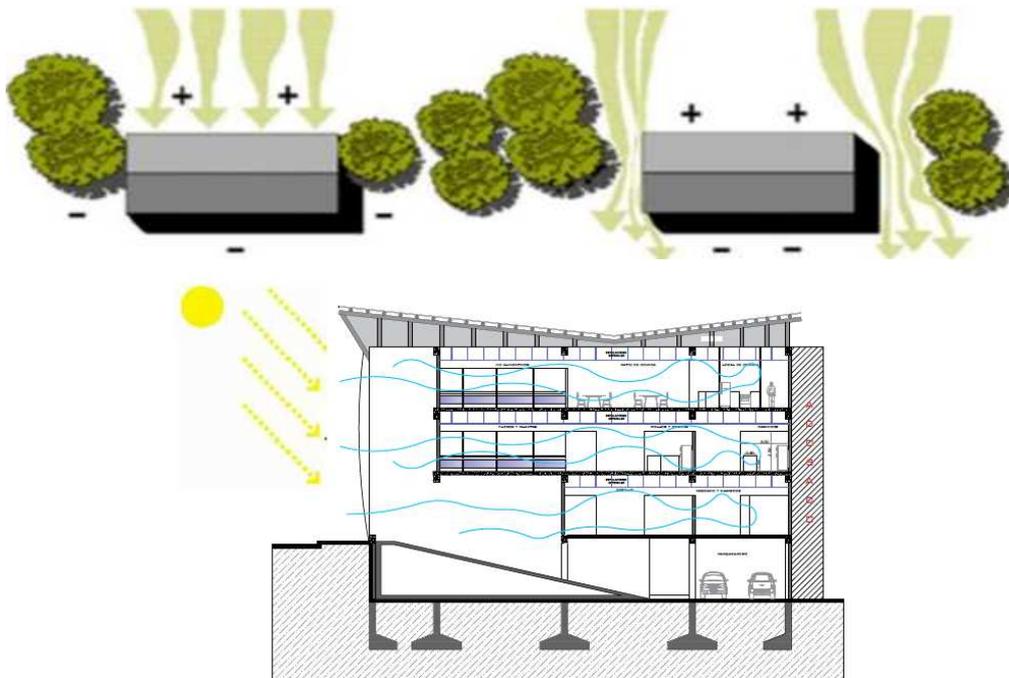
### 13.5. Aspectos Ambientales.

Este proyecto busca fundamentalmente erradicar la contaminación visual y ambiental que se produce actualmente en el sector por parte de la actividad del comercio informal, por ello se plantean soluciones de recolección de desechos de los productos que se ofertan en el mercado

Dentro de los contenedores que estarán bajo suelo para impedir la salida de malos olores, cabe recalcar que este sistema se da mediante un ducto que se encuentra presente en las 3 plantas arquitectónicas y lleva los depósitos hasta la parte exterior donde son depositados en los contenedores subterráneos ya mencionados,

La implementación de la caña guadua como elemento constructivo y el aprovechamiento de la luz y el viento natural al máximo dentro del mercado para reducir la utilización de la energía eléctrica nos permite darle un margen de perspectiva de construcción al edificio encaminado a la sustentabilidad. Ver Fotografía 19.

Además de ello se debe mencionar que el mercado contará con áreas verdes en sus alrededores para crear ambientes con microclima donde las personas puedan descansar. Ver ventilación e iluminación natural y áreas externas.



**Fotografías 19:** Ventilación e iluminación natural del mercado y áreas externas con microclima  
**Elaboración:** Investigador Wilson Anchundia.

### 13.2. Subsistemas y componentes.

SUBSISTEMAS Y COMPONENTES		
SISTEMA	SUBSISTEMAS	COMPONENTES
ARQUITECTÓNICO -COMERCIAL	Venta de productos	Frutas, verduras, granos, carnes, lácteos, embutidos, mariscos, abarrotes, hierbas medicinales
	Mantenimiento	Área de mandos eléctricos, cuarto de bombas de agua, bodega, cuarto de limpieza
	Servicios	Utilería, guardianía, baños públicos.
	Exteriores	Área de carga y descarga, jardinería, estacionamientos, áreas de descanso.

**Cuadro 11:** Subsistemas y componentes  
**Fuente:** Investigador Wilson Anchundia

### 13.3. Planes, programas, proyectos, estrategias y acciones.

GESTION URBANA DE CARÁCTER VÍAL Y SOCIO-CULTURAL.				
PLANES	PROGRAMAS	PROYECTOS	ESTRATEGIAS	ACCIONES
Gestión comercial en carácter de comercialización de productos de primer orden	Fortalecimiento de la actividad comercial.	Diseñar una infraestructura comercial minorista para el Sector Santa Lucía de la Parroquia Eloy Alfaro de la Ciudad de Manta	Diseñar y crear instalaciones adecuadas de calidad.	Conocimiento de la actividad comercial actual y elaborar un plan de necesidades primordiales
	Fortalecimiento del orden comercial		Zonificación de las distintas áreas de ventas.	Conocer el tipo de productos que se comercializan, para determinarlo por zonas
	Dotación de plazas de trabajo para los comerciantes informales		Disponer de varios puestos de ventas en las distintas áreas.	Determinar el número de comerciantes informales existentes (150)
	Reforma de mejoras de servicios		Dotar a las instalaciones comerciales de servicios básicos, luz, agua y productos de calidad.	Conocer si el sector dispone de todos los servicios básicos primordiales

**Cuadro 12:**Planes, programas, estrategias y acciones  
**Fuente:** Investigador Wilson Anchundia

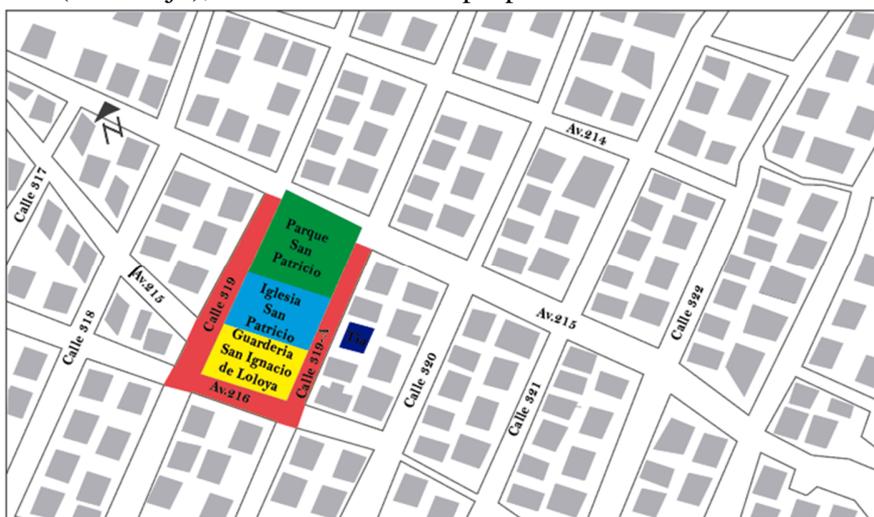
## 13.4. LÓGICA DE IMPLANTACIÓN DE LA PROPUESTA.

### 13.4. Análisis del lugar de implantación.

#### 13.4.1.1 Ubicación.

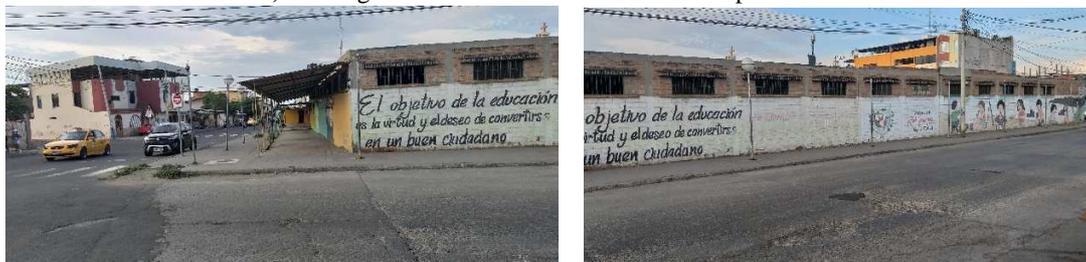
La propuesta arquitectónica del mercado minorista, se encuentra implantado en el sector Santa Lucía de la parroquia Eloy Alfaro de Manabí de la ciudad de Manta, específicamente en las calles 319 A y 319 conjunto con la avenida 216, donde anteriormente funcionaba la Guardería San Ignacio de Loyola, este sitio se ubica en el centro comercial y administrativo del sector en mención.

El sitio a intervenir (color amarillo) es de fácil acceso e identificación ya que cuenta con varias referencias como, el Tía (color azul) la iglesia San Patricio (color celeste) parque central Eloy Alfaro (color verde) y en pleno trayecto de las calles 319 A y 319 conjunto con la avenida 216 (color rojo), ver ubicación de la propuesta en la Ilustración 29.



**Ilustración 16:** Análisis del lugar

**Elaboración;** Investigador Wilson Anchundia en base al plano GAD de Manta.



**Fotografías 20:** Terreno del sector

**Fuente:** Investigador Wilson Anchundia (Mayo 2019)

### 13.4.1.2. Topografía del sitio forma, medidas y áreas del terreno a intervenir

La topografía del terreno es regular cuenta con una forma rectangular, tiene las siguientes medidas: en la parte frontal 50,50m, posterior 50,50m, lateral derecha 30,00m, lateral izquierda 30,00m refiriendo un área total de 1.515m<sup>2</sup>.

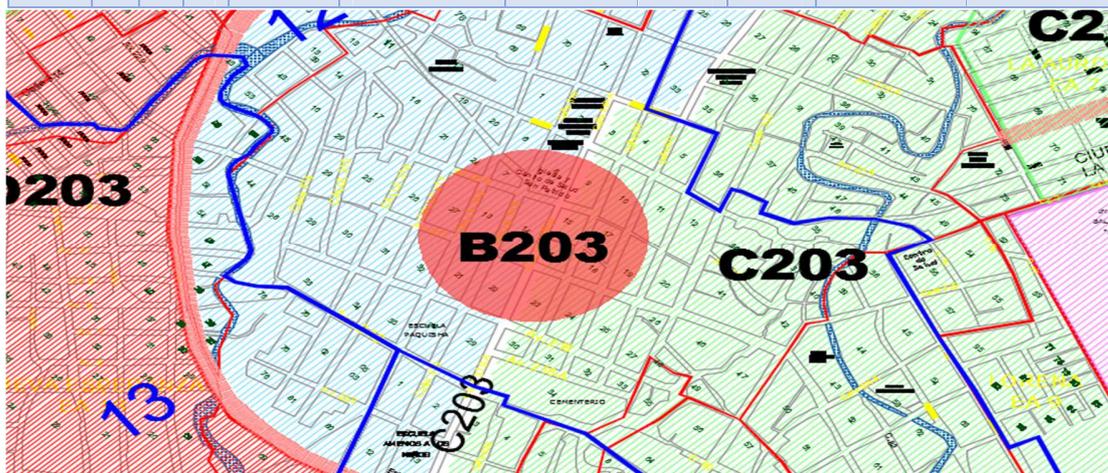


**Fotografías 21:**Esquema del terreno a intervenir  
Fuente: Investigador Wilson Anchundia

### 13.4.1.3. Uso de suelo y entorno urbano

El uso de suelo se encuentra con el código **B-203** en el mapa de uso de suelo del cantón Manta, donde se permite hacer uso residencial y comercial. Ver mapa de uso de suelo del cantón Manta ver fotografía 21.

RETIROS MINIMOS					ALTURA MAXIMA		LOTE		FRENTE	
F	L	I	P	EB	# de pisos	Mts	COS	CUS	MINIMO	MINIMO
3	2	0	2	6	3	10,50	0,60	1,80	200	8



**Fotografías 22:**Identificación del uso de suelo del área a intervenir, sección en color rojo  
Fuente: Plano de uso de suelo del cantón Manta

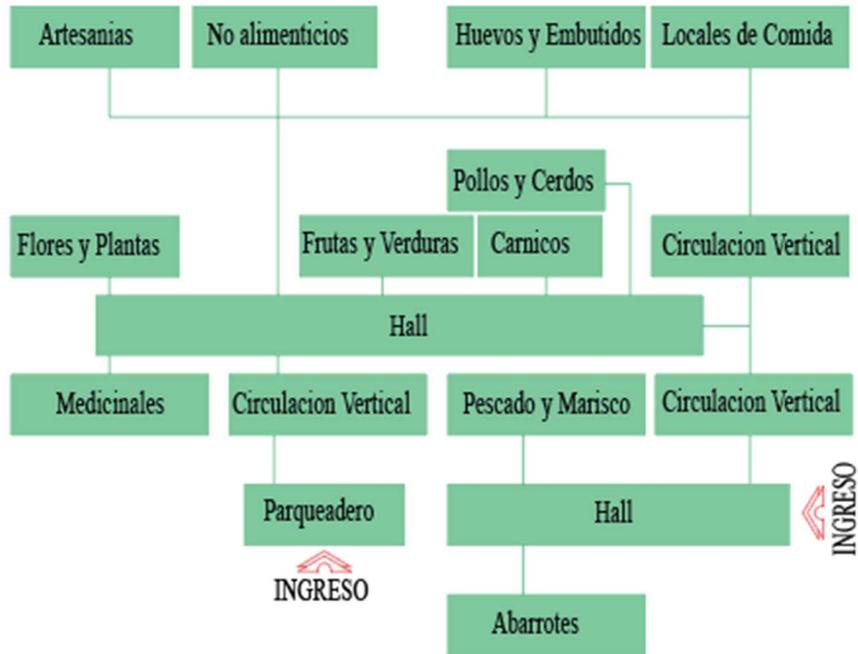
### 13.4.2. Programa de Necesidades

ZONA	ESPACIO		ANEXO
<b>Ventas y Productos</b>	Alimentos Perecibles	Frutas Verduras Cárnicos Lácteos/Embutidos Pescado Marisco Pollos Y cerdos	
	Alimentos No perecibles	Abarrotes	
	Orfebrería	Artesanías	
	Vegetación	Flores y Plantas	
	Productos	Medicinales	
	Varios	No alimenticios Servicio Técnico	
<b>Alimentos preparados</b>	Comida	Típica Vegetariana	
<b>Congelación y refrigeración</b>	Cámara Frigoríficos	Carne Pescado Mariscos	
		Frutas Hortalizas	
<b>Zona Administrativa</b>	Administración Control de piso		½ baños
<b>Zona de Servicios</b>	Baterías Sanitarias Utilería Bodegas Área de Carga y descarga Cuarto de maquinas Ductos de basura Montacargas Ascensor		
<b>Zona Complementaria</b>	Áreas Verdes Parqueadero Camineras		

**Cuadro 13:** Programa de Necesidades  
**Fuente:** Investigador Wilson Anchundia

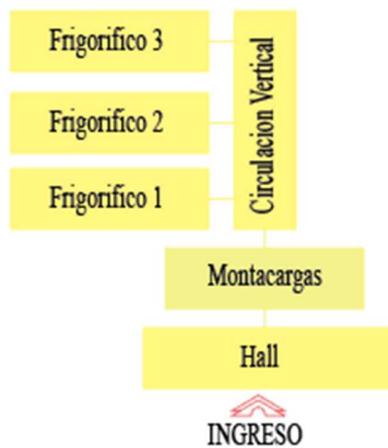
### 13.4.3. Esquematización

#### Zonas de Ventas y Productos



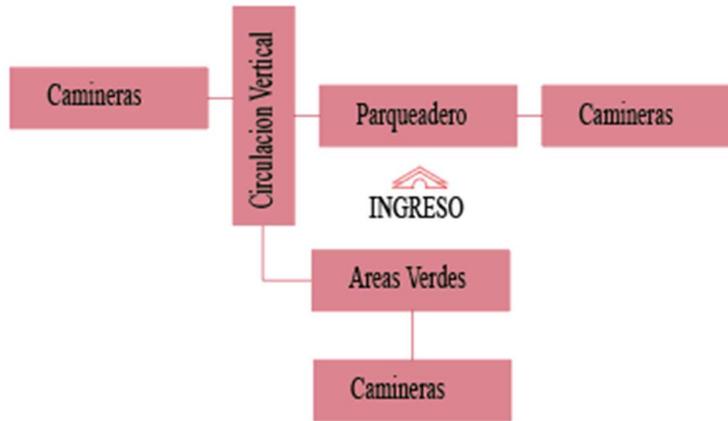
**Ilustración 17:** Esquemas funcionales de Zona de Ventas y Productos  
**Fuente:** Investigador Wilson Anchundia

#### Zona de Congelación y Refrigeración



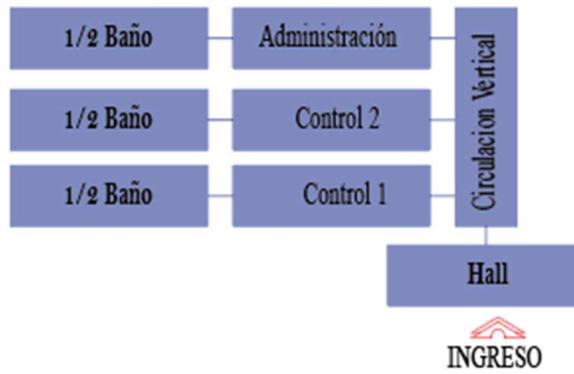
**Ilustración 18:** Esquemas Funcionales de Zona de Congelación  
**Fuente:** Investigador Wilson Anchundia

### Zona Complementaria



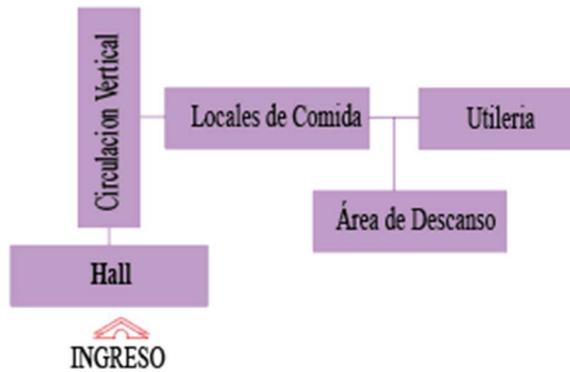
**Ilustración 19:** Esquemas Funcionales de Zonas Complementarias  
**Fuente:** Investigador Wilson Anchundia

### Zona Administrativa



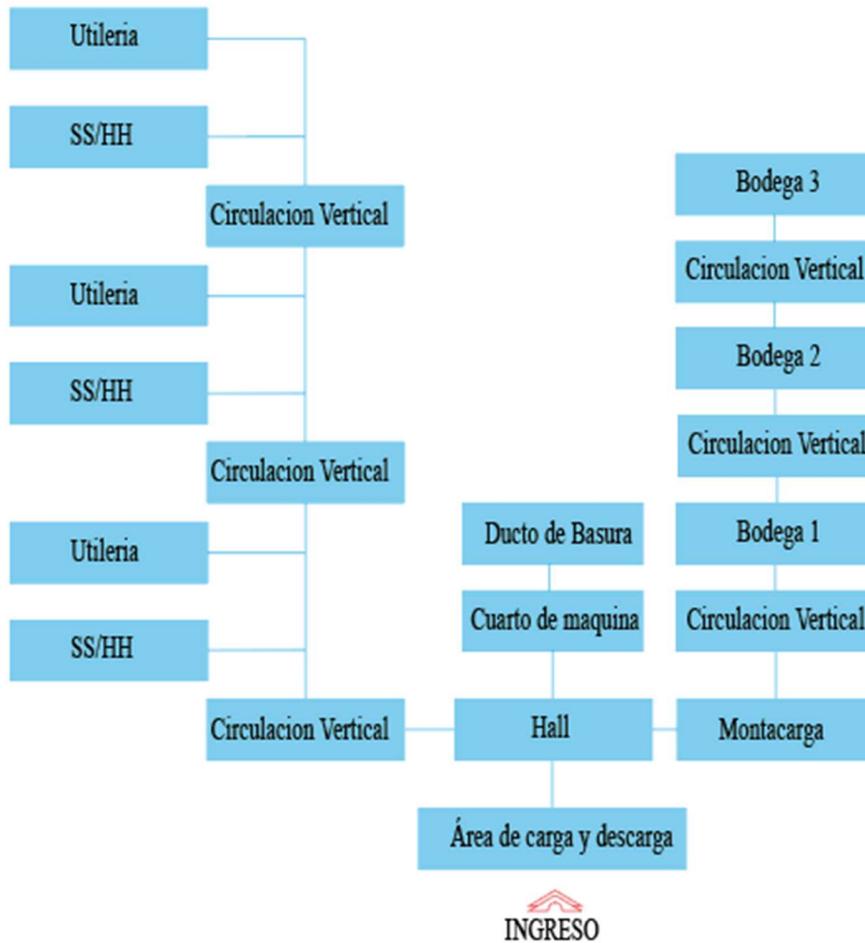
**Ilustración 20:** Esquemas Funcionales de Zona Administrativa  
**Fuente:** Investigador Wilson Anchundia

### Zona de alimentos preparados



**Ilustración 21:** Esquemas Funcionales de Zona de alimentos preparados  
**Fuente:** Investigador Wilson Anchundia

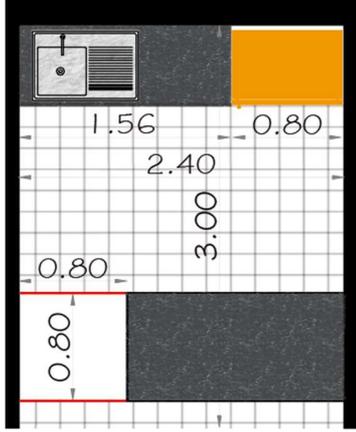
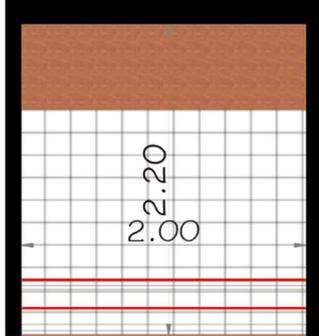
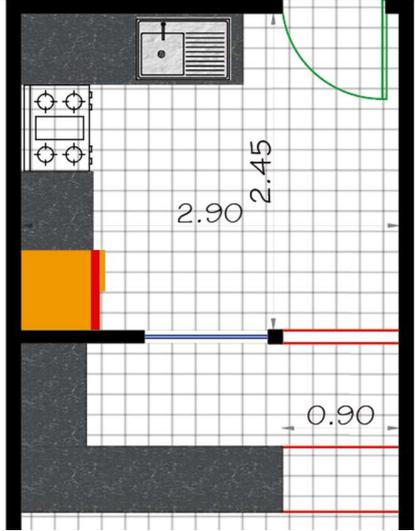
### Zona de servicio

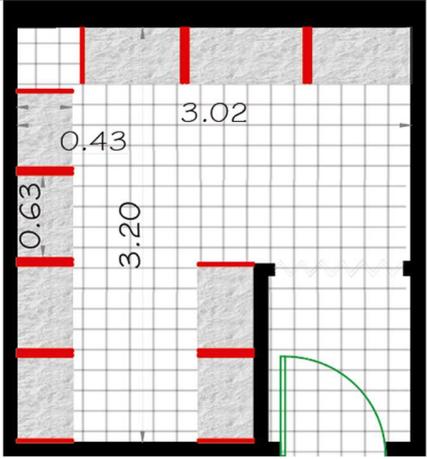
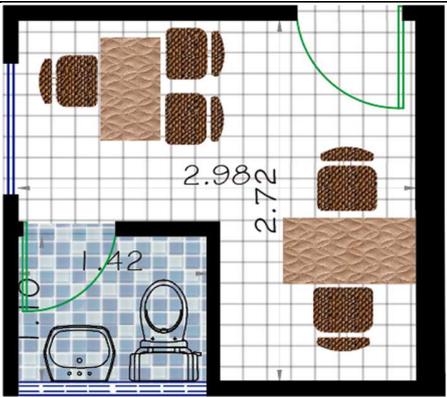
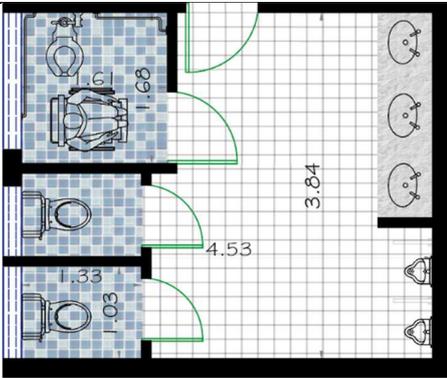
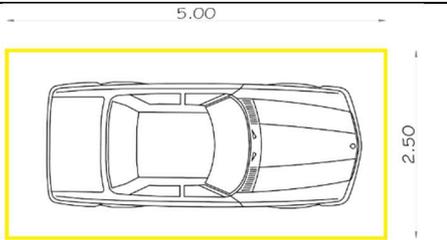


**Ilustración 22:** Esquemas Funcionales de Zonas de Servicio

**Fuente:** Investigador Wilson Anchundia

**13.4.4. Análisis de áreas.**

ZONA	ESPACIO	DIBUJO	AREA
Ventas y Productos	Locales de Cárnicos		7,20 m <sup>2</sup>
	Locales de Abarrotes		4,40 m <sup>2</sup>
Alimentos Preparados	Locales de Comida		11,20 m <sup>2</sup>

<p><b>Congelación y refrigeración</b></p>	<p>Cámara Frigoríficos</p>		<p>9,66 m<sup>2</sup></p>
<p><b>Zona administrativa</b></p>	<p>Administración</p>		<p>8,10 m<sup>2</sup></p>
<p><b>Zona de Servicios</b></p>	<p>Baterías Sanitarias</p>		<p>17,40 m<sup>2</sup></p>
<p><b>Zona Complementaria</b></p>	<p>Parqueaderos</p>		<p>12,50 m<sup>2</sup></p>

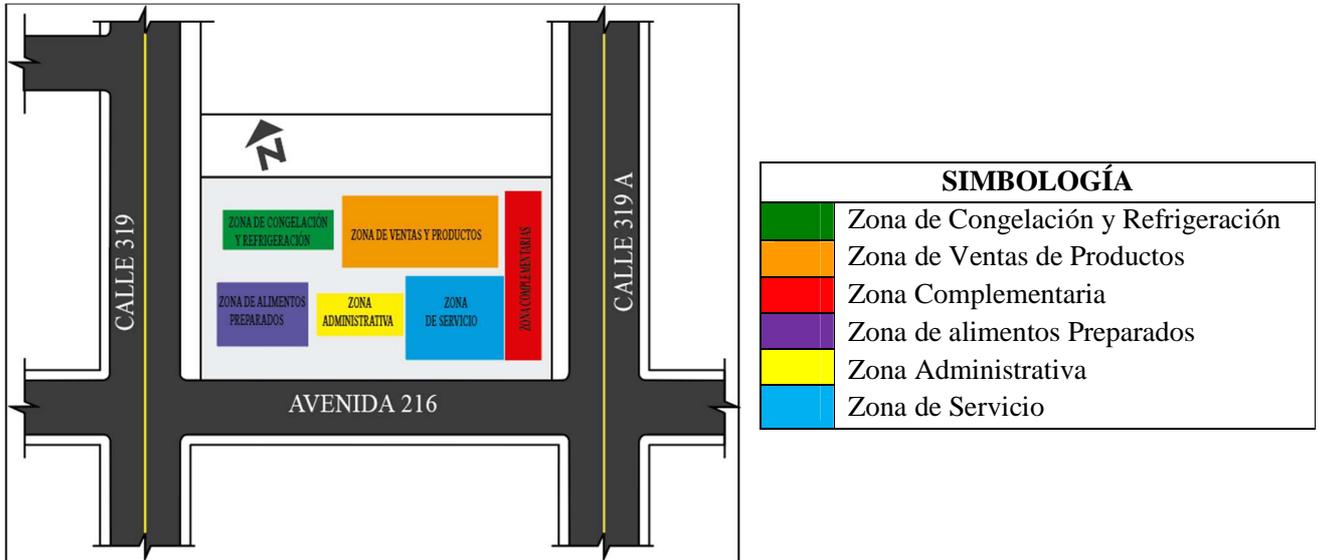
**Cuadro 14:** Análisis de áreas  
**Fuente:** Neufert

### 13.4.5. Cuadro de áreas

ZONA	ESPACIO	CANTIDAD	ÁREAm2	TOTAL m2
<b>VENTAS Y PRODUCTOS</b>	Locales de frutas y verduras	30 9	4,00m2 3,60m2	120,00m2 32,40m2
	Locales de Cárnicos Pescado Mariscos Pollos y Cerdos	46	7,20m2	331,20m2
	Locales de Huevos y Embutidos	29 4	4,40m2 3,60m2	127,60m2 14,40m2
	Locales de Abarrotes	41 12	4,40m2 4,00m2	180,00m2 48,00m2
	Locales de Artesanías	12	4,40m2	52,80m2
	Locales de Flores y Plantas	13	3,60m2	46,80m2
	Locales de Productos Medicinales	12	4,00m2	48,00m2
	Locales Servicio Técnico	2	5,50m2	11,00m2
<b>ALIMENTOS PREPARADOS</b>	Locales de comida	9	11,60m2	104,40m2
<b>CONGELACIÓN/ REFRIGERACIÓN</b>	Cámaras Frigoríficos	3	9,66m2	29,00m2
<b>ZONA ADMINISTRATIVA</b>	Administración	1	8,10m2	8,10m2
	Control de Piso	2	8,10m2	16,20m2
<b>ZONA DE SERVICIO</b>	Baterías Sanitarias	9	17,39m2	52,17m2
	Baterías Sanitarias	12	21,65m2	64,95m2
	Utilería	3	9,90m2	29,70m2
	Bodegas	3	7,80m2	23,40m2
	Área de carga y descarga	1 1	32,56m2 3,00m2	32,56m2 3,00m2
	Cuarto de maquina	1	2,85m2	2,85m2
	Ductos de Basura	1	3,06m2	3,06m2
	Montacargas	1	5,50m2	5,50m2
	Ascensor			
	Generador de Luz			
<b>ZONA COMPLEMENTARIA</b>	Parqueaderos	26	12,50m2	325,00m2
			<b>Total</b>	<b>1712,09</b>

### 13.4.5. Zonificaciones

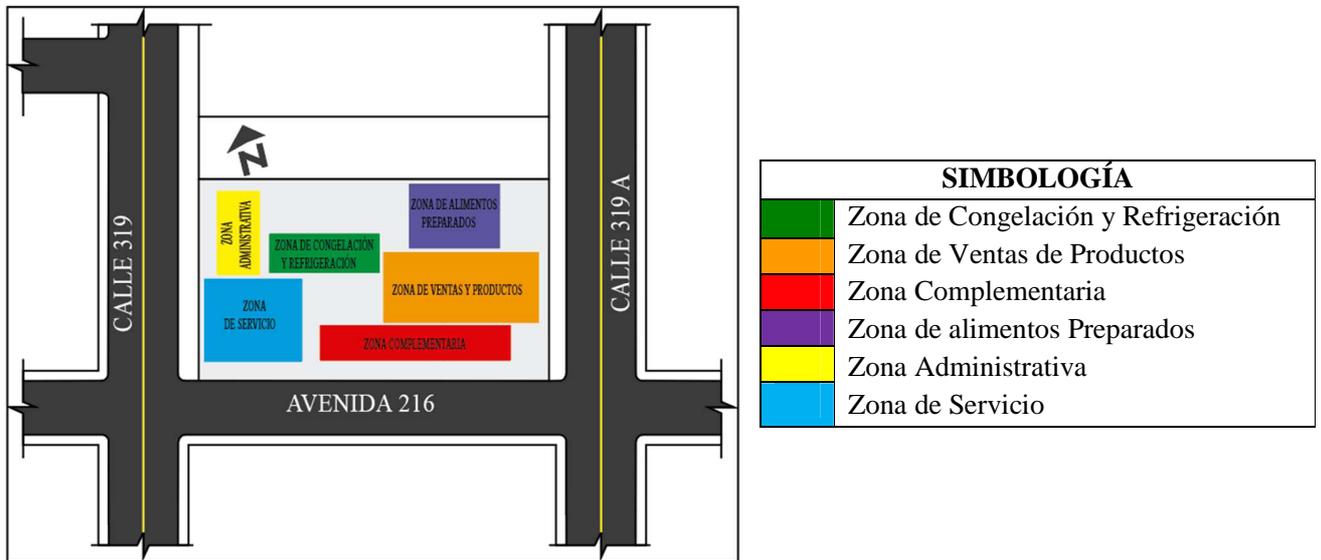
#### 13.4.5.1 Por Asoleamiento



**Fotografías 23:** Zonificaciones por Asoleamiento

**Fuente:** Investigador Wilson Anchundia

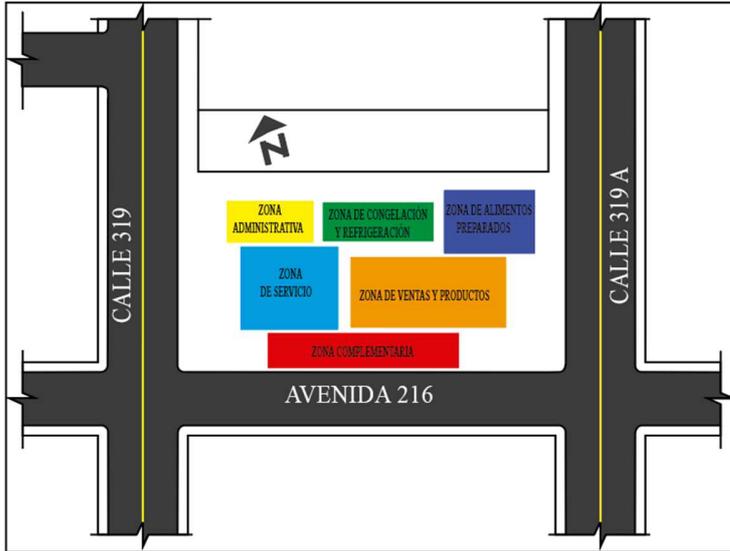
#### 13.4.5.2 Por Ruidos



**Fotografías 24:** Zonificaciones por Ruidos

**Fuente:** Investigador Wilson Anchundia

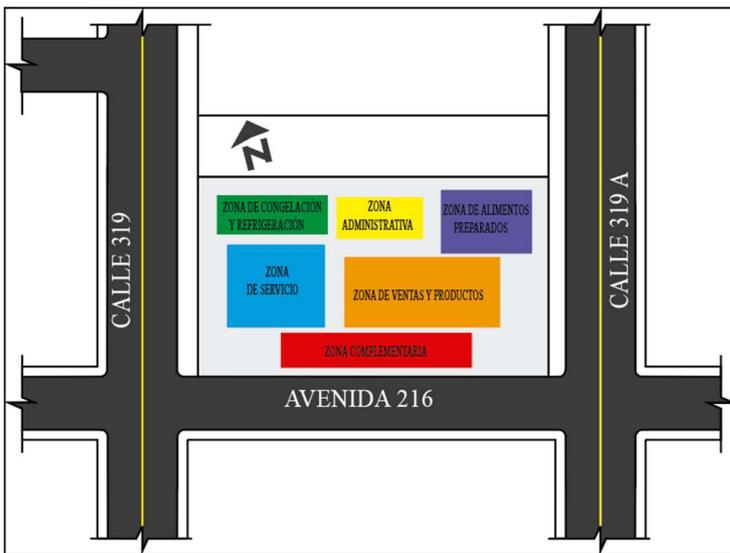
### 13.4.5.3 Por Accesos



SIMBOLOGÍA	
	Zona de Congelación y Refrigeración
	Zona de Ventas de Productos
	Zona Complementaria
	Zona de alimentos Preparados
	Zona Administrativa
	Zona de Servicio

**Fotografías 25:** Zonificaciones por Accesos  
**Fuente:** Investigador Wilson Anchundia

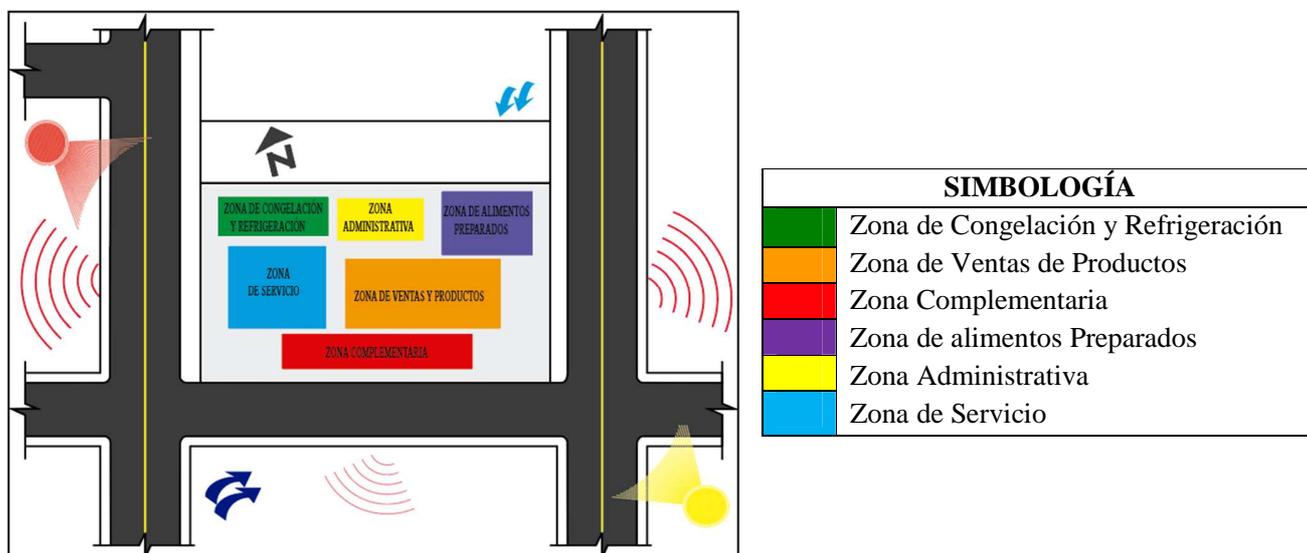
### 13.4.5.4 Por Vientos



SIMBOLOGÍA	
	Zona de Congelación y Refrigeración
	Zona de Ventas de Productos
	Zona Complementaria
	Zona de alimentos Preparados
	Zona Administrativa
	Zona de Servicio

**Fotografías 26:** Zonificaciones por Vientos  
**Fuente:** Investigador Wilson Anchundia

### 13.4.5.5 Zonificación Resultante



**Fotografías 27:**Zonificación Resultante  
**Fuente:** Investigador Wilson Anchundia

## 13.5. CAPACIDAD DE LA PROPUESTA

EL mercado contara con deciento diecinueve locales de ventas con un área de 969,00 m2 de construcción para servicio de la población del sector y población ambulante. En total 40.000 habitantes de la parroquia Eloy Alfaro (INEC 2010).

## 13.6. REQUERIMIENTOS NORMATIVOS

El mercado está diseñado en base a la Norma Ecuatoriana de la Construcción tomando referencia las Normas de Arquitectura y Urbanismo (Quito Ecuador, 2003) en la:

### 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. 221. Dimensiones de Puertas**

Se adoptarán las siguientes dimensiones para puertas de comercios:

Altura mínima 2,05m

Anchos mínimos

- a) Acceso a comercios individuales:0,90m
- b) Comunicación entre ambientes de comercio 0,90 m
- c) Baños 0,80m 0,90m para minusválidos según norma NTE INEN 2 309

### **Art 223 Ventilación en edificaciones comerciales**

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

### **Art 224 Ventilación por medio de ductos**

Las piezas de baños cocinetas y otras dependencias similares en edificios comerciales podrán ventilarse mediante ductos. En alturas menores a 9m; los ductos tendrán un área no menor a 0,042m<sup>2</sup>, con un lado mínimo de 0,20. En edificios de hasta 5 pisos el ducto tendrá como mínimo 0,20 m<sup>2</sup> y una altura máxima de 12m. En caso de alturas mayores el lado mínimo será de 0,60 con un área no inferior a 0,36m<sup>2</sup> libre de instalaciones.

### **Art 226 Locales de comercios de productos alimenticios**

Los locales que se construyan o habiliten para comercios de productos alimenticios, a más de cumplir con la norma de la presente sección y otras pertinentes de la normativa se sujetaran a los siguientes requisitos:

Serán independientes de todo local destinado a la habitación

- a) Los muros y pavimentos serán lisos, impermeables y lavables.

- b) Los vanos de ventilación de locales donde se almacenen productos alimenticios estarán dotados de mallas o rejillas de metal que aislen productos de insectos, roedores y otros elementos nocivos
- c) Tendrán provisión de agua potable y al menos un fregadero.

#### **Art 228 Servicios sanitarios en comercio**

Para la dotación de servicios sanitarios en comercio se considera la siguiente relación:

Medio baño por cada 50 m<sup>2</sup> de área útil de local comercial y uno adicional por cada 500 m<sup>2</sup> de local o fracción mayor al 50%.

En toda batería sanitaria se considera un baño para personas con discapacidad y movilidad reducida, según lo especificado en el literal b) del art 68.

- b) Todo edificio de acceso público contara con un área higiénico sanitario para las personas con discapacidad o movilidad reducida permanente NTE INEN 293

#### **Urinarios**

El tipo de aproximación debe ser frontal, en los urinarios murales para niños, la altura debe ser 0,40m y para adulto 0,60m.

#### **Art 206 Rampas**

<b>NORMATIVAS DE RAMPAS</b>	
Longitud	Pendiente
Hasta 15 metros	6% y 8%
Hasta 10 metros	8% y 10%
Hasta 3 metros	10% y 12%

**Tabla 11 normativas de rampas**

### **13.7. REQUERIMIENTOS TECNOLÓGICOS**

Es muy trascendental que este centro de abastos cuente con los equipos de más alta tecnología para certificar un mejor funcionamiento y servicio hacia la población fija y población ambulante.

- Circuito cerrado de vigilancia
- Zona wifi
- Sistema contra incendios

Equipamiento	Planta Subsuelo - 3,40 m	Planta Baja +0,60 m	1 Planta Alta +4,60 m	2 Planta Alta +4,60 m
Sistema de seguridad	X			
Sistema contra incendios	X	X	X	X
Zona Wifi		X	X	X

**Tabla 12:** Requerimientos tecnológicos

**Fuente:** Investigador Wilson Anchundia

**Especificaciones y normas de sistemas de requerimientos tecnológicos:**

Art 238.- Los cilindros de abastecimiento de combustible a las cocinas deben estar situadas en lugares apartados de éstas, ventilados y con las debidas seguridades de acuerdo a la norma NTE – INEN 2260.

Art 239.- Los lugares en que existan calderas de encendido manual o automático deben ser vigilados durante todo el tiempo que se encuentren en funcionamiento, no se deben almacenar materiales que al reaccionar entre sí pueden originar incendios.

Art 240.- En lugares destinados a recolección de desperdicios, existirán recipientes metálicos o de material de incombustible con sus respectivas tapas y serán desocupadas diariamente.

Art 241.- Las instalaciones de energía eléctrica, sistemas de ventilación, calefacción, extracción de olores, refrigeración y especiales deben ser revisados periódicamente por el personal especializado.

Art 242.- Deben instalarse sistemas de detección y alarma de incendios consientes en: detectores, difusores de sonido y panel central de alarmas bajo control permanente.

### **13.8. REQUERIMIENTOS DE EQUIPAMIENTOS**

De acuerdo al análisis realizado en sitio se notó un déficit de equipamiento en el área comercial tomando en cuenta los resultados del análisis se propone locales para cárnicos pescado mariscos lácteos y embutidos.

Que complementa al sector con los equipamientos ya existentes dando así una mejor imagen y funcionalidad en el entorno urbano arquitectónico.

### **13.9. PRE FACTIBILIDAD DE LA PROPUESTA**

Para determinar la Pre factibilidad de la propuesta se tomaron en consideración los siguientes factores técnicos, económicos –financiero, social, ambiental e institucional.

#### **Pre factibilidad técnica**

La pre factibilidad técnica para que el proyecto sea factible, es necesario que cumpla con las normas de construcciones ecuatoriana y utilice materiales de calidad, no se debe disminuir en costos debido que es obligatorio contar con una estructura sólida, resistente y que brinde seguridad.

En conclusión, los materiales a recurrir tienen una prolongada vida útil y bajo impacto ambiental debido a que se utilizarían materiales naturales y sintéticos, por tales razones es probable ejecutar esta propuesta a partir del punto de vista técnico.

#### **Pre factibilidad financiera**

La pre factibilidad financiera de este diseño se proyecta, que debe ser gestionada y financiada por el Gobierno Autónomo Descentralizado de Manta (GAD-MANTA) para que sea factible el acceso a créditos de la banca pública, Banco del Pacífico, Banco del Desarrollo del Ecuador, Ban Ecuador, CFN o la banca Privada, Banco de Guayaquil, Banco del Pichincha, Banco Bolivariano, Produbanco, Banco Solidario o en su defecto, mostrar el proyecto a inversionistas para llevar a cabo su debida ejecución y construcción.

## **Pre factibilidad social**

En el aspecto social, la propuesta de un mercado para la parroquia Santa Lucía del cantón Manta, busca su desarrollo social y expresivo.

La entidad pública como el GAD municipal de cantón Manta es una necesidad procurar un mercado minorista que satisfaga a los intereses del lugar y barrios aledaños, tanto en lo que tiene que ver con ubicación de aquellos comerciantes que ocupan las vías públicas como son las calles 319 A, 320, 321 y 322 y las avenidas 214 hasta la avenida 216 que son cerradas hasta finalizar la faena comercial.

Por ello, esta propuesta se proyecta en primera instancia buscar mejorar la calidad de vida de las personas del sector, mediante la construcción de un mercado que cumpla con los requerimientos y necesidades.

En conclusión, la intervención mediante la recuperación arquitectónica-urbana de este sitio, será de gran aporte para el crecimiento de la sociedad en general como parte de los lineamientos planteados dentro del ordenamiento territorial de la sociedad.

## **Pre factibilidad ambiental**

En cuanto al aspecto ambiental, se ha estimado lineamientos para el manejo de los recursos naturales, mediante esta programación se explora que la construcción de la propuesta tenga el menor impacto ambiental posible.

Además de ello trata de ver el concepto de la incorporación de la vegetación dentro del área de estudio, en la ciudad teniendo varios planes como: mejorar la calidad de vida del ser humano, generar zonas frescas, armonizando el lugar.

## **Pre factibilidad institucional**

Para este proyecto se nombra a continuación las instituciones que estarán relacionadas con la propuesta de mercado minorista para el sector Santa Lucía de la ciudad de Manta.

- Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Manta
- Instituciones Privadas

La participación y financiamiento de estos organismos es necesario para que pueda mantenerse creando un proyecto autofinanciación.

## PRESUPUESTO REFERENCIAL DE OBRA

PRESUPUESTO REFERENCIAL				
DESCRIPCION	UNIDAD	CANTIDAD	P UNITARIO	P TOTAL
<b>PRELIMINARES</b>				
Trazado y replanteo	M2	1,1350	\$0,90	\$10.215
Obras preliminares cerramiento provisional	ML	150.00	\$9,00	\$1.350,00
Caseta de materiales	M2	40.00	\$8,50	\$340.00
Limpieza	M3	1800.00	\$2,15	\$3.870,00
Demolición de estructura existente	M2	39,900	\$0,80	\$31.920,00
<b>MOVIMIENTOS DE TIERRAS</b>				
Movimientos de tierra	M3	4800.00	\$6,92	\$32.216,00
<b>ESTRUCTURA DE H.ARMADO</b>				
Replanteo E=5CM.F''C=140KG/CM2	M2	8900,00	\$7,30	\$64.970,00
Cimentación con plintos	M3	450,00	\$560,50	\$252,225.00
H.Armado F''C=280KG/CM2 en riostras	M3	379,75	\$450,00	\$170.887.50
<b>ESTRUCTURAS METALICAS</b>				
Acero estructural provisión y montaje en pilares	KG	95667.52	\$2,70	\$258.302,30
<b>ALBAÑILERIA</b>				
Paredes de mampostería de bloque de 9x19x39	M2	12837.00	\$12,05	\$154,685.85
Contrapiso E=8 cm	M3	25711,00	\$7,38	\$189,747.18
<b>ENLUCIDOS</b>				
Enlucidos y recubrimiento de paredes	M2	11482,00	\$14,50	\$166,489.00
<b>RECUBRIMIENTOS – PISOS</b>				
Revestimiento de cerámica de 50 x 50 piso	M2	1539.00	\$17.40	\$26.778.60
Pisos y recubrimientos con porcelanato nacional rectificado 50 x 50	M2	1312,39	\$42,68	\$56.012,81
<b>OBRAS EXTERIORES</b>				
Asfalto en parqueadero	M2	1425.00	\$155.45	\$221.516,25
<b>CUBIERTAS</b>				
Cubierta de caña guadua	M2	915.79	\$229.42	\$210.100.54
<b>PINTURAS</b>				
Pintura interior	M2	817.00	\$6,50	\$5.310,50
Sellado y pintura exterior	M2	1317.00	\$6,84	\$9.008,28
<b>CARPINTERIA METALICA</b>				
Ventanas	M2	109,14	\$112.55	\$12.283,71
Puertas	Global	1,00	9,877.23	\$9.877,23
<b>INGINIERIA INTALACIONES (AA.PP-AA.SS-AA.LL)</b>				
Redes de agua potable y agua servida	Global	1,00	\$23.138,24	23.138,24
Sistema contra incendio	Global	1,00	10.174,00	10.174,00
Instalaciones aparatos sanitarios	Global	1,00	15.847,00	15.847,00
Aguas lluvias	Global	1,00	14,868.00	14,868.00
Sistema eléctrico	Global	1,00	9,868.00	9,868.00
			<b>TOTAL</b>	<b>141.919.35</b>

## **14.- CAPITULO 4**

## **15.- CONCLUSIONES**

- Se recopilaron datos técnicos y normativos que sustentaron el presente trabajo investigativo y mediante la cual se pudo realizar la propuesta arquitectónica
- Se fortalecerá al sector, potenciando una subcentralidad urbana que antes estaba descuidada para cambiar la imagen de la ciudad.
- Mediante la investigación campo realizada se obtuvieron datos que permitieron establecer que la creación de un mercado minorista para la parroquia Eloy Alfaro del sector Santa Lucía es factible para las necesidades primordiales de las personas dentro del sector y el entorno urbano
- Por ello el desarrollo de la propuesta, responde a una necesidad a una serie de problemas que se generan en las calles 319 A, 320, 321 y 322 las cuales son cerradas desde la avenida 214 hasta la avenida 216, cabe recalcar que la finalidad de implementar esta propuesta arquitectónica ayude al mejoramiento del espacio público.
- El nuevo mercado Minorista si bien es un proyecto que da plazas de trabajo, cumple con objetivos primordiales como son organizar, facilitar y mejorar los sistemas de recepción comercialización y distribución de productos alimenticios y preparados, y mediante la modificación del espacio público, mejorara la movilidad, accesibilidad y las distintas relaciones sociales posibles en esta clase de espacio.

## **16.- RECOMENDACIONES**

- Para la construcción de un mercado, se deberá respetar normas ambientales, donde no se vea afectado el medio ambiente, y que recurra a la utilización de materiales tradicionales de la zona y amigables con el medio, con la finalidad de conservar el paisaje que ofrece el lugar
- Para la población inmersa en el proyecto, se recomienda llegar a un empoderamiento del sitio para asumir controles y mantenimientos necesarios para el cuidado e imagen del sitio.
- Se recomienda que las autoridades competentes, Gobierno Autónomo Descentralizado de Manta considere este proyecto con el fin de promover el crecimiento económico del entorno urbano
- En caso de enfrentar el reto de diseñar un mercado se recomienda tomar en cuenta las normas la reglamentación completa de los requisitos para la certificación de mercados saludable INEN expedida en el 2013 el cual incluye al presente trabajo de titulación en el capítulo II.
- Conservar el espacio destinado para cada usuario donde se sientan cómodos con poca contaminación visual y auditiva.

## 17. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICA

- Ampuero, C. (2014). *Imagen de la ciudad en la literatura hispanoamericana y chilena contemporánea*.
- Ampuero, C. (2014). *Imagen de la ciudad en la literatura hispanoamericana y Chilena contemporánea*.
- Arias. (2002).
- Bedoya. (2007).
- Borja, J. (2000).
- Borja, J. (2009). *Luces y sombras del Urbanismo*. Barcelona.
- Borja, J. (2012). *Espacio público y derecho a la ciudad*. Barcelona.
- Borja, J. (s.f.). *Espacio público ciudad y ciudadanía*.
- Busso, & Gorban. (2003).
- Casadesús. (1997).
- CEPAL. (2005).
- Etcheverry. (2012).
- Fernández, M. (s.f.). *Impacto de la estructura en la eficiencia de la urbanización*.
- Gómez, D. (2014). *Mallaa urbanas desplazadas una propuesta urbanística para el siglo XXI*.
- Gonzales, & Rojas. (2008).
- Guerra, Rubio, & Luisa María. (2009). *La imagen urbana de la ciudad de Santa Clara*.
- Guzmán, D. (2015). *Tesis Externalidades de la apropiación del espacio público por el comercio formal e informal "barrio comercial de la vega"*. Santiago.
- Kuri. (2009).
- Linares Zarco, J. (2009). *Imagen urbana Mexico en el siglo XXI ; entre la crisis y la transición urbana*.
- Lynch, K. (1996).
- Mora, R. (2010). *Gestión financiera del comercio internacional*.
- Pisón. (1998).
- Plan Maestro de Espacio Público*. (2006). Bogota.
- Plan Maestro y Estudio de Pre factibilidad de Mercados Minoristas, Volumen I*. (s.f.). Guatemala.

Plotter. (1981).

Rangel. (2014).

Rangel. (2014).

Rangel, & Etcheverry. (2012).

Rodrigo Mora. (2006). *comercio imformal* .

Rodríguez. (2013).

Rodríguez, & Suarez. (2012).

Rodríguez, & Suárez. (2013).

Rodríguez, E. (1990). *Equipamiento Comunitario-Estandares para áreas urbanas*.

Valenzuela, S., & Galarza, E. (2010).

Vigliocco, M., & Meda, R. (1991). *Estructura Urbana y uso de Suelo*.

## 18.- ANEXOS

### UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ.



#### FACULTAD DE ARQUITECTURA

Proyecto de fin de Carrera –  
Previo a la obtención del título de Arquitecto  
Tema



**“PROPUESTA DE MERCADO MINORISTA PARA LA PARROQUIA ELOY ALFARO-SECTOR SANTA LUCÍA DE LA CIUDAD DE MANTA.”**

### ENCUESTA

#### Instrucciones

- El cuestionario está compuesto por varios ítems, su tarea consistirá en leer cuidadosamente cada una de las preguntas y contestar con la mayor veracidad posible.
- Cada pregunta solo requiere que se marque con una (X) mostrando su preferencia por una de las alternativas planteadas-

#### Cuestionario

1 ¿Con que frecuencia realiza usted sus compras en la feria libre que se lleva a cabo los fines de semana en el centro del sector santa lucia de la parroquia Eloy Alfaro de Manta?

- Siempre
- A veces
- Nunca

2 ¿Con que frecuencia realiza usted sus compras en la feria libre que se lleva a cabo de lunes a viernes en la cancha la Amistad del sector Santa Lucía de la parroquia Eloy Alfaro de Manta?

- Siempre
- A veces
- Nunca

3 ¿Cuál es el motivo por el cual realiza sus compras en la feria libre que se lleva a cabo en el sector?

- Por los bajos costos.
- Por accesibilidad de los productos.
- Porque se encuentra cerca del sitio.

4 ¿Cree usted que la expropiación de la calle actualmente por parte de la feria libre contribuye a degradar la imagen del espacio público?

- Si
- No
- Otros

5 ¿Considera usted que el comercio informal genera conflictos en el espacio físico del sector Santa Lucía?

- Si
- No
- Otros

6 ¿En qué estado se presentan las calles, después de terminar las actividades comerciales por parte de la feria libre?

- Sucias.
- Llenas de residuos
- Limpias.

7 ¿Cree usted que la imagen urbana del espacio público del centro del Sector Santa Lucía se ve afectado por la actividad del comercio informal?

- Si
- No
- No opina.

8 ¿Cree usted que las autoridades municipales deben tomar la iniciativa en la gestión del territorio con respecto a la actividad comercio informal?

- Si
- No
- Talvez.

9 ¿Considera usted pertinente la construcción de un mercado minorista en el terreno donde anteriormente funcionaba la guardería San Ignacio de Loyola?

- Si
- No
- ¿Por qué?

10 ¿Considera usted que, al implantarse una instalación comercial en el sector, el espacio anteriormente usado, la calle y la avenida pueden ser destinados a un espacio público multifuncional como aporte social al sector de las calles 319, y 319A y la avenida 216?

- Si
- No

## VISUALIZACIONES 3D O RENDER



Perspectiva 1 del mercado Santa Lucía



Perspectiva 2 del mercado Santa Lucía



Perspectiva 3 del mercado Santa Lucía



Fachada Frontal



Fachada Frontal



Fachada lateral Izquierda



Fachada lateral Derecha



Render interior locales de frutas y verduras