



Carrera de Arquitectura.

Análisis de Caso:

Previo a la obtención del título de Arquitecto.

Tema:

Infraestructura pública comercial municipal; caso de estudio mercado número dos de la parroquia San Pablo, ciudad de Portoviejo – 2019.

Autores:

María Michelle Linzán Medranda.

Lider Francisco Mendoza Palma.

Director:

Arq. Juan Carlos Mera Cedeño.

Cantón Portoviejo - Provincia de Manabí - República del Ecuador.

2019

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR DE ANÁLISIS DE CASO.

Arq. Juan Carlos Mera Cedeño, Director de análisis de caso, tiene a bien certificar:

Que los egresados: María Michelle Linzán Medranda y Lider Francisco Mendoza Palma, han realizado el trabajo de análisis de caso titulado: Infraestructura pública comercial municipal; caso de estudio mercado número dos de la parroquia san pablo, ciudad de Portoviejo – 2019. La misma que fue ejecutada bajo mi asesoramiento, habiendo demostrado en ella eficiencia, capacidad y responsabilidad durante la investigación realizada, particular que comunico a ustedes para los fines pertinentes. Certifico que se culmina dicho proceso de diagnóstico y prognosis de una propuesta Arquitectónica que deja como respuesta un adecuado criterio de integración funcional.

De esta manera, considero que se encuentra concluido en su totalidad, el trabajo de análisis de caso previo a la obtención del título de Arquitecto. La misma que estuvo bajo mi dirección y supervisión.

Arq. Juan Carlos Mera Cedeño.
Director de análisis de caso.

DECLARACIÓN DE AUTORÍA.

Manifiesto que la responsabilidad de la presente investigación, así como su estudio, argumento, análisis, resultados, propuestas, conclusiones y recomendaciones, pertenecen exclusivamente a sus autores. Además cedemos los derechos de autoría del presente análisis de caso a la Universidad San Gregorio de Portoviejo.

María Michelle Linzán Medranda.
Autor.

Lider Francisco Mendoza Palma.
Autor.

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL EXAMINADOR.

Los suscritos miembros del tribunal de revisión y sustentación del análisis de caso titulado: Infraestructura pública comercial municipal; caso de estudio mercado número dos de la parroquia San Pablo, ciudad de Portoviejo – 2019. Presentada y realizada por los egresados María Michelle Linzán Medranda y Lider Francisco Mendoza Palma, ha cumplido con todo lo señalado en el reglamento interno de graduación, previo a la obtención del título de Arquitecto.

Tribunal.

Arq. David Cobeña Loor.
Presidente del Tribunal.

Arq. Juan Carlos Mera Cedeño.
Director de Análisis de Caso.

Arq. David Moreira Moreira.
Miembro del Tribunal.

Arq. Douglas Pichucho Morales.
Miembro del Tribunal.

AGRADECIMIENTO.

En primer lugar tengo que agradecer a Dios por haberme permitido llegar hasta este punto de mi formación profesional, y por darme fuerza para seguir adelante cuando más la necesité.

A mi padre por ser mi inspiración en esta carrera, a mi madre por sus consejos, apoyo y cariño, a mis hermanos, abuelita, y familia en general por acompañarme en mis noches de desvelos y ayudarme de una u otra manera en este proceso, a mi novio Eduardo Álava por guiarme y enfocarme en el camino adecuado, por sus palabra de aliento y amor.

A mi compañero de tesis, que desde que iniciamos la carrera, me dio apoyo y ayuda, a mi director de tesis, el Arq. Juan Carlos Mera Cedeño, que ha sido parte fundamental de este trabajo, y demás profesores que han sido parte de este proceso de formación profesional.

María Michelle Linzán Medranda.

AGRADECIMIENTO.

A Dios y al universo por haber conspirado para mantenerme firme y no decaer durante este gran esfuerzo que comprendió mi carrera como Arquitecto, a mis padres por darme el apoyo y consejos durante toda mi vida, que con mucho esfuerzo lo dieron todo para salir adelante con mis estudios, a mi esposa quien es la que estuvo siempre con mucho esfuerzo y amor en todo momento de mi carrera.

A la Universidad San Gregorio por el apoyo académico y enriquecer mis conocimientos.

De igual forma agradezco a mi compañera de tesis por ser un gran apoyo desde el comienzo de mi carrera, a mi director de tesis, Arq. Juan Carlos Mera por su gran ayuda y colaboración en cada momento de consulta y soporte en esta tesis, agradecer a todos mis profesores que con paciencia y dedicación, compartieron su conocimiento y amistad, en especial al Arq. Folke Zambrano y Arq. Eddison Miranda.

A toda mi familia, pilar fundamental de mi vida por toda su ayuda, consejos y amor.

Lider Francisco Mendoza Palma.

DEDICATORIA.

Dedico este trabajo en primer lugar a Dios, ya que sin él nada de esto fuera posible.

A mis padres por haberse esforzado para ayudarme a cumplir un sueño más y por inculcar en mí, el ejemplo de constancia y esfuerzo. Gracias por haber sido mi apoyo durante mi periodo de carrera universitaria.

A mis hermanos por haberme sacado sonrisas en momentos de colapsos, a mi novio por ser mi apoyo en momentos difíciles y por darme todo su cariño.

María Michelle Linzán Medranda.

DEDICATORIA.

Dedico esta tesis a mis padres Líder Mendoza y Diana Palma por darme la vida y motivarme a seguir adelante y a darlo todo.

 Mi esposa Jenniffer Cedeño, por ser incondicional en todos los momentos buenos y malos de esta carrera, y a toda mi familia, en especial a mis hijos que han sido en las etapas más difíciles mi gran motivación para seguir adelante.

Lider Francisco Mendoza Palma.

RESUMEN.

Este análisis de caso presenta el análisis de la Infraestructura pública comercial municipal; caso de estudio mercado número dos de la Parroquia San Pablo, ciudad de Portoviejo – 2019. El trabajo es un aporte investigativo, que refleja la falta de áreas en excelente condiciones para el desarrollo del comercio en el sector urbano de esta ciudad, lo cual determinará qué tipos de usuarios estarán en condiciones de intervenir en el ámbito comercial.

Además el marco teórico, los antecedentes, bases teóricas, conceptos. El desarrollo de la investigación y el tamaño de muestra. Por otro lado el análisis e interpretación de los resultados, diagnóstico, también se describe la delimitación de la propuesta, la formulación de alternativas, el alcance de la propuesta y el diseño arquitectónico de propuesta.

ABSTRACT.

This case study analyzes the Municipal Commercial Public Infrastructure of the Number Two Market of the parish *San Pablo*, located in Portoviejo, in the year 2019. The work is a research contribution, which reflects the lack of areas in excellent conditions for the development of commerce in the urban sector of the town, which will determine what types of users will be able to intervene in the commercial field.

In addition, the theoretical framework, background, theoretical bases, concepts, research development, and sample size are shown. Finally, the analysis and interpretation of the results, diagnosis, delimitation of the proposal, formulation of alternatives, scope of the proposal, and the architectural design of the proposal are presented.

Keywords: Private public infrastructure, Market, Product exchange, Commerce, Reconstruction.

ÍNDICE.

Portada.	
Certificación del tutor de análisis de caso.	ii
Declaración de autoría.	iii
Certificación del tribunal examinador.	iv
Agradecimiento.	v
Agradecimiento.	vi
Dedicatoria.	vii
Dedicatoria.	viii
Resumen.	ix
Abstract.	x
Índice.	xi
Introducción.	xxxvi
Capítulo I.	
1. Preliminares.	1
1.1. Antecedentes.	1
1.2. Justificación del tema.	2
1.2.1. Justificación Urbana.	3
1.2.2. Justificación Académica.	3
1.2.3. Justificación Social.	5
1.3. Delimitación del área de estudio.	6
1.3.1. La provincia de Manabí en la República del Ecuador – medio físico.	6
División Política y Población.	7

1.3.2. El cantón Portoviejo; ubicación geográfica y división política.	8
Ubicación.	9
Límites.	9
1.3.3. La Parroquia urbana de San Pablo.	9
1.4. Objetivo general.	10
1.5. Objetivos específicos.	10
1.6. Problematización del tema.	11
Capítulo II.	
2. Estado de la cuestión.	12
2.1. Marco Histórico.	12
2.1.1. Evolución histórica del mercado.	12
2.1.2. El comercio en la República del Ecuador.	13
2.1.3. El comercio en la provincia de Manabí; República del Ecuador.	14
2.1.4. El Comercio en el cantón Portoviejo, provincia de Manabí; República del Ecuador.	14
2.1.5. Los Mercados en el casco urbano de Portoviejo.	16
2.1.6. Gestión de los Mercados.	17
2.1.6.1. Producción de los Mercados.	18
2.1.6.2. Consumos de los Mercados.	18
2.1.7. El Mercado y su evolución en la época moderna.	19
2.2. Marco conceptual.	20
2.2.1. Mercancía.	20
2.2.2. Tianguis.	20

2.2.3. Tiendas de comercio.	20
2.2.4. Comercialización.	21
2.2.5. Comercio ambulante.	21
2.3. Marco legal.	22
2.3.1. Ordenanzas de regulación y funcionamiento de mercados municipales.	22
2.4. Marco referencial.	26
2.4.1. Repertorio internacional.	26
Mercado Mayorista Lo Valledor de Santiago; República de Chile.	26
2.4.2. Repertorio nacional.	30
Terminal de transferencia de víveres Montebello de Guayaquil, provincia del Guayas, República del Ecuador.	30
Mercado Mayorista El Arenal de la ciudad de Cuenca, provincia del Azuay; República del Ecuador.	35
2.4.3. Repertorio local.	40
Mercado Mayorista El Madrugador, cantón Manta, provincia de Manabí; República del Ecuador.	40
2.5. Marco metodológico.	44
2.5.1. Plan de investigación.	44
2.5.2. Métodos.	44
2.5.3. Técnica e instrumentos.	45
2.5.4. Análisis de datos estadísticos.	45
2.5.5. Población.	45
2.5.6. Diseño de la muestra.	46

2.5.7. Recolección de la información.	46
2.5.8. Procesamiento de la información.	47
2.5.9 Diagnóstico del problema analizado.	47
Formato de encuesta.	48
Formato de entrevista.	53
Tabulaciones de encuestas	56
2.6. Diagnostico.	92
2.6.1. Base económica y potencialidad territorial.	92
2.6.2. Comercio.	93
2.6.3. Estructura Urbana.	98
2.6.3.1. Trama Urbana.	98
2.6.3.2. Densidad Poblacional.	100
2.6.3.3. Uso y Ocupación del Suelo.	101
2.6.3.4. Vialidad y Accesibilidad.	105
2.6.3.5. Espacios Verdes.	109
2.6.3.6. Equipamiento Urbano.	110
2.6.4. Infraestructura del Mercado Municipal N°2.	114
2.6.4.1. Aspecto Funcional.	115
2.6.4.1.1. Accesos.	115
2.6.4.1.2. Zonificación y Distribución de las áreas.	122
Zona de Frutas.	123
Tiendas de Expendios.	126
Zona de Verduras y Legumbre.	129

Zona de Ventas Minorista.	134
Zona de Carnes, Complementaria y demás.	136
2.6.4.2. Aspecto Formal.	141
2.7. Conclusiones y recomendaciones.	143
2.7.1. Conclusiones.	143
2.7.2. Recomendaciones.	146
Capítulo III.	
3. Propuesta.	149
3.1. Prognosis del proyecto.	149
3.2. Formulación de alternativas para la implementación de la propuesta.	149
3.3. Descripción del área a establecer la propuesta.	150
3.3.1. Propuesta 1 (Readecuación del mercado municipal nº2 de Portoviejo).	150
3.3.2. Propuesta 2 (Mercado Mayorista).	150
3.4. Análisis de las alternativas de terreno para la implementación de la propuesta.	150
3.4.1. Alternativa de terreno para readecuar el actual mercado nº2 de Portoviejo.	151
3.4.2. Alternativas de terrenos para el nuevo Mercado Mayorista de Portoviejo.	152
3.5. Selección de alternativas.	156
3.5.1. Localización del terreno.	157
Dimensiones del terreno.	158
3.5.2. Análisis de Sitio.	158
Topografía.	158

Entorno y Distancias Aproximadas.	159
Vegetación.	159
Clima.	160
Vientos.	160
Asoleamiento.	161
Ruidos.	161
3.5.3. Zonificación y Uso del Suelo.	161
3.5.4. Vialidad.	162
Plan de movilidad.	163
3.5.5. Zona de Riesgo.	164
3.5.6. Infraestructura urbana.	164
3.6. Conclusión del estudio preliminar.	165
3.7. Tipo de arquitectura a emplear.	165
Descripción de proyecto a realizar y su ambiente.	165
3.8. Desarrollo de la propuesta.	167
3.8.1. Readequación del Mercado N°2 de Portoviejo.	167
Zonificación General.	167
3.8.1.1. Descripción funcional.	167
3.8.1.2. Descripción formal.	169
3.8.1.3. Presupuesto Referencial.	172
Anexos	173
Bibliografía.	174
Índice de gráficos.	
Gráfico No. 1. Imagen del mapa ilustrativo de la provincia de Manabí;	6

República del Ecuador.	
Gráfico No. 2. Imagen de división política y limítrofe de la provincia de Manabí; República del Ecuador.	7
Gráfico No. 3. Imagen del mapa ilustrativo del cantón Portoviejo, provincia de Manabí, República del Ecuador.	8
Gráfico No. 4. Imagen de los datos de la población por área y género del cantón Portoviejo, provincia de Manabí; República del Ecuador.	9
Gráfico No. 5. Imagen del mapa ilustrativo parroquias urbanas de la ciudad de Portoviejo, provincia de Manabí; República del Ecuador.	10
Gráfico No. 6. Imagen del mapa ilustrativo de la ubicación de los Mercados Municipales en el casco urbano de la ciudad de Portoviejo, provincia de Manabí; República del Ecuador.	16
Gráfico No. 7. Imagen del Mercado Mayorista Lo Valledor de Santiago. República de Chile.	26
Gráfico No. 8. Imagen del Mercado Mayorista Lo Valledor de Santiago. República de Chile.	27
Gráfico No. 9. Imagen del Mercado Mayorista Lo Valledor de Santiago. República de Chile.	27
Gráfico No. 10. Imagen interna del Mercado Mayorista Lo Valledor de Santiago. República de Chile.	28
Gráfico No. 11. Imagen interna del Mercado Mayorista Lo Valledor de Santiago. República de Chile.	28
Gráfico No. 12. Imagen interna del Mercado Mayorista Lo Valledor	29

de Santiago. República de Chile.	
Gráfico No. 13. Imagen interna del Mercado Mayorista Lo Valledor de Santiago. República de Chile.	29
Gráfico No. 14. Vista del ingreso vehicular de la terminal de transferencia Montebello, cantón Guayaquil, provincia del Guayas; República del Ecuador.	31
Gráfico No. 15. Vista general de la terminal de transferencia Montebello, cantón Guayaquil, provincia del Guayas; República del Ecuador.	31
Gráfico No. 16. Vista general interna de la terminal de transferencia Montebello, cantón Guayaquil, provincia del Guayas; República del Ecuador.	32
Gráfico No. 17. Vista general interna de la terminal de transferencia Montebello, cantón Guayaquil, provincia del Guayas; República del Ecuador.	32
Gráfico No. 18. Vista general interna de la terminal de transferencia Montebello, cantón Guayaquil, provincia del Guayas; República del Ecuador.	33
Gráfico No. 19. Vista general interna de la terminal de transferencia Montebello, cantón Guayaquil, provincia del Guayas; República del Ecuador.	33
Gráfico No. 20. Vista general interna de la disposición de locales minoristas de la terminal de transferencia Montebello, cantón Guayaquil, provincia del Guayas; República del Ecuador.	34
Gráfico No. 21. Vista general interna de la disposición de locales minoristas de la terminal de transferencia Montebello, cantón Guayaquil, provincia del Guayas; República del Ecuador.	34
Gráfico No. 22. Vista exterior aérea del Mercado Mayorista El Arenal, cantón Cuenca, provincia del Azuay; República del Ecuador.	35

Gráfico No. 23. Vista general interna del Mercado Mayorista El Arenal, cantón Cuenca, provincia de Azuay; República del Ecuador	36
Gráfico No. 24. Vista general interna del Mercado Mayorista El Arenal, cantón Cuenca, provincia de Azuay; República del Ecuador.	36
Gráfico No. 25. Vista del ingreso a ciertas asociaciones del Mercado Mayorista El Arenal, cantón Cuenca, provincia de Azuay; República del Ecuador.	37
Gráfico No. 26. Vista del ingreso a ciertas asociaciones del Mercado Mayorista El Arenal, cantón Cuenca, Provincia de Azuay; República del Ecuador.	37
Gráfico No. 27. Vista de puestos de comerciantes minoristas dentro del Mercado Mayorista El Arenal, cantón Cuenca, provincia de Azuay; República del Ecuador	38
Gráfico No. 28. Vista de puestos de comerciantes minoristas dentro del Mercado Mayorista El Arenal, cantón Cuenca, provincia de Azuay; República del Ecuador.	38
Gráfico No. 29. Vista de puestos de comerciantes mayoristas y minoristas dentro del Mercado Mayorista El Arenal, cantón Cuenca, provincia de Azuay; República del Ecuador.	39
Gráfico No. 30. Vista de puestos de comerciantes mayoristas y minoristas dentro del Mercado Mayorista El Arenal, cantón Cuenca, provincia de Azuay; República del Ecuador.	39
Gráfico No. 31. Vista del ingreso al Mercado Mayorista El Madrugador,	40

cantón Manta, provincia de Manabí; República del Ecuador.	
Gráfico No. 32. Vista del ingreso al Mercado Mayorista El Madrugador, cantón Manta, provincia de Manabí; República del Ecuador.	41
Gráfico No. 33. Vista general interna del Mercado Mayorista El Madrugador, cantón Manta, provincia de Manabí; República del Ecuador.	41
Gráfico No. 34. Vista de los locales de los comerciantes del Mercado Mayorista El Madrugador, cantón Manta, provincia de Manabí; República del Ecuador.	42
Gráfico No. 35. Vista de los locales de los comerciantes del Mercado Mayorista El Madrugador, cantón Manta, provincia de Manabí; República del Ecuador.	42
Gráfico No. 36. Vista de los locales de los comerciantes del Mercado Mayorista El Madrugador, cantón Manta, provincia de Manabí; República del Ecuador.	43
Gráfico No. 37. Vista de un cuadro de detalles de cantidades mínimas de ventas del Mercado Mayorista El Madrugador, cantón Manta, Provincia de Manabí. República del Ecuador.	43
Gráfico No. 38. Resultados de la procedencia de los comerciantes que laboran en el Mercado Municipal N°2 de Portoviejo.	56
Gráfico No. 39. Resultados del tiempo de los comerciantes que tienen dedicándose a la actividad comercial.	57
Gráfico No. 40. Resultados de si los ingresos que obtienen al realizar la actividad comercial dentro del mercado municipal n°2 de Portoviejo	58

son suficientes o insuficientes.

Gráfico No. 41 Resultados acerca de que productos se venden dentro del Mercado Municipal n°2 de Portoviejo.	59
Gráfico No. 42. Resultados acerca de que si siempre dentro del Mercado Municipal n°2 de Portoviejo.	60
Gráfico No. 43. Resultados acerca de la frecuencia de ventas de los comerciantes dentro del mercado municipal n°2 de Portoviejo	62
Gráfico No. 44. Resultados de que si el mercado brinda las facilidades para el buen desarrollo comercial.	63
Gráfico No. 45. Resultados de cómo se califica el funcionamiento actual del Mercado Municipal n°2 de Portoviejo.	64
Gráfico No. 46. Resultados de la dinámica comercial en el sector en donde se encuentra el mercado.	65
Gráfico No. 47. Resultados de que existe un buen sistema de recolección de basura y aseo del mercado y su entorno comercial.	66
Gráfico No. 48. Resultados de que si el comerciante está cómodo con la tarifa dispuesta por la municipal por el uso del mercado.	67
Gráfico No. 49. Resultados de que si el mercado n°2 de Portoviejo abastece sus necesidades requeridas.	68
Gráfico No. 50. Sobre cuáles son las afectaciones que tienen los comerciantes	70

dentro del mercado.

Gráfico No. 51. Resultados sobre si es necesario la dotación de una mejor infraestructura del mercado.	71
Gráfico No. 52. Resultados sobre si las personas se sienten a gusto al momento de realizar las compras dentro del mercado.	72
Gráfico No. 53. Resultados sobre si se reubicara el mercado en otra zona, los comerciantes se desplazarían hasta esa nueva infraestructura.	73
Gráfico No. 54. Resultados sobre qué tipo de infraestructura les gustaría disponer si no hubiese existido el mercado.	74
Gráfico No. 55. Resultados acerca de si que realiza compras en el Mercado Municipal n°2 de la Ciudad.	77
Gráfico No. 56. Resultados acerca de que productos compra el usuario dentro del mercado municipal n°2 de Portoviejo.	78
Gráfico No. 57. Resultados acerca de la periodicidad en la que realiza las compras en el mercado municipal n°2 de Portoviejo.	80
Gráfico No. 58. Resultados acerca del porque realiza las compras en el mercado municipal n°2 de Portoviejo.	81
Gráfico No. 59. Resultados acerca del porqué no realizan sus compras en el mercado municipal n°2 de la ciudad.	82
Gráfico No. 60. Resultados acerca de que si los comerciantes ofrecen una atención adecuada en el mercado municipal n°2 de la ciudad.	83

Gráfico No. 61. Resultados acerca del estado de los puestos de ventas en el mercado municipal n°2 de la ciudad.	85
<i>Gráfico No. 62.</i> Resultados sobre el mantenimiento del Mercado Municipal n°2 de la Ciudad y su entorno.	86
Gráfico No. 63. Resultados sobre las condiciones en que se encuentra la infraestructura del mercado.	87
Gráfico No. 64. Resultados sobre las estrategias que debe utilizar a administración municipal para solucionar los problemas del mercado municipal n°2 de Portoviejo.	88
Gráfico No. 65. Resultados sobre si cree que es necesario readecuar o reubicar el mercado municipal n°2 de Portoviejo.	89
Gráfico No. 66. Resultados sobre qué tipo de infraestructura les gustaría disponer si no hubiese existido el mercado.	91
Gráfico No. 67. Imagen de las principales actividades económicas productivas del territorio según ocupación, cantón Portoviejo; República del Ecuador.	92
Gráfico No. 68. Imagen del desarrollo comercial la ciudad de Portoviejo, provincia de Manabí; República del Ecuador..	93
Gráfico No. 69. Imagen estadístico del Pymes (pequeñas y medianas empresas), cantón Portoviejo, provincia de Manabí; República del Ecuador.	94
Gráfico No. 70. Imagen del área comercial del casco céntrico de la ciudad de Portoviejo, provincia de Manabí; República del Ecuador.	95

Gráfico No. 71. Imagen de los comerciantes minoristas asentados de manera provisional en la Av. Alajuela de la ciudad de Portoviejo; República del Ecuador.	96
Gráfico No. 72. Imagen de la infraestructura comercial del Mercado Municipal n°2 de la parroquia San Pablo de la ciudad de Portoviejo, provincia de Manabí; República del Ecuador.	97
Gráfico No. 73. Imagen esquemática de la trama urbana de la ciudad de Portoviejo, provincia de Manabí; República del Ecuador.	98
<i>Gráfico No. 74.</i> Imagen esquemática de la trama urbana de la zona donde se encuentra situada el Mercado Municipal N°2 de la Parroquia Urbana San Pablo de la ciudad de Portoviejo; República del Ecuador.	99
Gráfico No. 75. Imagen esquemática de la sectorización homogénea poblacional de la ciudad de Portoviejo; República del Ecuador.	100
Gráfico No. 76. Imagen esquemática de la sectorización homogénea poblacional de la ciudad de Portoviejo; República del Ecuador.	100
Gráfico No. 77. Imagen del uso del suelo y su porcentaje de la ciudad de Portoviejo; República del Ecuador.	101
Gráfico No. 78. Imagen esquemática del plano del uso del suelo y su porcentaje de la ciudad de Portoviejo; República del Ecuador.	102
Gráfico No. 79. Imagen de la implantación del mercado municipal n°2 de la parroquia urbana San Pablo de la ciudad de Portoviejo y su área de influencia directa e indirecta. República del Ecuador.	103

Gráfico No. 80. Imagen del cuadro de área de influencia directa del Mercado n°2 de Portoviejo; República del Ecuador.	104
Gráfico No. 81. Imagen del cuadro de área de influencia indirecta del Mercado n°2 de Portoviejo; República del Ecuador.	104
Gráfico No. 82. Imagen esquemática del plano de vialidad y accesibilidad a la ciudad de Portoviejo; República del Ecuador.	105
Gráfico No. 83. Imagen del cuadro de red de vías perimetrales de Portoviejo; República del Ecuador.	106
<i>Gráfico No. 84.</i> Imagen del cuadro de red de vías colectoras de Portoviejo; República del Ecuador.	106
Gráfico No. 85. Imagen del cuadro de red de vías locales de Portoviejo; República del Ecuador.	107
Gráfico No. 86. Imagen esquemática del plano de vialidad y accesibilidad al mercado municipal n°2 de Portoviejo; República del Ecuador.	108
Gráfico No. 87. Imagen esquemática del plano de áreas verdes de la ciudad de Portoviejo; República del Ecuador.	109
Gráfico No. 88. Imagen estadístico del INEC sobre el índice verde urbano de la provincia de Manabí; República del Ecuador.	109
Gráfico No. 89. Imagen del cuadro de áreas verdes la parroquia urbana San Pablo de la ciudad de Portoviejo; República del Ecuador.	110

Gráfico No. 90. Vista del parque público de la parroquia urbana San Pablo, Cantón Portoviejo; República del Ecuador.	110
Gráfico No. 91. Imagen del equipamiento urbano entorno al Mercado Municipal n°2 de la ciudad de Portoviejo; República del Ecuador.	111
Gráfico No. 92. Imagen de la ubicación del pasaje provisional de comerciantes informales la Alajuela.	113
Gráfico No. 93. Imagen de la Ordenanza reformatoria sobre proyección del pasaje provisional de comerciantes informales la Alajuela.	113
Gráfico No. 94. Imagen de la ubicación actual del Mercado Municipal N°2 de Portoviejo; República del Ecuador.	114
Gráfico No. 95. Imagen de la ubicación de los accesos actuales del Mercado Municipal N°2 de Portoviejo; República del Ecuador.	116
Gráfico No. 96. Imagen del acceso principal al Mercado por la calle Coronel Sabando.	117
Gráfico No. 97. Imagen de la calle Coronel Sabando, entorno al Mercado Municipal N°2 de Portoviejo; República del Ecuador.	117
Gráfico No. 98. Imagen del acceso de carga/descarga al Mercado por la calle Francisco de P. Moreira.	118
Gráfico No. 99. Imagen de la calle Francisco de P. Moreira, entorno al Mercado Municipal N°2 de Portoviejo; República del Ecuador.	119

Gráfico No. 100. Imagen de la calle Venezuela, entorno al Mercado Municipal N°2 de Portoviejo; República del Ecuador.	120
Gráfico No. 101. Imagen de la calle Venezuela, entorno al Mercado Municipal N°2 de Portoviejo; República del Ecuador.	120
Gráfico No. 102. Imagen del ingreso alterno de la avenida Ramos Iduarte, entorno al Mercado Municipal N°2 de Portoviejo; República del Ecuador.	121
Gráfico No. 103. Imagen del ingreso alterno de la avenida Ramos Iduarte, entorno al Mercado Municipal N°2 de Portoviejo; República del Ecuador.	121
Gráfico No. 104. Imagen de la zonificación y distribución por áreas del Mercado Municipal N°2 de Portoviejo; República del Ecuador.	122
Gráfico No. 105. Imagen de la ubicación de la zona de frutas del Mercado Municipal N°2 de Portoviejo; República del Ecuador.	123
Gráfico No. 106. Vista externa de la zona de frutas del Mercado Municipal N°2 de Portoviejo; República del Ecuador.	124
Gráfico No. 107. Vista interna de la zona de frutas del Mercado Municipal N°2 de Portoviejo; República del Ecuador.	124
Gráfico No. 108. Tiendas de expendios vinculadas con la zona de frutas del Mercado Municipal N°2 de Portoviejo; República del Ecuador.	125
Gráfico No. 109. Imagen de la ubicación del área para tiendas de expendios y abastos del Mercado Municipal N°2 de Portoviejo; República del Ecuador.	126

Gráfico No. 110. Imagen interna del áreas de tiendas de expendios del Mercado Municipal N°2 de Portoviejo; República del Ecuador.	127
Gráfico No. 111. Imagen interna del áreas de tiendas de expendios donde está colapsado por los comerciantes informales del Mercado Municipal N°2 de Portoviejo; República del Ecuador.	128
Gráfico No. 112. Imagen interna del áreas de tiendas de expendios del Mercado Municipal N°2 de Portoviejo; República del Ecuador.	128
Gráfico No. 113. Imagen interna del áreas de tiendas de expendios del Mercado Municipal N°2 de Portoviejo; República del Ecuador.	129
Gráfico No. 114. Imagen de la ubicación de la zona de frutas del Mercado Municipal N°2 de Portoviejo; República del Ecuador.	129
Gráfico No. 115. Imagen de la ubicación de la zona de frutas del Mercado Municipal N°2 de Portoviejo; República del Ecuador.	130
Gráfico No. 116. Imagen interna donde el comerciante minorista se hace presente dentro del Mercado Municipal N°2 de Portoviejo.	131
<i>Gráfico No. 117.</i> Imagen interna donde el comerciante minorista se hace presente en el área exclusiva para el comercio mayorista dentro del Mercado Municipal N°2 de Portoviejo; República del Ecuador.	131
Gráfico No. 118. Imagen donde el comerciante minorista se hace presente en el área exclusiva para el comercio mayorista dentro del Mercado.	132

Gráfico No. 119. Imagen donde el comerciante minorista se hace presente en el área exclusiva para el comercio mayorista dentro del Mercado.	132
Gráfico No. 120. Imagen del galpón y estado de su cubierta en el área para el comercio mayorista dentro del Mercado.	133
Gráfico No. 121. Imagen del actual sistema de recolección de aguas lluvias en el área para el comercio mayorista dentro del Mercado.	133
Gráfico No. 122. Imagen de la ubicación de la zona de ventas minoristas dentro del Mercado.	134
Gráfico No. 123. Imagen interna de la zona de ventas minoristas dentro del Mercado.	135
Gráfico No. 124. Imagen interna de la zona de ventas minoristas dentro del Mercado.	135
Gráfico No. 125. Imagen de la ubicación de la zona de frutas del Mercado Municipal N°2 de Portoviejo; República del Ecuador.	136
Gráfico No. 126. Imagen interna de la zona de carnes y mariscos del Mercado Municipal N°2 de Portoviejo; República del Ecuador.	137
Gráfico No. 127. Imagen interna de la zona de carnes y mariscos del Mercado Municipal N°2 de Portoviejo; República del Ecuador.	137
Gráfico No. 128. Imagen interna del área de frigo general del Mercado Municipal N°2 de Portoviejo; República del Ecuador.	138

Gráfico No. 129. Imagen del área complementaria general del Mercado Municipal N°2 de Portoviejo; República del Ecuador.	138
Gráfico No. 130. Imagen de la oficina administrativa del Mercado Municipal N°2 de Portoviejo; República del Ecuador.	139
Gráfico No. 131. Vista del parqueadero exterior del Mercado Municipal N°2 de Portoviejo; República del Ecuador.	140
Gráfico No. 133. Vista de la fachada del Mercado Municipal N°2 de Portoviejo sobre la calle Coronel Sabando del Mercado Municipal N°2 de Portoviejo.	141
Gráfico No. 134. Vista de la fachada del Mercado Municipal N°2 de Portoviejo sobre la calle Francisco de P. Moreira.	142
Gráfico No. 135. Vista de la fachada del Mercado Municipal N°2 de Portoviejo sobre la calle Venezuela.	142
Gráfico No. 136. Vista de la fachada del Mercado Municipal N°2 de Portoviejo sobre la Av. Ramos Iduarte.	143
Gráfico No. 137. Mapa satelital de la ubicación actual del mercado n°2 de la ciudad de Portoviejo, provincia de Manabí; República del Ecuador.	151
Gráfico No. 138. Vista de campo, del mercado municipal n°2 de Portoviejo, provincia de Manabí; República del Ecuador.	151
Gráfico No. 139. Vista satelital de la alternativa de terreno 1 para el nuevo Mercado Mayorista de la ciudad de Portoviejo; República del Ecuador.	152

Gráfico No. 140. Vista de campo, terreno alternativa 1. Ciudad de Portoviejo, provincia de Manabí; República del Ecuador.	152
Gráfico No. 141. Vista de campo, terreno alternativa 1. Ciudad de Portoviejo, provincia de Manabí; República del Ecuador.	153
Gráfico No. 142. Vista satelital de la alternativa de terreno 2 para el nuevo Mercado Mayorista de la ciudad de Portoviejo; República del Ecuador.	153
Gráfico No. 143. Vista de campo, terreno alternativa 2. Ciudad de Portoviejo; República del Ecuador.	154
Gráfico No. 144. Vista de campo, terreno alternativa 2. Ciudad de Portoviejo; República del Ecuador.	154
Gráfico No. 145. Ventajas y desventajas de alternativa de terreno 1. ciudad de Portoviejo; República del Ecuador.	155
Gráfico No. 146. Ventajas y desventajas de alternativa de terreno 2. ciudad de Portoviejo; República del Ecuador.	155
Gráfico No. 147. Vista satelital de la alternativa de terreno escogida para el nuevo Mercado Mayorista de la ciudad de Portoviejo; República del Ecuador.	156
Gráfico No. 148. Localización del terreno escogido. Ciudad de Portoviejo; República del Ecuador.	157
Gráfico No. 149. Área del terreno para el nuevo Mercado Mayorista de la ciudad de Portoviejo; República del Ecuador.	158

Gráfico No. 150. Equipamiento Urbano entorno al terreno para el nuevo Mercado Mayorista de la ciudad de Portoviejo; República del Ecuador.	159
Gráfico No. 151. Vientos. Ciudad de Portoviejo; República del Ecuador.	160
Gráfico No. 152. Asoleamiento. Ciudad de Portoviejo; República del Ecuador.	161
Gráfico No. 153. Imagen de un cuadro de distribución Porcentual de la zona Parque Industrial de la ciudad de Portoviejo; República del Ecuador.	162
Gráfico No. 154. Vías de acceso al terreno escogido. Ciudad de Portoviejo; República del Ecuador.	162
Gráfico No. 155. Esquema de carriles de aceleración. República del Ecuador.	163
Gráfico No. 156. Esquema de carriles de desaceleración. República del Ecuador.	163
Gráfico No. 157. Esquema de vía de acceso al terreno a proyectarse. República del Ecuador.	163
Gráfico No. 158. Sección Gestión de Riesgo de la alternativa de terreno. ciudad de Portoviejo; provincia de Manabí; República del Ecuador.	164
Gráfico No. 159. Servicios Básicos de la alternativa de terreno. ciudad de Portoviejo; provincia de Manabí; República del Ecuador.	164
Gráfico No. 160. Programa Arquitectónico de un Mercado Municipal Minorista y Mayorista.	166
Gráfico No. 161. Zonificación del nuevo Mercado Municipal Minorista nº2 de Portoviejo.	167

Gráfico No. 162. Organigrama de distribución de un Mercado Municipal Minorista.	168
Gráfico No. 163. Fachada principal del nuevo Mercado Municipal Minorista n°2 de Portoviejo, provincia de Manabí; República del Ecuador.	168
Gráfico No. 164. Fachada principal del nuevo Mercado Municipal Minorista n°2 de Portoviejo, provincia de Manabí; República del Ecuador.	170
Gráfico No. 165. Vista exterior del nuevo Mercado Municipal Minorista n°2 de Portoviejo, provincia de Manabí; República del Ecuador.	170
Gráfico No. 166. Vista exterior del nuevo Mercado Municipal Minorista n°2 de Portoviejo, provincia de Manabí; República del Ecuador.	171
Gráfico No. 167. Vista exterior del nuevo Mercado Municipal Minorista n°2 de Portoviejo, provincia de Manabí; República del Ecuador.	171
Gráfico No. 168. Vista exterior del nuevo Mercado Municipal Minorista n°2 de Portoviejo, provincia de Manabí; República del Ecuador.	172
Gráfico No. 168. Presupuesto referencial del nuevo Mercado Municipal Minorista n°2 de Portoviejo, provincia de Manabí; República del Ecuador.	172
Índice de cuadros.	
Cuadro 1. Procedencia de los comerciantes del Mercado Municipal N°2 de Portoviejo.	56
Cuadro 2. El tiempo de los comerciantes que tienen realizando la	57

actividad comercial.	
Cuadro 3. Ingresos que obtienen realizando la actividad comercial son agradables o no.	58
Cuadro 4. Productos que venden dentro del Mercado Municipal N°2 de Portoviejo.	59
Cuadro 5. Comercializa el mismo producto dentro del Mercado Municipal N°2 de Portoviejo.	60
Cuadro 6. Frecuencia de ventas de los comerciantes del Mercado Municipal N°2 de Portoviejo.	61
Cuadro 7. Facilidades para realizar la actividad y desarrollo comercial.	62
Cuadro 8. Funcionamiento actual del Mercado Municipal N°2 de Portoviejo.	64
Cuadro 9. Dinámica comercial del Mercado Municipal N°2 de Portoviejo.	65
Cuadro 10. Sistema de recolección de basura y aseo del mercado.	66
Cuadro 11. Tarifas dispuesta por la municipalidad por el uso del espacio público del mercado.	67
Cuadro 12. El Mercado abastece las necesidades requeridas.	68
Cuadro 13. Situación que afecta a los comerciantes.	69
Cuadro 14. Se necesita la dotación de una mejor infraestructura.	71
Cuadro 15. Las personas se sienten a gusto realizando compras en el mercado.	72
Cuadro 16. Se desplazaría a realizar su actividad en una nueva infraestructura.	73
Cuadro 17. Tipo de infraestructura les gustaría disponer si no hubiese un mercado.	74
Cuadro 18. Realiza compras en el Mercado Municipal N°2 de la ciudad.	77

Cuadro 19. Productos que consumen dentro del Mercado Municipal N°2 de Portoviejo.	78
Cuadro 20. Periodicidad en la que realiza compras en el Mercado Municipal N°2 de Portoviejo.	79
Cuadro 21. A qué se debe sus compras en el Mercado Municipal N°2 de Portoviejo.	81
Cuadro 22. No realizan las compras en el Mercado Municipal N°2 de la ciudad.	82
Cuadro 23. Los comerciantes ofrecen la atención adecuada al público.	83
Cuadro 24. Estado de los puestos de ventas y las diferentes areas de comercialización.	84
Cuadro 25. El mantenimiento del mercado y su entorno.	86
Cuadro 26. Estado de la infraestructura del mercado.	87
Cuadro 27. Estrategia que debe utilizar la administración como solución en el mercado.	88
Cuadro 28. Readecuar o reubicar la infraestructura del mercado.	89
Cuadro 29. Tipo de infraestructura les gustaría disponer si no hubiese un mercado.	90

INTRODUCCIÓN.

La finalidad de esta investigación es contribuir con un proyecto que ayude a mejorar el sistema de comercialización actual del mercado número dos de la parroquia urbana san pablo de la ciudad de Portoviejo, considerando las normativas existentes para construcción de centros de comercio y respetando las reglamentaciones ambientales. A lo largo de los capítulos encontraremos una breve descripción de la historia del comercio; así como un marco teórico que abarca los conceptos y definiciones de la comercialización y sus diferentes modalidades como base teórica y legal para el mismo diseño en referencia.

El diseño e implantación de la propuesta a realizarse permitirá el fortalecimiento de las actividades comerciales, lo que de la misma manera mejorará las condiciones de trabajo y por ende la calidad de vida de cada uno de los actores involucrados en el sistema de comercialización de la parroquia. Por medio de este trabajo, se plantea tomar en cuenta a toda la población de la parroquia procurando que se integren en el proyecto y sean parte importante del desarrollo sustentable y sostenible.

CAPÍTULO I.

1. Preliminares.

1.1. Antecedentes.

Razonando en la Enciclopedia de Arquitectura PLAZOLA¹ (1998), podemos exponer que:

En los primeros años de la historia de humanidad no existían mercado, así que los hombres primitivos tenían que elaborar sus productos, según sus aptitudes y necesidades.

Los Antepasados señalaban al mercado como un lujo. Este empezó como intercambio a través del trueque y con el inicio de negociaciones, en un lugar y en una fecha fija.

Para lograr esto, se establecieron grupos de lugares cercanos a los templos, por ser estos los que atraían mayor número de gente, sobre todo en las celebraciones de fiestas religiosas. En esta primera fase los mercados no tenían valor arquitectónico, por estar formados por “puestos” al aire libre. (p.597).

Iniciando con la investigación en la tesis de Guerrero² (2015), podemos referenciar que:

Los mercados, desde antes de la conquista, se han constituido en los sitios de comercialización más antiguos del Ecuador, donde compradores y vendedores se reunían, manteniéndose hasta hoy sus características, antes de la llegada de los Incas, el lugar donde hoy ocupa la Plaza de San Francisco, en la ciudad de Quito, fue un sitio de intercambio en donde llegaban muchas personas de diferentes lugares de la Sierra, Costa, Valles y Selva para el intercambio constante de productos de todas las zonas climáticas del país. (p. 17).

¹Plazola, A. (1998). Enciclopedia de Arquitectura Plazola, vol. 7. México. Plazola Editores y Noriega Editores.

²Guerrero, K. (2015). Mercados emblemáticos del D. M. De quito y su patrimonio alimentario: el caso del mercado santa clara e itinerario turístico cultural de la comuna santa clara de san millán. Universidad Central del Ecuador. República del Ecuador: Tesis Publicada. [En línea]. Consultado: [07, junio, 2019]. Disponible en: <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/6124/1/T-UCE-0009-515.pdf>.

De acuerdo a la respectiva investigación podríamos evidenciar que los mercados tienen y han tenido mucha importancia para las ciudades desde tiempo antiguos, ya que estos ayudan a que las ciudades reciban productos de sus propios agricultores y vayan de la cosecha a la mesa. El objetivo de los mercados con el pasar del tiempo ha sido dar un mejor producto en cuanto a precio y calidad, pero en muchos de los casos los productos no poseen esta relación.

1.2. Justificación del Tema.

Observando en el artículo de Elguera³ (2018), podemos citar que:

Los mercados de abasto es una de las infraestructuras más antiguas de comercialización que convive con el retail moderno, manteniendo su posicionamiento, gracias no solo a la ventaja competitiva del producto fresco sino a los impactos sociales y culturales que generan. Por otro lado los supermercados y su gran desarrollo logístico operacional y fuerte crecimiento, han modificado los hábitos de compra del consumidor, con la creación de distintos formatos de venta, posicionándose cada vez más en la preferencia de compra, pudiéndose perder ese potencial beneficio sociocultural, por lo que los mercados de abasto tradicionales necesitan implementar nuevas estrategias que les permita seguir desarrollando esos aspectos relevantes de la sociedad, recuperando sus orígenes de ser edificaciones potencialmente influyentes de su entorno, a través de intervenciones que generan vinculaciones sociales y culturales, encontrándose en la investigación soluciones como: Beneficios sociales a través de la integración estratégica de comerciantes y vecinos, Beneficios urbanos a través de la integración con su entorno, Beneficios culturales a través de nuevos servicios con valor agregado, mejoras de los servicios internos implementando el diseño emocional y merchandising en la exhibición. (p. 25).

³Elguera, H. (2018). Estrategias de formulación de los mercados de abasto y su influencia en la sociedad y cultura. [En línea]. Consultado: [07, junio, 2019]. Disponible en: http://repositorio.ucal.edu.pe/bitstream/handle/ucal/241/2018_Art%C3%ADculo_IV_Hernan-Rafael.pdf?sequence=4&isAllowed=y.

Estudiando en el Plan de desarrollo territorial (PDOT)⁴ (2011), de la parroquia rural Alajuela podemos conocer que:

En las comunidades y la cabecera parroquial según información proporcionada en los autos diagnósticos comunitarios no existe infraestructura ni equipamiento adecuados de los servicios públicos, más aun algunas dependencias no llevan registros digitalizado, ni sistemas estadísticos apropiados, algunos solo atienden dos días a la semana como el registro civil. (p. 237).

1.2.1. Justificación Urbana.

Continuando con el estudio del artículo de Elguera (2018), podemos saber que:

En el aspecto urbano, la estructura morfológica de una ciudad está conforma por aspectos sociales, económicos y culturales, incluso políticos y es transversal a la comunidad, en un contexto de crecimiento explosivo por constantes inmigraciones como el nuestro, los mercados de abasto han tenido un papel articulador de lo urbano y lo rural, integrando al comprador con el productor, conformándose cierta identidad social, en un espacio de actividad colectiva. (p.30).

1.2.2. Justificación Académica.

Analizando la Ley Orgánica Reformatoria a Ley Orgánica de Educación Superior⁵ (2018), podemos referenciar que:

Artículo 112.- Sustitúyase el Art. 159 de la Ley Orgánica de Educación Superior, por el siguiente:

"Art. 159.- Instituciones de Educación Superior.- Las instituciones de educación superior son comunidades académicas con personería jurídica propia, esencialmente pluralistas y abiertas a todas las corrientes y formas del pensamiento universal expuestas de manera científica. Gozarán de autonomía académica, administrativa, financiera y orgánica, excepto las siguientes:

⁴Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Alajuela. (2011). Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Alajuela. Manabí, República del Ecuador: Información proporcionada por Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Alajuela. Departamento de planificación.

⁵Asamblea Nacional de la República del Ecuador (2018). Ley Orgánica Reformatoria a Ley Orgánica de Educación Superior. [En línea]. Consultado: [22, mayo, 2019]. Disponible en: <https://procuraduria.utpl.edu.ec/sitios/documentos/NormativasPublicas/LEY%20ORG%C3%81NICA%20REFORMATORIA%20A%20LEY%20ORG%C3%81NICA%20DE%20EDUCACI%C3%93N%20SUPERIOR%2002-08-2018.pdf>.

- a) Los institutos técnicos y tecnológicos públicos que serán instituciones desconcentradas adscritas al órgano rector de la política en materia de educación superior, ciencia, tecnología e innovación;
- b) Los institutos pedagógicos públicos que serán instituciones desconcentradas adscritas a la Universidad Nacional de Educación;
- c) Los conservatorios públicos que sean sede o adscritas a la Universidad de las Artes, o a otras instituciones de educación superior públicas con oferta académica afín a este campo de conocimiento.
- d) Los institutos superiores técnicos y tecnológicos promovidos por universidades o escuelas politécnicas públicas que serán instituciones desconcentradas adscritas a la respectiva institución promotora.

Estas instituciones podrán alcanzar autonomía administrativa, financiera y orgánica, previo el cumplimiento de los requisitos establecidos en el reglamento a esta Ley y la normativa que para el efecto expida el Consejo de Educación Superior. ". (p. 25).

Considerando el Reglamento de Régimen Académico de la República del Ecuador⁶ (2019), señala que:

Art 79.- Evaluación de la titulación para tercer nivel de formación.- Ya sea mediante el trabajo de titulación o el examen complejo, el estudiante deberá demostrar el manejo integral de los conocimientos adquiridos a lo largo de su formación profesional.

El resultado de su evaluación será registrado cuando se haya completado la totalidad de horas establecidas en el currículo de la carrera, incluidas la unidad de titulación y las prácticas pre profesionales. Las IES podrán incluir la defensa oral o escrita de los trabajos de titulación.

En el tercer nivel de formación, los trabajos de titulación serán evaluados individualmente. Estos trabajos podrán desarrollarse con metodologías multidisciplinares.

Para su elaboración se podrán conformar equipos de dos estudiantes de una misma carrera. Cuando pertenezcan a diversas carreras de una misma o de diferentes IES, los equipos podrán integrar a un máximo de tres estudiantes. En estos casos el

⁶Consejo de Educación Superior, (2019). Reglamento del Régimen Académico. República del Ecuador. [En línea]. Consultado: [22, mayo, 2019]. Disponible en: http://desa.ces.gob.ec/doc/Reformas_Reglamentos/proyecto%20de%20reglamento%20de%20regimen%20academico.pdf.

trabajo de titulación se desarrolla por más de un estudiante y su evaluación se realiza de manera individual.

Las IES deben garantizar el nombramiento inmediato del director o tutor del trabajo de titulación de entre los miembros del personal académico de la propia IES o de una diferente. (p. 23).

Con lo mencionado anteriormente se justifica la elaboración de este análisis de caso para poder colaborar con espacios en mercados acordes a las necesidades de los ciudadanos. Así podemos mejorar la calidad de vida de los habitantes de la parroquia San Pablo y de la ciudad de Portoviejo, provincia de Manabí; República del Ecuador.

1.2.3. Justificación social.

Analizando a la Constitución Política del Ecuador⁷ (2008), podemos transcribir que:

Art. 31.- Las personas tienen derecho al disfrute pleno de la ciudad y de sus espacios públicos, bajo los principios de sustentabilidad, justicia social, respecto a las diferentes culturas urbanas y equilibrio entre lo urbano y lo rural. El ejercicio del derecho a la ciudad se basa en la gestión democrática de ésta, en la función social y ambiental de la propiedad y de la ciudad, y en el ejercicio pleno de la ciudadanía. (p. 5).

Nuestro análisis de caso aportará de manera correcta a la ciudad de Portoviejo identificando los puntos de carácter positivo y negativos con respecto a la relación del comercio con el mercado para de esta manera identificar posibles soluciones que garanticen la vida de los portovejenses.

⁷Constitución Política del Ecuador. (2008). Constitución de la República del Ecuador. República del Ecuador. [En línea]. Consultado: [22, mayo, 2019]. Disponible en: <http://biblioteca.defensoria.gob.ec/bitstream/37000/823/1/Constituci%C3%B3n%20de%20la%20Rep%C3%ABlica%20del%20Ecuador%202008.pdf>.

1.3. Delimitación del área de estudio.

1.3.1. La provincia de Manabí en la República del Ecuador – medio físico.

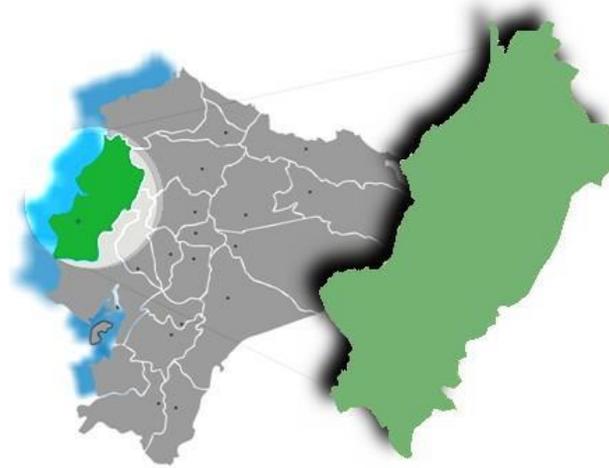


Gráfico No. 1. Imagen del mapa ilustrativo de la Provincia de Manabí; República del Ecuador. Tomado del Plan de Ordenamiento Territorial del cantón 24 de Mayo. (2012). p. 19.

Estudiando en el programa de ordenamiento físico-espacial del área urbana de la ciudad de Portoviejo⁸ (2011), podemos transcribir que:

Manabí, es la provincia de la Región de la Costa Ecuatoriana que limita al norte con la provincia de Esmeraldas, al sur con la provincia de Guayas, al este con las provincias de Pichincha y Guayas y al oeste con el Océano Pacífico.

El relieve de la provincia de Manabí es en su mayoría llano, alterado por algunas elevaciones aisladas que pertenecen al sistema andino, entre las que destaca la cordillera de Balzar, de poca altura, y la de Chongón - Colonche que se extiende desde el sur de la provincia del Guayas.

Ubicada en centro norte de la región de la Costa, la provincia de Manabí tiene como principal sistema montañoso la cordillera de Chongón – Colonche, cuya altura máxima en el territorio provincial oscila entre 400 y 500 metros. Esta cordillera adquiere en Manabí el nombre de Cerros de Paján para continuar con la denominación de Cerros de las Mercedes, y terminar en las Colinas de Portoviejo y Río Chico. Los cerros de Montecristi (443 metros) y de Hoja (400 metros) son dos elevaciones aisladas del este sistema.

⁸Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Portoviejo. (2011). Programa de ordenamiento físico-espacial del área urbana de la ciudad de Portoviejo. Manabí, República del Ecuador: Información proporcionada por el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Portoviejo. Departamento de planificación.

Las costas de esta provincia son bañadas por el océano Pacífico y los accidentes más importantes son los cabos Pasado, y San Lorenzo; las puntas de Pedernales, Ballena, Charapotó, Jaramijó y Jama; las bahías de Cojimíes, de Caráquez y Manta. (p. 18).

División Política y Población.

Continuando con el estudio en el programa de ordenamiento físico-espacial del área urbana de la ciudad de Portoviejo (2011), podemos exponer que:

La Provincia se creó el 25 de junio de 1824, su capital es la ciudad de Portoviejo.

Cantones: Bolívar, Chone, El Carmen, Flavio Alfaro, Jama, Jaramijó, Jipijapa, Junín, Manta, Montecristi, Olmedo, Paján, Pedernales, Pichincha, Portoviejo, Puerto López, Rocafuerte, Santa Ana, Sucre, Tosagua, Veinticuatro de Mayo.

Problemas limítrofes que se presentan en Manabí

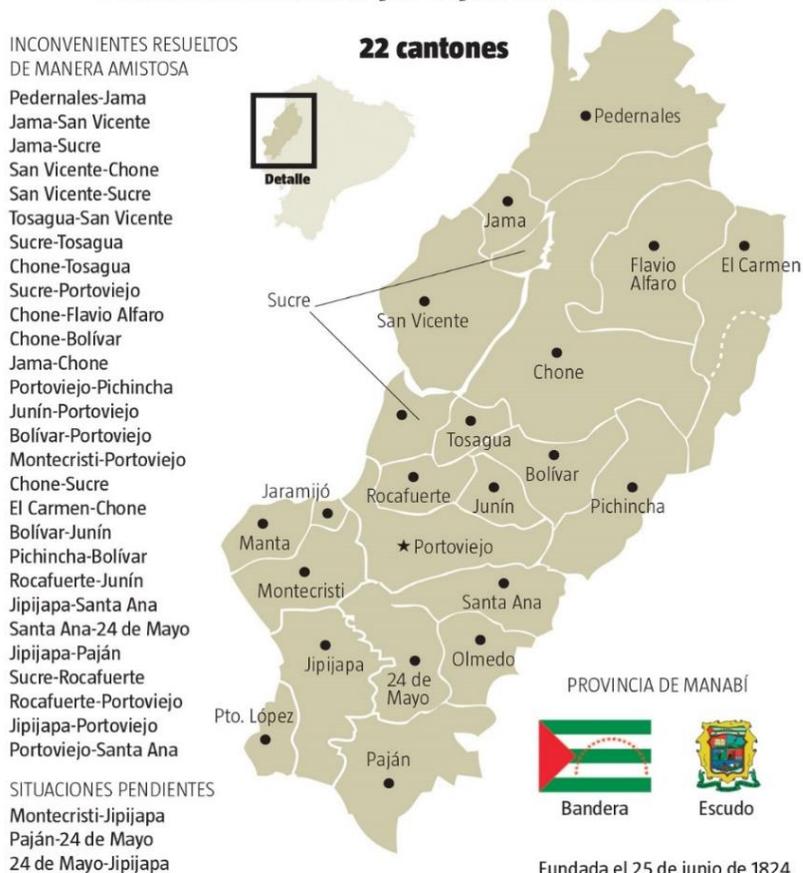


Gráfico No. 2. Imagen de división política y limítrofe de la Provincia de Manabí; República del Ecuador. [En línea]. Consultado: [06, junio, 2019]. Disponible en: informado.com.ec.

1.3.2. El cantón Portoviejo; ubicación geográfica y división política.

Consultando informaciones disponibles en la página web EcuRed⁹ (2018), podemos conocer que:

Portoviejo. Es la capital de la Provincia de Manabí, en Ecuador. Conocida por ser la primera ciudad ecuatoriana más antigua asentada en la región costanera y una de las primeras villas españolas fundadas en el contexto expansivo del Virreinato del Perú. Es la capital de la Provincia de Manabí, se la conoce también como “la ciudad de los reales tamarindos”, porque en ella había árboles de estas especies. Entre sus atractivos principales están las playas de Crucita, La Laguna El Encanto en San Plácido, el Estadio Reales Tamarindos, la iglesia Catedral Metropolitana y la Casa del Seminario Mayor "San Pedro", consideradas como una de las obras arquitectónicas más modernas de Manabí. Portoviejo es la cabecera de la mencionada Conurbación Manabí-centro. Sumando los demás pobladores de cantones fusionados en esta entidad metropolitana se puede contar 686.154 habitantes. Siendo así la 3ra área metropolitana más poblada del país. (p. 1, 2).

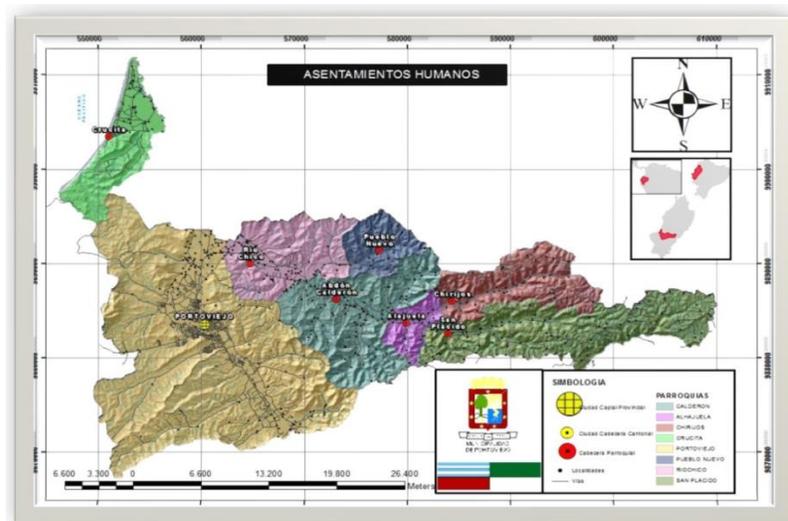


Gráfico No. 3. Imagen del mapa ilustrativo del cantón Portoviejo, provincia de Manabí, República del Ecuador. Tomado del Plan de Ordenamiento Territorial del cantón Portoviejo – Ecuador. (2011). (p. 7).

⁹ EcuRed. (2018). Provincia de Manabí, República del Ecuador. [En línea]. Consultado: [22, Mayo, 2019]. Disponible en: <https://www.ecured.cu/Portoviejo>.

Investigando en el Plan de Ordenamiento Territorial (PDOT)¹⁰ (2011), del cantón de Portoviejo podemos citar que:

Ubicación.

El Cantón está ubicado en la Microrregión Centro de la Provincia de Manabí, República del Ecuador, América del Sur.

Se encuentra situada a 140 Km al NO de Guayaquil, es una fértil región agrícola; gran parte de su población está situada en las márgenes del Río Portoviejo, son tierras bajas y de poca pendiente, razón por la cual las crecientes del río se caracterizan por afectar grandes extensiones de terreno.

Límites.

La jurisdicción del Cantón Portoviejo se localiza en el sector centro -oeste de la República del Ecuador y centro sur de la Provincia de Manabí, en la línea de costa del Océano Pacífico, y en el límite con los cantones:

Sucre, Rocafuerte, Junín, Bolívar, Pichincha, Santa Ana, Jipijapa, Montecristi, y Jaramijó, todos pertenecientes a la provincia referida. (p. 4).

CUADRO 1.5.2		POBLACIÓN, SEGÚN AREA Y GENERO							
POBLACIÓN, SEGÚN AREA					POBLACIÓN, SEGÚN GENERO				
Año censal:	POBLACIÓN TOTAL	POBLACIÓN URBANA	%	POBLACIÓN RURAL	%	HOMBRES	%	MUJERES	%
2001	238.430								
2010	280.029	223.086	80	56.943	20	137.969	49	142.060	51
Fuente		Inec							

Gráfico No. 4. Imagen de los datos de la población por área y género del cantón Portoviejo- provincia de Manabí- República del Ecuador. Tomado de PDOT del cantón Portoviejo. (2011). (p. 8).

1.3.3. La Parroquia urbana de San Pablo.

La parroquia urbana de San Pablo está localizada al Norte-Oeste de la ciudad de Portoviejo, esta zona según datos del GAD municipal de Portoviejo está establecida en la zona 4 del Plan de Ordenamiento territorial de la ciudad.

¹⁰Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Portoviejo. (2011). Plan de Ordenamiento y Desarrollo Territorial. [En línea]. Consultado: [22, Mayo, 2019]. Disponible en <http://es.scribd.com/doc/109435932/Plan-de-Ordenamiento-y-Desarrollo-Territorial#scribd>.



Gráfico No. 5. Imagen del mapa ilustrativo parroquias urbanas de la Ciudad de Portoviejo, Provincia de Manabí; República del Ecuador. Realizado por los autores de este análisis de caso. (2019).

1.4. Objetivo General.

Determinar la situación actual del mercado número dos de la parroquia San Pablo, mediante la aplicación de diferentes técnicas de investigación urbana en cuanto a observaciones, encuestas y elaboración de fichas se refiere, para evidenciar el nivel de funcionalidad que este equipamiento proporciona dentro de su entorno urbano.

1.5. Objetivo Específicos.

- Analizar la pertinencia de usos de suelos versus tipo de equipamiento que dentro de esa zona se desarrolla.
- Verificar el tipo de comercio que dentro del equipamiento se desarrolla, para potenciar el tipo de suelo y de espacios que se deben propiciar en el mercado.
- Evidenciar el nivel de aceptación que posee el actual mercado número dos de la parroquia San Pablo del cantón Portoviejo en los usuarios, el confort que proporciona actualmente.

1.6. Problematización del tema.

La ciudad de Portoviejo cuenta con dos mercados, el número uno actualmente en reconstrucción, y el número dos no ha sido cambiado desde hace algunos años atrás. Este último fue construido en esa zona, ya que hace algunos años atrás, ese era el punto de ingreso a la ciudad desde las zonas rurales, y era más fácil distribuir los productos desde ahí. Con el pasar de los años la ciudad ha ido creciendo y este mercado se ha vuelto céntrico, y consigo ha llevado muchos problemas para os sectores aledaños, tales como; congestión vehicular, mala imagen urbana, generación de residuos, y un grave impacto ambiental.

Observando en el artículo de Pérez¹¹ (2010), podemos referenciar que:

Durante mucho tiempo, la dispersión y reagrupamiento de los establecimientos comerciales parece haberse producido de forma espontánea, sin ninguna intervención por parte de la Administración en áreas de un estricto respeto a la libertad de comercio entendida como libertad de establecimiento. Sin embargo, con la aparición y desarrollo de las nuevas formas de distribución, las grandes superficies por el emplear una expresión más genérica, el comercio ha puesto de manifiesto la importancia que tiene como elemento configurador del territorio, en concreto del espacio urbano, y como elemento generador de problemas urbanísticos: saturación de las vías de acceso, áreas de estacionamiento insuficientes para las necesidades del establecimiento, inadecuada integración en el entorno. (p. 2).

¹¹Pérez, J. (2010). La Planificación Comercial. República de España: Universidad de Oviedo. [En Línea]. Consultado: [08, junio, 2019]. Disponible en: http://www.unioviado.es/cecodet/MGUOT/docum/assignatura5/5_4_Master_Planificacion_Comercial.pdf.

CAPÍTULO II.

2. Estado de la cuestión.

2.1. Marco Histórico.

2.1.1. Evolución histórica del comercio.

Investigando en el artículo de Lafuente.¹² (2010), podemos exponer que:

Desde la aparición del trueque en tiempos remotos hasta la creación de la Organización Mundial de Comercio (OMC) en 1995 de nuestros tiempos modernos, enorme cantidad de agua ha corrido por los ríos continentales dejando sus huellas comerciales, imposibles a reproducir en estas páginas, mas tan sólo resaltar escuetamente sus inicios.

Dice la Historia que el “comercio” comprobado y más antiguo conocido tiene unos 140.000 años, o sea muy anterior al nacimiento de cualquier sociedad; brotó en el territorio de origen del ser humano, en África, donde se han justificado relaciones comerciales con rutas de centenares de kilómetros.

El comercio tiene su origen en las necesidades vitales del hombre y ha sido una de sus mayores invenciones. Partiendo de las recogidas de hierbas o frutos salvajes y de la caza, el hombre ha conocido la agricultura, ganadería, artesanía, manufacturas hasta llegar a la producción industrial. (p. 16).

Observando en la página web de la Organización Mundial del Comercio (OMC)¹³ (2011), podemos transcribir que:

En el siglo XIX se produjo un cambio importante en la naturaleza y el alcance de los tratados comerciales bilaterales, hacia una mayor apertura y liberalización, impulsadas por la gran expansión del comercio internacional y por el rápido ascenso de Gran Bretaña como potencia económica dominante del mundo y firme defensora de la apertura del comercio. (p. 49).

Observando la obra de Ponce¹⁴ (2005), podemos conocer que:

El rumbo de las negociaciones comerciales en Sudamérica se estructuró a partir de los compromisos alcanzados en la década de los años 60 en el marco del Grupo Andino. Durante los primeros años demostraron una verdadera voluntad de

¹²Lafuente, F. (2010). Aspectos del comercio exterior. [En Línea]. Consultado: [09, junio, 2019]. Disponible en: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2010f/866/866.zip>.

¹³Organización Mundial del Comercio. (2011). Antecedentes Históricos y Tendencias Actuales. [En Línea]. Consultado: [08, junio, 2019]. Disponible en: http://www.wto.org/spanish/res_s/booksp_s/anrep_s/wtr11-2b_s.pdf.

¹⁴Ponce, J. (2005). Comercio exterior: alternativas para Ecuador. República del Ecuador: Ediciones ABYA-YALA.

avanzar en la integración comercial y de crear un mercado ampliado que permitiera diversificar sus exportaciones. (p. 220).

Analizando en un artículo de Baros¹⁵ (2017), podemos exponer que:

La mayor parte de las ciudades coloniales americanas, como característica principal, tienen su trama en damero, ninguna cuadrícula es perfectamente regular e igual a otra. Esta pequeña irregularidad se produce porque en la interpretación del modelo original –si es que existía alguno– surge la manera americana de entenderlo; es decir, surge un espacio de interpretación el cual permitió que el damero se constituyera en un verdadero soporte en donde se vertieron las diversas identidades que estuvieron en juego en este mestizaje cultural.

Aunque el proceso fundacional en Hispanoamérica instituyó una morfología reconocible en las urbes americanas, esto no borró o suprimió las costumbres y usos que provenían de la propia cultura hispanomusulmana, así como también aquellas que existían desde hace mucho en la América indígena. La ciudad hispanoamericana no debe entenderse como un sello o imposición de una cultura sobre otra, sino más bien como un soporte cultural sobre la cual se vaciaron, construyeron y reacomodaron distintas costumbres e identidades. (P. 120).

2.1.2. El comercio en la República del Ecuador.

Consultando la información disponible de la obra de Valarezo y Torres¹⁶ (2004), podemos referenciar que:

En Ecuador el auge de las experiencias de desarrollo local durante la última década, tiene implicaciones tanto para las políticas públicas, cuanto para el accionar de la sociedad civil, las tensiones del mercado y el rediseño del Ecuador; sin embargo, pese a su trascendencia, es un asunto escasamente estudiado. En la actualidad en varios foros se debate intensamente acerca del desarrollo local; en la mayoría de discurso sobre el desarrollo la dimensión local está presente; asimismo, cada vez numerosas entidades estatales y de la sociedad civil anuncian estar involucradas en alguna experiencia de desarrollo local. El tema se ha vuelto en el sino de la época, sea como resistencia a la globalización neoliberal, o como nicho de mercado para integrarse a la deseada era global.

¹⁵Baros, M. (2017). Altares y tianguis: Una apología del espacio abierto en Sudamérica. Facultad de Arquitectura y Urbanismo / Centro de Estudios Árabes. Universidad de Chile. República de Chile. [En Línea]. Consultado: [06, junio, 2019]. Disponible en: <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/29819/1/1438-4284-3-PB.pdf>.

¹⁶Valarezo, G. R., y Torres, V., H. (2004). El desarrollo local en el Ecuador. Historia, actores y métodos. Ciudad de Quito, República del Ecuador: Ediciones ABYA-YALA.

En el país el tema del desarrollo local está asociado con la descentralización estatal, la participación ciudadana y la gobernabilidad democrática, mostrándose flexible a las adaptaciones instrumentales en los cantones y parroquias. (p. 9).

2.1.3. El Comercio en la provincia de Manabí; República del Ecuador.

Analizando la tesis de Cantos y López¹⁷ (2010), podemos transcribir que:

Manabí tiene 1'369.780 habitantes. 689.299 son hombres y 680.481 mujeres. Del total de habitantes el 11.15 % trabaja para el estado y 24.57% en el sector privado. La provincia genera 1.332 millones de dólares de valor agregado, que representa una participación nacional del 7.04%.

La economía provincial gira en torno a tres sectores: el primario que abarca las actividades relacionadas con los recursos naturales, agricultura, ganadería y pesca; el secundario ligado a las actividades industriales y el terciario a los servicios.

La agricultura es un sector en crecimiento, y de acuerdo a las proyecciones al 2016, el área de cultivo aumentará un 40% de la superficie actual.

En Manabí existen 612.500 hectáreas para cultivos y un área importante de 812.000 hectáreas para la ganadería. (p. 121).

2.1.4. El Comercio en el cantón Portoviejo, provincia de Manabí; República del Ecuador.

Continuando con la investigando en el Plan de Ordenamiento Territorial (PDOT) (2011),

del cantón de Portoviejo podemos saber que:

Portoviejo, una de las ciudades más antiguas de la costa ecuatoriana fue fundada el 12 de marzo de 1535 por el español Francisco Pacheco, un capitán que pertenecía al Ejército conquistador de Diego de Almagro, también español. La Historia de Portoviejo empieza desde su primera fundación por sus gestos heroicos y el progreso por su linaje a través de los siglos. Portoviejo es una de las dos ciudades más antigua de fundación española en la costa ecuatoriana. (p. 2).

Examinando la tesis de Morocho¹⁸ (2014), podemos exponer que:

En el Cantón Portoviejo, la actividad formal juega un rol muy importante ya que mueve a la economía y por ende retribuye con ingresos a muchas familias del

¹⁷Cantos, P. y López, J. (2011). Diseño de un complejo industrial de productos cárnicos y lácteos, para los cantones Santa Ana, 24 de Mayo y Olmedo. República del Ecuador: Tesis no publicada, Universidad Particular San Gregorio de Portoviejo.

¹⁸Morocho, J. (2014). "El impacto del Mercado de microcréditos productivos rurales y su incidencia en el desarrollo de los habitantes del cantón Portoviejo Provincia de Manabí, periodo 2006-2011". Universidad de Guayaquil. República del Ecuador: Tesis publicada. [En línea]. Consultado: [09, Junio, 2019]. Disponible en: <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/6449/1/%E2%80%99CEL%20IMPACTO%20DEL%20MERCADO%20DE%20MICROCR%C3%89DITOS%20PRODUCTIVOS%20RURALES%20Y%20SU%20INCIDENCIA%20EN%20EL%20DESARROLLO%20DE%20.pdf>.

cantón y zonas aledañas como las personas de las zonas rurales que llegan hasta Portoviejo a vender sus productos (mercaderías, hortalizas, legumbres entre otras) de sus cosechas y otros tipos de trabajo, como artesanales.

El cantón, es considerado como centro de acopio y distribución de productos procedentes de las parroquias rurales y cantones aledaños, además cuenta con una alta concentración de actividades productivas, pesqueras, comerciales y económicas, principalmente provenientes de la agricultura, ganadería, y comercio formal e informal en su mayoría. Debido a la demanda, por la concentración poblacional que se da en la ciudad Portoviejo, han prohibido los centros comerciales y comisariatos de mayor escala, desplazando la economía local de consumo en los mercados. Las personas que reciben los microcréditos ¿en qué invierten? (p. 9).

Continuando con el estudio de la tesis de Morocho (2014), podemos conocer que:

Detrás del comercio informal existen efectos positivos, el comercio informal con su accionar manifiesta, que la ciudad está creciendo, esto es, bueno si se lo sabe aprovechar, porque se genera una expansión de la urbe y a su vez la movilidad en la economía local. El comercio informal no deja de ser comercio, y como tal, es una fuente de ingresos económicos para las personas que se dedican a alguna actividad comercial informal, la PEA del Cantón Portoviejo va en aumento, ya que cada día más personas se integran a la actividad comercial informal participando en la economía, ayudando al progreso, que a su vez genera una expansión en la ciudad, nuevas casas, nuevos barrios, nuevos centros, entre otras cosas más. (p. 17).

Investigando la tesis de Cantos y Saltos¹⁹ (2014), podemos transcribir que:

Portoviejo como capital de la Provincia de Manabí se ha desarrollado a lo largo de los años gracias a su crecimiento económico que en gran parte lo genera el comercio, estratégicamente la ciudad se vuelve nexo para muchos cantones de la Provincia, por lo tanto es este el punto donde se intercambia y comercia productos de toda índole.

Portoviejo como capital de la Provincia de Manabí adquiere una importante influencia comercial con los demás cantones, ya que se ubica cómo punto central de acopio y distribución de productos de consumo masivo, lo que ha llevado a la ciudad a desarrollarse con la presencia de problemas sociales provocados por la falta de control en el ámbito comercial. (p. 10).

¹⁹Cantos, F. y Saltos, J. (2014). Red de centros comerciales populares para el casco céntrico de Portoviejo. República del Ecuador: Tesis no publicada, Universidad Particular San Gregorio de Portoviejo.

2.1.5. Los Mercados en el casco urbano de Portoviejo.



Gráfico No. 6. Imagen del mapa ilustrativo de la ubicación de los Mercados Municipales en el casco urbano de la Ciudad de Portoviejo, Provincia de Manabí; República del Ecuador. Realizado por los autores de este análisis de caso. (2019).

Realizando el estudio a la tesis de Cedeño y Macías²⁰ (2015), podemos citar que:

La principal fuente de abastecimiento de insumos alimenticios para muchos comercios y hogares es el Mercado N° 1 de la ciudad de Portoviejo, llamado así porque este es el primer mercado que existe en la ciudad. Anteriormente el mercado se encontraba ubicado en las calles Pedro Gual y 9 de Octubre, centro de la ciudad donde hoy se están ubicados un sinnúmero de locales comerciales.

Desde ese entonces la población sufría cierta incomodidad en el momento de realizar sus compras debido a que debían cargar con pesadas y numerosas fundas y canastas por todo el lugar, además de correr el riesgo de no ser víctima de algún acto delictivo.

Debido al incremento comercial y poblacional de los compradores, el Municipio le asignó un nuevo lugar, siendo las calles Alajuela, entre Córdova y Julio Jaramillo, donde funciona hasta la actualidad.

Es importante señalar que la nueva ubicación del Mercado N° 1 mantuvo consigo ciertas deficiencias. Entre ellas se destacan el desorden de los comerciantes informales debido al asentamiento en las calles causó una gran molestia para los usuarios del mercado, ya que es casi imposible estacionar sus vehículos para

²⁰Alvarez, E. (2017). Reactivación del Mercado San Roque de Cumbayá. Universidad Internacional del Ecuador. República del Ecuador: Tesis Publicada. [En línea]. Consultado: [06, junio, 2019]. Disponible en: <https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/1957/1/T-UIDE-1474.pdf>.

guardar las fundas cerca de los locales comerciales donde compran sus insumos. Si bien es cierto, algunos centros de abastos poseen el servicio de lockers tan solo para los compradores, por otro lado algunas tiendas se comprometen a cuidar las pertenencias de los 8 usuarios a cambio de un valor mínimo corriendo el riesgo de la pérdida de algún artículo.

Anteriormente tan solo el jefe del hogar era quien acudía a adquirir los alimentos, en la actualidad son las mujeres quienes protagonizan dicha tarea. (p.p. 7 y 8).

Cabe recalcar que en el casco urbano de la ciudad de Portoviejo, existe el Mercado N°2 denominado “de Transferencia” o Mayorista, localizada en la parroquia urbana de San Pablo, entre las calles Venezuela y Av. Ramos Iduarte, cuya función es la de desempeñar el mecanismo de distribución comercial de los productos agrícolas hacía los demás mercados y supermercados de la ciudad. Además cuenta con agrupaciones minoristas que ejercen la actividad comercial directa con el consumidor, ofreciendo productos como legumbres, verduras que satisface la demanda de los habitantes del sector adaptada a la compra al menudeo.

2.1.6. Gestión de los Mercados.

Partiendo del análisis realizado en una publicación periódica de Cáceres, en un artículo por Frigerio y Schuetz²¹ (2016), podemos conocer que:

Dentro de los canales de comercialización tradicionales, es frecuente el aumento de la oferta de productos alimenticios, principalmente por parte de los pequeños productores, en forma desarticulada entre el mercado y los sectores productivos. Las alzas exageradas en los precios de determinados productos determinan que éstos resulten inaccesibles para los consumidores de menores ingresos relativos. Es necesario quebrar este círculo vicioso y preservar la capacidad productiva instalada mediante acciones que equiparen la producción a la demanda. La planeación y adecuación de la producción para el mercado propone exactamente este planteamiento y utiliza como principal instrumento de planificación las

²¹Frigeri, N. y Schuetz, G. (2016). La acción municipal en el abastecimiento de alimentos. En *Capítulo 3* (págs. 89-112). Quito. Republica del Ecuador: Editorial LA FAO. [En Línea]. Consultado: [09, junio, 2019]. Disponible en: http://www.fao.org/tempref/GI/Reserved/FTP_FaoRlc/old/prior/segalim/accalim/guiamuni/pdf/cap3.pdf.

informaciones disponibles en los mercados mayoristas (Santos Neves y Schuetz, 1992).

En este sentido se han desarrollado en América Latina experiencias con el objetivo de propiciar una oferta estable de productos frutihortícolas durante todos los meses del año, para evitar las bruscas variaciones de precios, asegurar ganancias a los productores y proporcionar regularidad y estabilidad en el abastecimiento, con manifiesto beneficio para los consumidores.

El trabajo de planificar la producción es posible cuando se dispone de un conjunto de informaciones generadas en los mercados mayoristas, los que frecuentemente cuentan con los datos históricos de la evolución de la producción y la demanda. (p.p. 104 y 105).

2.1.6.1. Producción de los Mercados.

Continuando con la investigación realizada en una publicación periódica de Cáceres, en un artículo por Frigerio y Schuetz (2016), podemos saber que:

Un modelo novedoso de distribución de alimentos perecederos, donde el consumidor paga un precio único por kilogramo de los productos frutihortícolas que adquiere, fue adoptado por muchas municipalidades en Brasil en áreas con población de escasos ingresos. Dicho modelo se ha conocido popularmente como “sacolão” (que significa una gran bolsa) y su rápida adopción por diversas municipalidades brasileñas se debe a que sólo requiere la utilización de infraestructura simple y de bajo costo, habiendo generado un concepto de comercialización al detalle de productos perecederos cuyo objetivo principal es poner a disposición de los consumidores una canasta de productos en que el precio y las condiciones de compra son compatibles con el ingreso de las poblaciones de menor poder adquisitivo. (p. 99).

2.1.6.2. Consumo de los Mercados.

Investigando el artículo de Hernández²² (2017), podemos exponer que:

A partir de las últimas décadas del siglo pasado los mercados municipales se enfrentan a una importante serie de desafíos por diversos factores: las transformaciones en la estructura urbanística y demográfica de la ciudad, el cambio en las pautas de consumo, así como la competencia de formas de distribución y comercio lideradas por los supermercados. La introducción de los hipermercados

²²Hernandez, A. (2017). Los mercados públicos: espacios urbanos en disputa. [En Línea]. Consultado: [24, mayo, 2019]. Disponible en: <http://www.scielo.org.mx/pdf/izta/v38n83/2007-9176-izta-38-83-00165.pdf>.

en la segunda mitad del siglo pasado es propia del modelo urbano desarrollista que se promovió en las ciudades europeas y que se caracterizó por la suburbanización, los conjuntos residenciales de baja densidad, la construcción de autovías y el triunfo del automóvil como mecanismo de la movilidad urbana. Ello ocasionó, según López (2002; 2007), un divorcio entre el espacio público y el comercio a partir de la individualización y privatización de las formas de consumo. Las políticas públicas urbanas enfocadas hacia el crecimiento de la periferia, así como la salida de las clases medias de las zonas centrales influenciadas por imaginarios suburbanos provocaron que los centros de las ciudades y sus mercados experimentaran un proceso de desinversión y pérdida de valor simbólico. El centro de la ciudad y su forma de comercio tradicional y minorista entraron en crisis. (p.p. 167 y 168).

2.1.7. El Mercado y su evolución en la época moderna.

Continuando con la investigación en el artículo de Elguera (2018), podemos citar que:

En la arquitectura, la tipología de infraestructura de los mercados, es la que presenta mayores retos formales y funcionales, por su importancia en las relaciones sociales y culturales que genera en su entorno urbano inmediato, siendo además la que mayor potencial de crecimiento proyecta a futuro, por las necesidades que cubre. En este contexto, analizar el proceso de evolución y desarrollo histórico de los Mercados de Abasto, sus características tangibles e intangibles y sus transformaciones, permitirá determinar nuevas estrategias de diseño de los canales de comercialización, que permita incorporar las variables sociales y culturales que influyen en el proceso de desarrollo de ciudades, no hay que olvidar que la venta de alimentos en los supermercados es una tienda ancla importante en el diseño de configuración de los centros comerciales, resulta paradójico que no se utilice para reconfigurar, de igual manera, el contexto urbano de la ciudad.

En los casos revisados. las transformaciones en el espacio urbano, tienen como protagonista principal a los mercados de abasto municipales, ya que es el Gobierno municipal el principal agente que debe liderar esta conversión, pero esta conversión no es posible sin la participación de la inversión privada, la alianza con los propietarios de puestos y las asociaciones de administración de los mercados, que también se beneficiaría con los resultados. (p.p. 30 y 32).

2.2. Marco Conceptual.

2.2.1. Mercancía.

Continuando en el estudio del artículo de Lafuente. (2010), podemos exponer que:

En términos generales, se define como mercancía a cualquier objeto o producto destinado al consumo, adquirido por compra para satisfacer las necesidades, por lo que se convierte en propiedad. Expresado de otra forma, dicho concepto refleja la peculiaridad de la mercancía: es un bien económico con valor de uso, o sea, saciar las necesidades del hombre, y un valor de cambio, es decir, poder ser intercambiado en el mercado, ya sea por otra mercancía (trueque), ya sea por una determinada cantidad de dinero. La mercancía representa la forma elemental económica de la Economía de Mercado. Se produce mercancías explícitamente para el comercio. Aunque el origen de la mercancía remonta a la prehistoria, la producción mercantil fue una excepción o anomalía en las sociedades anteriores; sólo con el nacimiento de las relaciones de producción capitalista se convirtió en un sistema económico determinante. Será mercancía aquel producto del trabajo cuando se tenga en consideración la división social del trabajo y existan formas de propiedad sobre los frutos de ese trabajo y los medios de producción. (p. 11).

2.2.2. Tianguis.

Razonando en la Enciclopedia de Arquitectura PLAZOLA (1998), podemos exponer que:

Lugar o edificio, autorizado permanentemente o en días señalados para efectuar transacciones de compra y venta.

Es un modelo móvil y modular regularmente pequeño que se instala de manera periódica en la calle y la convivencia es grata entre el vendedor y comprador.

Anteriormente la finalidad de un tianguis era el intercambio de productos regionales entre pueblos aledaños, artesanos, pequeños agricultores y los dedicados a la crianza de animales, por otros que le fueran necesarios para la vida diaria, con lo que se estableció un movimiento que se benefició a la economía regional. (p. 604).

2.2.3. Tiendas de comercio.

Considerando el artículo de Martin y Beerli²³ (1995), podemos saber que:

Sobre las tiendas de descuentos mencionan que son grandes tiendas abiertas al público, donde realizan una extensa publicidad y a la vez ofrecen una razonable

²³Martin, J. y Beerli, A. (1995). Importancia de la eficacia publicitaria para las agencias de publicidad españolas”, Esic-Market, Vol. 90, 4º.

y completa selección de ropa para vestir, de marcas de fábrica de renombre y de artículos duraderos (aparatos para el hogar, mobiliario, artículos para deportes, joyería). Los precios que venden están por debajo de los precios de lista autorizados y publicados y ofrecen un mínimo de servicios a los compradores. (p. 65).

2.2.4. Comercialización.

Observando el contenido en el artículo de Guerrero y Pérez²⁴ (2009), podemos transcribir que:

La comercialización es el conjunto de las acciones encaminadas a comercializar productos, bienes o servicios. Las técnicas de comercialización abarcan todos los procedimientos y maneras de trabajar para introducir eficazmente los productos en el sistema de distribución. Por tanto, comercializar se traduce en el acto de planear y organizar un conjunto de actividades necesarias que permitan poner en el lugar indicado y el momento preciso una mercancía o servicio logrando que los clientes, que conforman el mercado, lo conozcan y lo consuman. (p. 11).

2.2.5. Comercio ambulante.

Investigando en el artículo de Sarasa²⁵ (2013), podemos exponer que:

El comercio ambulante tiene una presencia muy importante en los municipios menores de 3000 habitantes. Presenta como característica fundamental que casi las tres cuartas partes del total de las rúbricas que recorren estos municipios ofrecen artículos de frecuentación irregular, entre ellos destaca tejidos y confección en general que suponen más de la tercera parte del total, le siguen a bastante distancia calzado y cierto equipamiento para el hogar, principalmente artículos de uso cotidiano, en estos artículos de hogar se ejercía una economía de trueque con productos de ganadería. (p. 49).

²⁴Guerrero, G. y Pérez, M. (2014). Procedimiento para el proceso de Comercialización en cadenas de tiendas. [En línea]. Consultado: [06, junio, 2019] Disponible en: http://www.ceaamer.edu.mx/lecturas/administracion/4/plancomer/MOD_7_LECT_1_PROCEDIMIENTO_PARA_EL_PROCESO_DE_COMERCIALIZACION.pdf.

²⁵Sarasa, J. (2013). Equipamiento Comercial y Organización Territorial. [En Línea]. Consultado: [09, junio, 2019]. Disponible en: <http://digitum.um.es/xmlui/bitstream/10201/38461/1/equipamientocomercial.pdf>.

2.3. Marco Legal.

2.3.1. Ordenanzas de creación de PortoMercado.

Estudiando la información en la ordenanza de creación de la empresa pública municipal de mercados y camales en el cantón Portoviejo²⁶ (2016), podemos referenciar que:

Artículo 2.- La Empresa tiene por objeto la gestión, el desarrollo y la administración del sistema municipal de faenamiento y comercialización de especies animales para el consumo humano; la infraestructura de mataderos y mercados municipales; así como la dotación, operación, mantenimiento, administración, control y funcionamiento de los servicios de regulación, control de la calidad, elaboración, manejo, pesas y expendio de víveres para el consumo público; así como el funcionamiento y condiciones sanitarias de los establecimientos y locales destinados a procesarlos y expendirlos. Igualmente competará a la Empresa las demás actividades accesorias, complementarias o derivadas de este objeto empresarial. (p. 2).

Analizando la información en la Ordenanza que reglamenta el funcionamiento de los mercados minoristas del cantón Portoviejo²⁷ (1995), podemos exponer que:

Art. 4.- La dirección de los Mercados de la Municipalidad de Portoviejo, es la dependencia encargada de la administración, control y vigilancia de los mercados y ferias que funcionen en la ciudad, así como también de los vendedores ambulantes que laboren en la misma.

La Dirección de los Mercados ejercerá las funciones mencionadas conjuntamente con la Dirección de Higiene Municipal, la Dirección de Justicia y Vigilancia, las Comisadas y la Policía Municipal.

La administración de los mercados estará bajo la responsabilidad de un Director, quien contará para el desempeño de sus funciones con el personal indispensable.

²⁶Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Portoviejo. (2016). LA ORDENANZA DE CREACIÓN DE LA EMPRESA PÚBLICA MUNICIPAL DE MERCADOS Y CAMALES. Cantón Portoviejo, Provincia de Manabí, República del Ecuador. [En línea]. Consultado: [06, junio, 2019] Disponible en: <https://www.portomercados.gob.ec/site/descargas/lotaip/literal-a2/ordenanza-de-creaci%C3%B3n-de-portomercados-ep.pdf>.

²⁷Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Portoviejo. (1995), Ordenanza que reglamenta el funcionamiento de los mercados minoristas del cantón Portoviejo. Provincia de Manabí, República del Ecuador. [En línea]. Consultado: [06, junio, 2019] Disponible en: <https://www.portomercados.gob.ec/site/descargas/lotaip/literal-a2/ordenanza-de-funcionamiento-mercados-minoristas.pdf>.

El Director de mercados responderá de sus actos ante el Alcalde y el I. Concejo Cantonal.

Art. 5.- Cada mercado del cantón Portoviejo, cuya administración y funcionamiento se regula en la presente ordenanza y en los reglamentos pertinentes, estarán sometidos al control del Administrador, funcionario que a su vez estará subordinado al Director de Mercados. Estos funcionarios, la Dirección de Higiene y la Policía Municipal, estarán encargados de coordinar y controlar cada uno de los mercados, así como también deberá controlar cada uno de los mercados, así como también deberá controlar el funcionamiento de las ferias y la actividad de los vendedores ambulantes. (p. 2).

Investigando en el reglamento interno de funcionamiento de los mercados no. 1 y 2, mercados parroquiales y ferias libres del cantón Portoviejo²⁸ (2016), podemos citar que:

Art.17.- De la conservación de los alimentos.

Según el riesgo epidemiológico los alimentos se dividen en: alto, mediano y bajo riesgo, por lo que su manejo, expendio y exposición deberá ser el adecuado y debe mostrar una imagen de orden limpieza e higiene.

Los alimentos que se expendan en el Mercado, serán aptos para el consumo humano y tienen que cumplir los siguientes parámetros:

- ⊖ Serán limpios
- ⊖ Organolépticamente agradables (olor, sabor, textura).
- ⊖ Libre de sustancias químicas, físicas y microorganismos patógenos y sus toxinas.
- ⊖ Exhibir la fecha de expiración de los productos fabricados.

En los casos comprobados de que los alimentos no reúnan los requisitos establecidos en este capítulo y sean nocivos para la salud pública, estos serán decomisados, destruidos, los comerciantes sancionados y se levantará el acta correspondiente. (p. 2).

²⁸Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Portoviejo. (2016), reglamento interno de funcionamiento de los mercados no. 1 y 2, mercados parroquiales y ferias libres del cantón Portoviejo, Provincia de Manabí, República del Ecuador. [En línea]. Consultado: [06, junio, 2019] Disponible en: <https://www.portomercados.gob.ec/site/descargas/lotaip/literal-a2/reglamento-de-mercados-1-y-2-m-parroquiales.pdf>.

Continuando con el análisis en el reglamento interno de funcionamiento de los mercados no. 1 y 2, mercados parroquiales y ferias libres del cantón Portoviejo (2016), podemos citar que:

14.- Del manejo de los espacios y disposición de los desechos sólidos.

Los Arrendatarios están obligados a:

a. Velar por la buena conservación de su espacio, cumpliendo estrictamente las disposiciones administrativas del control sanitario y de responsabilizarse de los daños y perjuicios que pudieren ser ocasionados por su culpa o negligencia.

b. Mantener en perfecto estado de limpieza y presentación los objetos que utilice para el desarrollo de su actividad, procurando que los clientes depositen los desperdicios o residuos de las mercancías comercializadas en recipiente colocados para tal efecto (siguiendo el sistema diseñado por la EPMMC).

c. Abstenerse de arrojar basura o agua en los pasillos, zonas de circulación y comunitarias, la clasificación de los desperdicios se realizará según el plan aprobado por la EPMMC.

d. Para el caso de quienes se dedican a la venta y comercialización de pescados y mariscos, cárnicos, vísceras y aves deberán tener el cuidado correspondiente con la utilización de depósitos de basura con tapa, plásticos lavables que aseguren la contención de los desperdicios y líquidos generados por estos utilizando fundas plásticas resistente en su interior a fin de que estos desechos sean ubicados en el área de recolección de basura autorizado y que corresponda al sistema de recolección aprobado por la EPMMC.

e. Limpiar adecuadamente el área, mesón, cubículo utilizado durante el ejercicio de sus labores de manera permanentemente y una vez finalizada su jornada de actividades.

f. Mantener la basura en recipientes con tapa y funda plástica (modelo que esté aprobado por la EPMMC) ser trasladada al sitio destinado para el acopio de los desechos, el personal de limpieza deberá cumplir con la limpieza de los espacios comunes como pasillos, corredores, entradas salidas y lo que determine la EPMMC, el comerciante tiene la obligación de recoger los desperdicios que genera y mantenerlos en el tacho de basura.

g. El uso de los espacios diseñados como lavaderos comunales , será individualizado según el tipo de actividad o giro comercial para aquellos que requieran el enjuague de productos, a fin de evitar la contaminación, el personal de aseo y mantenimiento tendrá restricciones de ingreso, la responsabilidad del mantenimiento estará a cargo de la asociación de comerciantes correspondiente,

quienes tendrán la responsabilidad sobre los daños que se generen, la conservación en perfectas condiciones de los mismos y el uso exclusivo para las labores autorizadas, bajo la supervisión periódica de la administración y los inspectores sanitarios .

h. El retiro de los desechos se realizará desde el sitio de recolección según el sistema diseñado, aprobado y en los horarios establecidos por la EPMMC. (p.p. 12 y 13).

Continuando con el estudio en el reglamento interno de funcionamiento de los mercados no. 1 y 2, mercados parroquiales y ferias libres del cantón Portoviejo (2016), podemos referenciar que:

Art. 28.- Para mejorar la utilización el espacio físico al interior y exterior del mercado se observará lo siguiente:

a) Será terminantemente prohibido catastrar o ubicar comerciantes informales en las puertas, corredores, áreas libres interior y exteriores del mercado.

b) No se permitirá la ubicación de ferias libres y de otra índole alrededor del mercado sin la autorización de la EPMMC.

c) En el área interior o exterior del mercado se permitirá la celebración de actos religiosos únicamente, los eventos sociales, (bailes y otros) no están permitidos.

d) Se permitirá el parqueo de unidades de taxis para el servicio de mercado.

e) Excepcionalmente se permitirá previa solicitud y aprobación de la EPMMC las actividades promocionales, bien organizadas, en horarios convenientes de empresas que tengan relación con los productos y/o servicios útiles y que brinden bienestar en un punto determinado para este fin.

f) El área de carga y descarga está prohibido utilizar como área de parqueo permanente. (p.p. 18 y 19).

2.4. Marco referencial.

2.4.1. Repertorio internacional.

Mercado Mayorista Lo Valledor de Santiago; República de Chile.

Consultando en la página web de Eiseverywhere²⁹ (2019), podemos citar que:

Mercado Mayorista Lo Valledor es el principal mercado mayorista de nuestro país, ubicado en Santiago, su capital. En sus instalaciones se transa aproximadamente el 90% del volumen de productos hortofrutícolas que se comercializa en la Región Metropolitana, Capital del País. Su origen se remonta al año 1968 cuando el gobierno de la época cede a un grupo de pequeños comerciantes terrenos en los que actualmente se emplaza el Mercado, que a través de los años se ha constituido en el Centro de Abastecimiento de productos hortofrutícolas más importante del país. Entre los servicios prestados se encuentran estacionamientos, bancos, seguridad, una distribuidora de energía para los locales, y un centro de atención de urgencias de la salud.

Superficie: 33 Has.

Año de Apertura: 1968

Dirección: Av. Maipú 3301 y Pedro Aguirre Cerda.



Gráfico No. 7. Imagen del Mercado Mayorista Lo Valledor de Santiago. República de Chile. (2019). [En línea]. Consultado: [14, julio, 2019]. Disponible en: https://twitter.com/elmercurio_cl/status/1059120589808590849.

²⁹Eiseverywhere. [En línea]. Consultado: [14, julio, 2019]. Disponible en: <https://www.eiseverywhere.com/ehome/66286/127882/?&language=spa>.



Gráfico No. 8. Imagen del Mercado Mayorista Lo Valledor de Santiago. República de Chile. (2019). [En línea]. Consultado: [14, julio, 2019]. Disponible en: <https://www.freshplaza.es>.



Gráfico No. 9. Imagen del Mercado Mayorista Lo Valledor de Santiago. República de Chile. (2019). [En línea]. Consultado: [14, julio, 2019]. Disponible en: <https://www.freshplaza.es>.



Gráfico No. 10. Imagen interna del Mercado Mayorista Lo Valledor de Santiago. República de Chile. (2019). [En línea]. Consultado: [14, julio, 2019]. Disponible en: <https://www.freshplaza.es>.



Gráfico No. 11. Imagen interna del Mercado Mayorista Lo Valledor de Santiago. República de Chile. (2019). [En línea]. Consultado: [14, julio, 2019]. Disponible en: <https://www.freshplaza.es>.



Gráfico No. 12. Imagen interna del Mercado Mayorista Lo Valledor de Santiago. República de Chile. (2019). [En línea]. Consultado: [14, julio, 2019]. Disponible en: <https://i0.wp.com>



Gráfico No. 13. Imagen interna del Mercado Mayorista Lo Valledor de Santiago. República de Chile. (2019). [En línea]. Consultado: [14, julio, 2019]. Disponible en: https://farm8.static.flickr.com/7858/39824527833_cd66da375e_b.jpg

2.4.2. Repertorio Nacional.

Terminal de transferencia de víveres Montebello de Guayaquil, Provincia del Guayas;

República del Ecuador.

Considerando la entrevista realizada a Amador³⁰ (2019), podemos referenciar que:

El Terminal de Transferencia de Víveres ubicado en el parque industrial Maconsa, cuenta actualmente con todos los servicios básicos que son; agua, electricidad, teléfono y vías de comunicaciones. Es un centro de acopio donde todos los mayoristas llevan a vender sus productos agrícolas, y expenden directamente a los minoristas para ser distribuido a todos los mercados municipales de la ciudad de Guayaquil y de la provincia del Guayas. Los productos agrícolas son variados tanto de la Costa como de la Sierra, el T.T.V., es uno de los mercados modernos por lo que cuenta con suficiente capacidad operativa y el más grande del país.

El Terminal de Transferencia de Víveres está diseñado de tal forma que permita brindar tanto a comerciantes Mayoristas como Minoristas, las comodidades necesarias para el intercambio de víveres, para que luego sean transportados con facilidad de acceso a los mercados de la ciudad. Cuenta para ello con locales adecuados para la distribución de los víveres, dotados de los servicios básicos para la higiene y conservación de los mismos, además, posee 2 carriles para el ingreso de transporte pesado y semipesado.

Superficie: 35 Has.

Inauguración: 21 de junio del 2000.

Dirección: Cdla. Montebello, km. 14 1/2 vía a Daule

³⁰Mendoza Francisco y Linzán María. (23, junio, 2019). [Amador Eduardo, Administrador de T.T.V: Descripción y antecedentes de la Terminal de Transferencia de Víveres Montebello, ciudad de Guayaquil]. Grabación en audio.



Gráfico No. 14. Vista del ingreso vehicular de la terminal de transferencia Montebello, cantón Guayaquil, provincia del Guayas. República del Ecuador. Fotografía realizada por los autores de este análisis de caso. (23, junio, 2019).



Gráfico No. 15. Vista general de la terminal de transferencia Montebello, cantón Guayaquil, provincia del Guayas. República del Ecuador. Fotografía realizada por los autores de este análisis de caso. (23, junio, 2019).



Gráfico No. 16. Vista general interna de la terminal de transferencia Montebello, cantón Guayaquil, provincia del Guayas. República del Ecuador. Fotografía realizada por los autores de este análisis de caso. (23, junio, 2019).



Gráfico No. 17. Vista general interna de la terminal de transferencia Montebello, cantón Guayaquil, provincia del Guayas. República del Ecuador. Fotografía realizada por los autores de este análisis de caso. (23, junio, 2019).



Gráfico No. 18. Vista general interna de la terminal de transferencia Montebello, cantón Guayaquil, provincia del Guayas. República del Ecuador. Fotografía realizada por los autores de este análisis de caso. (23, junio, 2019).



Gráfico No. 19. Vista general interna de la terminal de transferencia Montebello, cantón Guayaquil, provincia del Guayas. República del Ecuador. Fotografía realizada por los autores de este análisis de caso. (23, junio, 2019).



Gráfico No. 20. Vista general interna de la disposición de locales minoristas de la terminal de transferencia Montebello, cantón Guayaquil, provincia del Guayas. República del Ecuador. Fotografía realizada por los autores de este análisis de caso. (23, junio, 2019).



Gráfico No. 21. Vista general interna de la disposición de locales minoristas de la terminal de transferencia Montebello, cantón Guayaquil, provincia del Guayas. República del Ecuador. Fotografía realizada por los autores de este análisis de caso. (23, junio, 2019).

Mercado Mayorista El Arenal de la ciudad de Cuenca, Provincia del Azuay; República del Ecuador.

Considerando la entrevista realizada a Garzón³¹ (2019), podemos referenciar que:

El Mercado El Arenal está ubicado en la zona sur de la capital, es el más grande del total de los 6 mercados que existen en Cuenca, por lo que existen más de 6000 comerciantes entre mayorista y minorista, ya que se concentra una denominada Feria Libre en donde se encuentra de todo tipo de productos, desde frutas, verduras, carnes, ventas de ropas, hasta alimentos preparados y más. Además cuenta con más de 30 Asociaciones mayoristas.

Ubicación: Av. De las Américas y Av. Carlos Arizaga

Inauguración: Año 1980



Gráfico No. 22. Vista exterior aérea del Mercado Mayorista El Arenal de Cuenca, Provincia del Azuay, República del Ecuador. [En línea]. Consultado: [26, Junio, 2019] Disponible en: <https://www.eltiempo.com.ec/noticias/cuenca/2/concejo-define-terreno-para-construir-mercado-mayorista>.

³¹Mendoza Francisco y Linzán María. (24, junio, 2019). [Garzón Giovanni, Administrador del Mercado Mayorista El Arenal: Descripción y antecedentes del Mercado El Arenal, ciudad de Cuenca]. Grabación en audio.



Gráfico No. 23. Vista general interna del Mercado Mayorista El Arenal, cantón Cuenca, provincia de Azuay. República del Ecuador. Fotografía realizada por los autores de este análisis de caso. (24, junio, 2019).



Gráfico No. 24. Vista general interna del Mercado Mayorista El Arenal, cantón Cuenca, provincia de Azuay. República del Ecuador. Fotografía realizada por los autores de este análisis de caso. (24, junio, 2019).



Gráfico No. 25. Vista del ingreso a ciertas asociaciones del Mercado Mayorista El Arenal, cantón Cuenca, provincia de Azuay. República del Ecuador. Fotografía realizada por los autores de este análisis de caso. (24, junio, 2019).



Gráfico No. 26. Vista del ingreso a ciertas asociaciones del Mercado Mayorista El Arenal, cantón Cuenca, provincia de Azuay. República del Ecuador. Fotografía realizada por los autores de este análisis de caso. (24, junio, 2019).



Gráfico No. 27. Vista de puestos de comerciantes minoristas dentro del Mercado Mayorista El Arenal, cantón Cuenca, provincia de Azuay. República del Ecuador. Fotografía realizada por los autores de este análisis de caso. (24, junio, 2019).



Gráfico No. 28. Vista de puestos de comerciantes minoristas dentro del Mercado Mayorista El Arenal, cantón Cuenca, provincia de Azuay. República del Ecuador. Fotografía realizada por los autores de este análisis de caso. (24, junio, 2019).



Gráfico No. 29. Vista de puestos de comerciantes mayoristas y minoristas dentro del Mercado Mayorista El Arenal, cantón Cuenca, provincia de Azuay. República del Ecuador. Fotografía realizada por los autores de este análisis de caso. (24, junio, 2019).



Gráfico No. 30. Vista de puestos de comerciantes mayoristas y minoristas dentro del Mercado Mayorista El Arenal, cantón Cuenca, provincia de Azuay. República del Ecuador. Fotografía realizada por los autores de este análisis de caso. (24, junio, 2019).

2.4.3. Repertorio Local.

Mercado Mayorista El Madrugador, cantón Manta, provincia de Manabí; República del Ecuador.

Considerando la entrevista realizada a Franco³² (2019), podemos referenciar que:

El Mercado El Madrugador, es un centro de abasto que desde su reinauguración reciente, busca descongestionar el caos que padecía el mercado de Tarquí desde hace años. Proporciona un total de 130 locales para comerciantes mayorista, en donde se distribuye productos de primera necesidad como frutas, verduras, entre otros. Cabe mencionar que este mercado no vende al menudeo por lo que la presencia de comerciantes minorista no se puede evidenciar en este sitio.

Dentro del mercado existe una asociación de mayorista cuyo nombre es igual al de la edificación, estos comerciantes provienen de algunas ciudades del país como, Quito, Ambato, Otavalo, Montecristi, Portoviejo, Santa Ana, Rocafuerte, San Eloy, Tosagua y Manta., que desarrollan su actividad comercial aquí.

Superficie: 5000 m²

Ubicación: Av. 103 y Calle 115

Reinauguración: 08 de mayo del 2006



Gráfico No. 31. Vista del ingreso al Mercado Mayorista El Madrugador, cantón Manta, provincia de Manabí, República del Ecuador. Fotografía realizada por los autores de este análisis de caso. (08, julio, 2019).

³²Mendoza Francisco y Linzán María. (10, julio, 2019). [Franco Wilson, Presidente de la asociación de comerciantes El Madrugador: Descripción y antecedentes del Mercado El Madrugador, ciudad de Manta]. Grabación en audio.



Gráfico No. 32. Vista del ingreso al Mercado Mayorista El Madrugador, cantón Manta, provincia de Manabí. República del Ecuador. Fotografía realizada por los autores de este análisis de caso. (08, julio, 2019).



Gráfico No. 33. Vista general interna del Mercado Mayorista El Madrugador, cantón Manta, provincia de Manabí. República del Ecuador. Fotografía realizada por los autores de este análisis de caso. (08, julio, 2019).



Gráfico No. 34. Vista de los locales de los comerciantes del Mercado Mayorista El Madrugador, cantón Manta, provincia de Manabí. República del Ecuador. Fotografía realizada por los autores de este análisis de caso. (10, julio, 2019).



Gráfico No. 35. Vista de los locales de los comerciantes del Mercado Mayorista El Madrugador, cantón Manta, provincia de Manabí. República del Ecuador. Fotografía realizada por los autores de este análisis de caso. (10, julio, 2019).



Gráfico No. 36. Vista de los locales de los comerciantes del Mercado Mayorista El Madrugador, cantón Manta, provincia de Manabí. República del Ecuador. Fotografía realizada por los autores de este análisis de caso. (10, julio, 2019).



Gráfico No. 37. Vista de un cuadro de detalles de cantidades mínimas de ventas del Mercado Mayorista El Madrugador, cantón Manta, provincia de Manabí. República del Ecuador. Fotografía realizada por los autores de este análisis de caso. (10, julio, 2019).

2.5. Marco Metodológico.

2.5.1. Plan de investigación.

Para la realización eficiente de este proceso de investigación científica se emplearon niveles exploratorio, científica y de campo.

Descriptiva: Debido a que analiza e interpreta la realidad actual de los grupos sociales y su entorno, sobre elementos reales y conocidos.

Exploratorio: Mediante este tipo de investigación es posible la exploración de la problemática.

Bibliográfica: Esta modalidad de investigación permite fundamentar el trabajo de manera científica para la comprensión de la problemática planteada, a través de las técnicas de la recopilación.

De campo: Con ayuda de este se puede aplicar instrumentos para el diagnóstico del problema.

2.5.2. Métodos.

Para la realización de este proceso investigativo, se tomaron lineamientos de diversos métodos e investigación.

Científico: Se considera una serie de reglas y procedimientos que brindaron confiabilidad y validez al trabajo investigativo.

Analítico: Se estudia cada una de las variables, partiendo de la observación del problema, del planteamiento de las hipótesis, verificándolos con los resultados.

Inductivo: Permite configurar el conocimiento desde los hechos particulares a las generalizaciones, en comparación con los supuestos de trabajo que sirvieron de base para la investigación.

Deductivo: Permite partir desde un marco general de referencia hacia un caso en particular.

2.5.3. Técnicas e instrumentos.

La observación simple y dirigida: la observación simple percibiendo espontáneamente lo que nos rodea y la dirigida por el interés concreto del problema.

La descripción: la forma de explicar narrar, contar, enumerar los hechos, como parte importante de la observación, interpreta lo que es.

Los Instrumentos que se utilizaran serán:

Encuestas.

Entrevistas.

Ordenanzas.

Mapas temáticos.

Y otros mecanismos técnicos y de información que puedan y deban ayudar a conseguir el objetivo.

2.5.4. Análisis de datos estadísticos.

-Población actual del casco céntrico de la ciudad de Portoviejo.

-Crecimiento poblacional.

-Área de la parroquia urbana San Pablo.

2.5.5. Población.

Los 171.847 habitantes del casco céntrico de Portoviejo, de acuerdo al censo realizado por el INEC en el año 2010.

2.5.6. Diseño de la muestra.

Las personas que habitan, trabajan, y circulan en el casco céntrico de Portoviejo.

Fórmula:

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

En donde:

Universo $N = v$

Nivel de Confianza 95% $Z = 1.96$

Probabilidad de Aceptación $p = 0.9$

Probabilidad de Fracaso $q = 0.1$

Margen de error 5% $e = 0.05$

$$N = \frac{(1.96)^2 (171.847) (0.90) (0.10)}{[0.05^2 (171.847-1) + (1.96) (0.10)]}$$

$N = 138$.

2.5.7. Recolección de la información

Una vez que se aplicó las entrevistas y las encuestas se procedió a seguir los siguientes pasos:

Tabulación: Consistió en reducir a cuadros estadísticas los resultados obtenidos en las encuestas realizadas en el casco céntrico de Portoviejo.

Análisis de datos: Se procedió a analizar los resultados obtenidos en las encuestas realizadas.

Presentación de datos: Se representaron estadísticamente los datos, y posteriormente procesados mediante el programa Excel.

Interpretación de los resultados: Con el resultado de los datos procedemos a sacar conclusiones que nos servirán para nuestra propuesta.

2.5.8. Procesamiento de la información.

Los organismos que distribuyen la información por medio de estadísticas, planos cartográficos, tablas de datos, entre otros; los cuales servirán como punto de partida para la investigación, al igual que permiten comparar y generar un análisis de las diversas circunstancias que se presentan en el desarrollo de este estudio.

2.5.9. Diagnóstico del problema analizado.

Las afirmaciones del diagnóstico de la problemática son fruto del proceso metódico investigativo y tienen el valor de la investigación científica, por lo cual son sustentables.

Formulario de encuestas.

(Dirigida a los comerciantes de la parroquia San Pablo de la ciudad de Portoviejo, sobre el mercado municipal N° 2).

Marque con una X su respuesta.

1. ¿Lugar de Procedencia?

Ciudad de Portoviejo ()

Área Rural ()

Otra Región del País ()

2. ¿Hace cuánto tiempo se dedica al comercio en la ciudad?

Menos de 1 año ()

Entre 1 y 3 años ()

Entre 4 y 6 años ()

Entre 7 y 10 años ()

Más de 10 años ()

3. ¿Los ingresos que Usted recibe de esta actividad económica, para satisfacer sus necesidades y las de su grupo familiar son?

Suficientes ()

Insuficientes ()

4. Principalmente, ¿cuáles son los productos que vende? Descríbalos con sus palabras.

.....
.....

5. ¿Siempre comercializa el mismo producto?

Si ()

No ()

6. ¿Con que frecuencia realiza venta y comercialización dentro del mercado municipal?

a. Todos los días. ()

b. Una vez a la semana. ()

c. Dos o más veces a la semana. ()

7. ¿Considera usted que el mercado brinda todas las facilidades para que usted desarrolle su actividad comercial?

Sí. () No. ()

8. ¿Cómo califica el actual funcionamiento del mercado?

Bueno. () Malo. ()

9. ¿Cómo es en la actualidad la dinámica comercial en el sector?

Buena. () Mala. ()

10. ¿Considera que existe un buen sistema de recolección de basura y aseo del mercado y su entorno comercial?

Sí. () No. ()

11. ¿Está Ud. cómodo con la tarifa dispuesta por la municipalidad por el espacio público que utiliza? ¿Por qué?

Si () No ()

.....
.....

12. ¿Cree usted que el mercado en el cual usted comercializa abastece totalmente sus necesidades requeridas?

Sí. () No. ()

13. ¿Qué situación los afecta más como comerciantes?

Persecución policíaca ()	Inseguridad ()
Competencia desleal ()	Bajas ventas ()
Falta de programas ()	Otro ()

14. ¿Considera usted que es necesaria la dotación de una mejor infraestructura?

Sí. () No. ()

.....
.....

15. ¿Piensa usted que las personas se sienten a gusto realizando compras en el mercado municipal N°2?

Sí. () No. ()

.....
.....

7. ¿Cómo describe usted el estado de los puestos de venta y las diferentes áreas de comercialización?

Excelente. () Bueno. () Deficiente. ()

8. ¿Considera usted que el mantenimiento del mercado y su entorno comercial es?

Excelente. () Bueno. () Deficiente. ()

9. ¿En qué condiciones cree usted que se encuentra la infraestructura del mercado?

Excelente. () Bueno. () Deficiente. ()

10. De acuerdo a su criterio, ¿Qué estrategia debería utilizar la administración municipal para evitar los problemas que genera el mercado N° 2 de la ciudad?

Organización ()

Mayor seguridad ()

Mejorar el higiene ()

Mejorar el aspecto físico ()

Otros ()

11. ¿Cree usted que es necesario readecuar la infraestructura del mercado?

Sí. () No. ()

Porque

.....
.....

Formato de las entrevistas.



Formulario de entrevista.

(Dirigida al Virgilio Briones, gerente de Portomercados).

Contenidos.

1. ¿Cree usted que existen problemas respecto al desarrollo de actividad comercial en el Mercado Municipal N° 2 de la ciudad de Portoviejo?

.....
.....
.....
.....
.....

2. ¿Cuáles son los problemas de mayor afectación que trae consigo el mercado municipal N°2?

.....
.....
.....
.....
.....

3. ¿Cómo considera usted el estado actual en que se encuentra este espacio público?

.....
.....
.....
.....
.....

4. ¿Desde su perspectiva y experiencia, cuál cree usted que sería la solución para la organización del comercio en este equipamiento y su entorno en todo su ámbito?

.....

.....

.....

.....

.....

5. ¿Existen normas para el correcto uso de este espacio público, y como se ajustan para el cumplimiento de los comerciantes?

.....

.....

.....

.....

.....

6. ¿Cuáles son los efectos que atrae el incumplimiento de las normativas en cuanto al uso de suelo?

.....

.....

.....

.....

.....

7. ¿Qué soluciones están contempladas en los planes estratégicos con respecto a los problemas que acusan en este equipamiento comercial?

.....
.....
.....
.....
.....

8. ¿Por ser la máxima autoridad que rige en este mercado municipal, este equipamiento debe ser, reubicado, repotenciado, reorganizado o tendría que estar tal cual la actualidad?

.....
.....
.....
.....
.....

9. ¿Con la repotenciación del nuevo mercado N° 1, que papel cumplirá este mercado N° 2 en todos los aspectos?

.....
.....
.....
.....
.....

Tabulaciones de encuestas dirigidas a los comerciantes del mercado municipal N° 2.

1. ¿Lugar de Procedencia?

Cuadro 1.

Procedencia de los comerciantes del Mercado Municipal N°2 de Portoviejo.

Cuadro de procedencia de los comerciantes que laboran dentro del Mercado.		
Tipo.	Totales.	Porcentajes.
Ciudad de Portoviejo.	31.	67,00%
Área Rural.	15.	33,00%
Otra Región del País.	0.	0,00%
Total.	46.	100%

Nota: Resultados de la procedencia de los comerciantes que laboran en el Mercado Municipal N°2 de Portoviejo. Información recabada en el transcurso de la investigación realizado por los autores de este análisis de caso.



Gráfico No. 38. Resultados de la procedencia de los comerciantes que laboran en el Mercado Municipal N°2 de Portoviejo. Realizado por los autores de este análisis de caso. (2019).

Análisis e interpretación.

Una vez aplicada la encuesta sobre esta interrogante, los resultados que se obtuvieron fueron los siguientes. De 46 comerciantes encuestados que representan al 100%, ha sido evidente para el 67% de las personas que se dedican a la actividad comercial dentro del mercado municipal n°2 de Portoviejo viven en la misma ciudad. Mientras que el 33 % restante argumentan que proceden de distintas areas rurales. Esta

es una clara evidencia de cuán importante el mercado n°2 para los habitantes de la ciudad de Portoviejo.

2. ¿Hace cuánto tiempo se dedica al comercio en la ciudad?

Cuadro 2.

El tiempo de los comerciantes que tienen realizando la actividad comercial.

Cuadro del tiempo dedicado a la actividad comercial.		
Tipo.	Totales.	Porcentajes.
Menos de 1 año.	3.	7,00%
Entre 1 y 3 años.	5.	11,00%
Entre 4 y 6 años.	6.	13,00%
Entre 7 y 10 años.	10.	21,00%
Más de 10 años.	22.	48,00%
Total.	46.	100%

Nota: Resultados del tiempo de los comerciantes que tienen dedicándose a la actividad comercial. Información recabada en el transcurso de la investigación realizada por los autores de este análisis de caso.



Gráfico No. 39. Resultados del tiempo de los comerciantes que tienen dedicándose a la actividad comercial. Realizado por los autores de este análisis de caso. (2019).

Análisis e interpretación.

Una vez aplicada la encuesta sobre esta interrogante, los resultados que se obtuvieron fueron los siguientes. De 46 comerciantes encuestados que representan al 100%, como dato importante decimos que con el 48% predomina al comerciante con (más de 10 años) en la actividad comercial. Siguiendo con el 21% (entre 7 y 10 años).

Por lo que se puede argumentar que la mayoría de los comerciantes que laboran dentro del mercado municipal n°2 de Portoviejo, tienen una importante experiencia en cuanto al comercio y/o actividad comercial y servicio al cliente.

3. ¿Los ingresos que usted recibe de esta actividad económica, para satisfacer sus necesidades y las de su grupo familiar son?

Cuadro 3.

Ingresos que obtienen realizando la actividad comercial son agradables o no.

Cuadro de si los ingresos que obtienen en la actividad comercial son de su agrado.		
Tipo.	Totales.	Porcentajes.
Suficientes.	18.	39,00%
Insuficientes.	28.	61,00%
Total.	46.	100%

Nota: Resultados de si los ingresos que obtienen al realizar la actividad comercial dentro del mercado municipal n°2 de Portoviejo son suficientes o insuficientes. Información recabada en el transcurso de la investigación realizado por los autores de este análisis de caso.



Gráfico No. 40. Resultados de si los ingresos que obtienen al realizar la actividad comercial dentro del mercado municipal n°2 de Portoviejo son suficientes o insuficientes. Realizado por los autores de este análisis de caso. (2019).

Análisis e interpretación.

Una vez realizada la encuesta sobre esta interrogante, los resultados que se obtuvieron fueron los siguientes. De 46 comerciantes encuestados que representan al 100%, predomina con el 61% que los ingresos que se obtienen realizando la actividad

comercial dentro del mercado municipal n°2 son (insuficientes), teniendo el restante 39% como respuesta a que sus ingresos son (suficientes) al realizar el comercio. Podemos decir que esta insuficiencia de ingreso se debe al tipo de comerciante entre minorista y mayorista, los mayoristas tienen a diario sus ventas con una satisfacción de ingresos, a diferencias de los minoristas, que solos los fines de semanas es en donde se destacan sus ventas, en días de semana (lunes a jueves) se torna irregular.

4. Principalmente, ¿cuáles son los productos que vende? Descríbalos con sus palabras.

Cuadro 4.

Productos que venden dentro del Mercado Municipal N°2 de Portoviejo.

Cuadro de nómina de productos que destacan en las ventas de comerciantes.		
Tipo.	Totales.	Porcentajes.
Carnes.	2	4,00%
Frutas.	14	30,00%
Legumbres.	4	9,00%
Lácteos	5	11,00%
Mariscos.	3	6,50%
Tubérculos (papa).	6	13,00%
Verduras y Hortalizas.	9	20,00%
Víveres varios.	3	6,50%
Total.	46.	100%

Nota: Resultados acerca de que productos se venden dentro del mercado municipal n°2 de Portoviejo son suficientes o insuficientes. Información recabada en el transcurso de la investigación realizado por los autores de este análisis de caso.



Gráfico No. 41 Resultados acerca de que productos se venden dentro del mercado municipal n°2 de Portoviejo. Realizado por los autores de este análisis de caso. (2019).

Análisis e interpretación.

Una vez realizada la encuesta sobre esta interrogante, los resultados que se obtuvieron fueron los siguientes. Del total de 46 comerciantes encuestados que representan al 100%, la respuesta con mayor aceptación con un 30% respecto al producto que más vende es la (Fruta), seguidamente con un 20% las (verduras y hortalizas) y otros productos de primera necesidad se comercializan de manera equiparada. Cabe destacar que el plátano, limón, naranja y la sandía, son las frutas más comercializadas dentro del mercado, y las cebollas, tomates, pimientos, zanahorias, son los vegetales y hortalizas más adquiridos por los usuarios.

5. ¿Siempre comercializa el mismo producto?

Cuadro 5.

Comercializa el mismo producto dentro del Mercado Municipal N°2 de Portoviejo.

Cuadro de si siempre comercializa el mismo producto.		
Tipo.	Totales.	Porcentajes.
Si.	39	85,00%
No.	7	15,00%
Total.	46.	100%

Nota: Resultados acerca de que si siempre dentro del mercado municipal n°2 de Portoviejo. Información recabada en el transcurso de la investigación realizado por los autores de este análisis de caso.

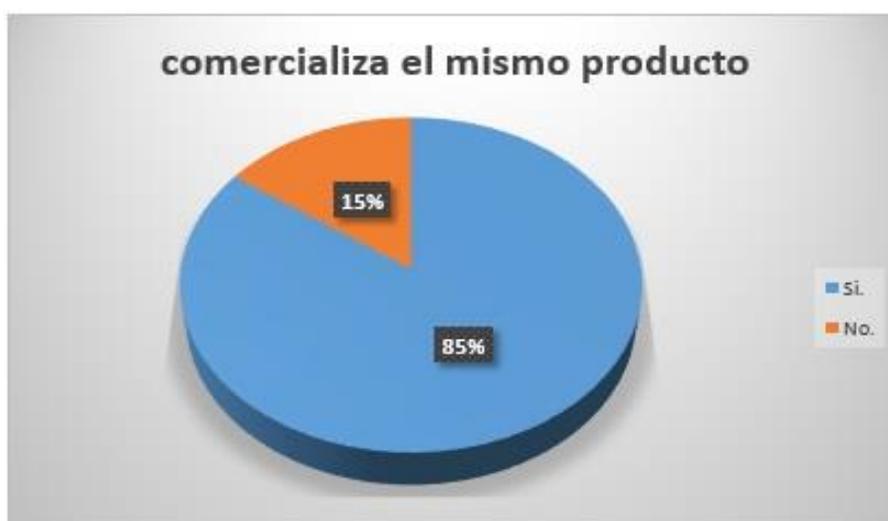


Gráfico No. 42. Resultados acerca de que si siempre dentro del mercado municipal n°2 de Portoviejo. Realizado por los autores de este análisis de caso. (2019).

Análisis e interpretación.

Aplicada la encuesta sobre esta interrogante, los resultados que se obtuvieron fueron los siguientes. Del total de 46 comerciantes encuestados que representan al 100%, la respuesta con mayor aceptación con un 85% argumentan que (Si) y el restante 15% nos dicen que (No). Se da un importante margen de diferencia respecto a que los comerciantes siempre comercializan los mismo productos de ventas, esto se da porque tienen su clientela fija, ellos mismos cultivan sus productos, o simplemente tienen más ganancias económicas, teniendo como justificativo que en ciertos casos dependiendo la temporada y/o salida de ventas (referente si tiene o no acogida) es que suelen cambiar sus productos para obtener mayor ganancias.

6. ¿Con que frecuencia realiza venta y comercialización dentro del mercado municipal?

Cuadro 6.

Frecuencia de ventas de los comerciantes del Mercado Municipal N°2 de Portoviejo.

Cuadro de frecuencia de ventas dentro del Mercado Municipal N°2 de Portoviejo.		
Tipo.	Totales.	Porcentajes.
Todos los días.	26.	57,00%
Una vez a la semana.	6.	13,00%
Dos o más veces a la semana.	14.	30,00%
Total.	46.	100%

Nota: Resultados de la frecuencia de venta de los comerciantes en el Mercado Municipal N°2 de Portoviejo. Información recabada en el transcurso de la investigación realizado por los autores de este análisis de caso.



Gráfico No. 43. Resultados acerca de la frecuencia de ventas de los comerciantes dentro del mercado municipal n°2 de Portoviejo. Realizado por los autores de este análisis de caso. (2019).

Análisis e interpretación.

Luego de realizar la encuesta sobre esta interrogante, los resultados que se obtuvieron fueron los siguientes. Del total de 46 comerciantes encuestados que representan al 100%, con un 57% argumentan que (todos los días) realizan ventas dentro del mercado, seguida con el 30% que (dos o más veces) y el restante 13% nos dicen que (una vez a la semana). Estas estimaciones van de la mano con aquellos comerciantes fijos que este caso sería formales y mayoristas que tienen ventas a diario, a diferencia de los minoristas e informales que sus ventas las realizan los fines de semana o días de feria.

7. ¿Considera usted que el mercado brinda todas las facilidades para que usted desarrolle su actividad comercial?

Cuadro 7.

Facilidades para realizar la actividad y desarrollo comercial.

Cuadro de las facilidades que brinda el mercado para realizar el comercio.		
Tipo.	Totales.	Porcentajes.
Si.	20	44,00%
No.	26	56,00%
Total.	46.	100%

Nota: Resultados de que si el mercado brinda las facilidades para el buen desarrollo comercial. Información recabada en el transcurso de la investigación realizado por los autores de este análisis de caso.



Gráfico No. 44. Resultados de que si el mercado brinda las facilidades para el buen desarrollo comercial. Realizado por los autores de este análisis de caso. (2019).

Análisis e interpretación.

Aplicada la encuesta sobre esta interrogante, los resultados que se obtuvieron fueron los siguientes. De 46 comerciantes encuestados que representan al 100%, existe una paridad que con un 56% argumentan que (no) respecto a que el mercado brinda todas las facilidades para el desarrollo comercial y el restante 44% nos dicen que (si). Estos criterios se deben a que no todos los comerciantes se ven beneficiados directamente por ser minorista o comerciantes ambulatorios y no disponen de módulos o espacios fijos y organizados a diferencia del comerciante mayorista que cuentan hasta con bodegas para almacenar sus productos, he ahí es en donde se fomenta el descontento, por el denominado (preferencia o afinidad). Cabe recalcar que no todos los comerciantes tienen en claro que esta edificación de índole comercial, pondera el comercio al mayoreo, por tal motivo necesitan espacios establecidos, amplios y área para el almacenamiento y por ende pagan más los aranceles/tarifas municipales.

8. ¿Cómo califica el actual funcionamiento del mercado?

Cuadro 8.

Funcionamiento actual del Mercado Municipal N°2 de Portoviejo.

Cuadro de cómo califica el funcionamiento actual del mercado.		
Tipo.	Totales.	Porcentajes.
Bueno.	30	65,00%
Malo.	16	35,00%
Total.	46.	100%

Nota: Resultados de cómo se califica el funcionamiento actual del mercado. Información recabada en el transcurso de la investigación realizado por los autores de este análisis de caso.

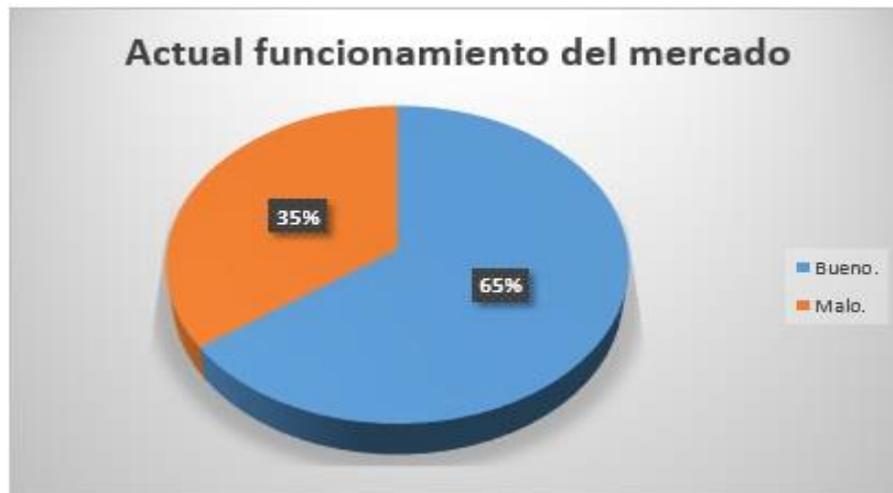


Gráfico No. 45. Resultados de cómo se califica el funcionamiento actual del mercado. Realizado por los autores de este análisis de caso. (2019).

Análisis e interpretación.

Una vez realizada la encuesta sobre esta interrogante, los resultados que se obtuvieron fueron los siguientes. De 46 comerciantes encuestados que representan al 100%, con un 65% dicen que es (Buena) el actual funcionamiento del mercado y el restante 35% nos dicen que (Mala). Opiniones diferenciales que según lo observado en el campo objeto de estudio, se evidencia que solo existe una organización adecuada para los comerciantes fijos (mayorista) en donde no tienen mayores quejas ya que tienen más ventajas a diferencia del comerciante minorista que se los adaptan como puedan, en el piso, exterior del mercado, cerca de áreas pocas relaciones o incompatibles.

9. ¿Cómo es en la actualidad la dinámica comercial en el sector?

Cuadro 9.

Dinámica comercial del Mercado Municipal N°2 de Portoviejo.

Cuadro de cómo es la dinámica comercial actual del mercado.		
Tipo.	Totales.	Porcentajes.
Bueno.	41	89,00%
Malo.	5	11,00%
Total.	46.	100%

Nota: Resultados de cómo es la dinámica comercial del mercado. Información recabada en el transcurso de la investigación realizado por los autores de este análisis de caso.

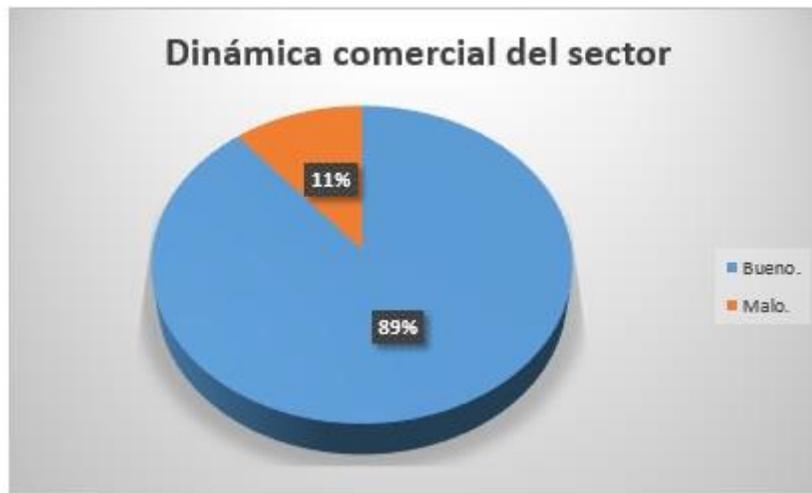


Gráfico No. 46. Resultados de la dinámica comercial en el sector en donde se encuentra el mercado. Realizado por los autores de este análisis de caso. (2019).

Análisis e interpretación.

Una vez realizada la encuesta sobre esta interrogante, los resultados que se obtuvieron fueron los siguientes. De 46 comerciantes encuestados que representan al 100%, con un 89% claramente expresan que es (Bueno) la dinámica comercial del sector donde se encuentra el mercado y el restante 11% nos dicen que (Malo). Resultados que nos dan a conocer que la mayoría de los comerciantes concuerdan que existe una buena dinámica comercial del sector, cuyos beneficiados son ellos directamente para obtener mayores ventas y mejores ingresos, una pequeña parte dicen lo contrario porque son ambulatorios o mal organizados dentro del mercado.

10. ¿Considera que existe un buen sistema de recolección de basura y aseo del mercado y su entorno comercial?

Cuadro 10.

Sistema de recolección de basura y aseo del mercado.

Cuadro sobre el sistema de recolección de basura y aseo del mercado.		
Tipo.	Totales.	Porcentajes.
Si.	11	24,00%
No.	35	76,00%
Total.	46.	100%

Nota: Resultados de que existe un buen sistema de recolección de basura y aseo del mercado y su entorno comercial. Información recabada en el transcurso de la investigación realizado por los autores de este análisis de caso.



Gráfico No. 47. Resultados de que existe un buen sistema de recolección de basura y aseo del mercado y su entorno comercial. Realizado por los autores de este análisis de caso. (2019).

Análisis e interpretación.

Aplicada la encuesta sobre esta interrogante, los resultados que se obtuvieron fueron los siguientes. De 46 comerciantes encuestados que representan al 100%, con un 76% claramente expresan que es (Malo) el sistema de recolección de basura, aseo del mercado y el entorno comercial y el restante 24% nos dicen que (Bueno). Mediante la observación de campo realizada se pudo observar que no existe un buen sistema de recolección de basura y aseo del mercado, por diversos motivos, que van desde los

horarios irregulares de los carros municipales recolectores de basura, falta de personal activo que regulen u organicen cada desechos generado por los comerciantes, hasta inclusive la falta de una área exclusiva en donde almacenar provisionalmente todo desecho generado por la actividad diaria comercial y que no quede a la intemperie causando malos olores y a la vista y semejanza de todos, todos estos factores hacen de que sea pésima el aseo del mercado e involucre su entorno.

11. ¿Está Ud. cómodo con la tarifa dispuesta por la municipalidad por el espacio público que utiliza? ¿Por qué?

Cuadro 11.

Tarifas dispuesta por la municipalidad por el uso del espacio público del mercado.

Cuadro sobre si está cómodo con las tarifas dispuestas por la municipalidad.		
Tipo.	Totales.	Porcentajes.
Si.	25	54,00%
No.	21	46,00%
Total.	46.	100%

Nota: Resultados de que si el comerciante está cómodo con la tarifa dispuesta por la municipal por el uso del mercado. Información recabada en el transcurso de la investigación realizado por los autores de este análisis de caso.



Gráfico No. 48. Resultados de que si el comerciante está cómodo con la tarifa dispuesta por la municipal por el uso del mercado. Realizado por los autores de este análisis de caso. (2019).

Análisis e interpretación.

Aplicada la encuesta sobre esta interrogante, los resultados que se obtuvieron fueron los siguientes. De 46 comerciantes encuestados que representan al 100%, con un

54% argumentan que (Sí) están cómodos con la tarifa dispuesta por la municipalidad y el restante 46% nos dicen que (No). Cabe recalcar que las tarifas de la municipalidad van acorde al espacio que usa el comerciante y en algunos casos van complementado con un área definidas para almacenar grandes cantidades y otros que solo ocupan pequeños espacios indefinidos que van rotando adaptándose a la organización momentánea según afluencia comercial del mercado, es aquí en donde nace la insatisfacción, al no tener un lugar fijo y adecuado.

12. ¿Cree usted que el mercado en el cual usted comercializa abastece totalmente sus necesidades requeridas?

Cuadro 12.
El Mercado abastece las necesidades requeridas.

Cuadro sobre si el mercado abastece totalmente sus necesidades requeridas.		
Tipo.	Totales.	Porcentajes.
Si.	10	22,00%
No.	36	78,00%
Total.	46.	100%

Nota: Resultados si el mercado municipal n°2 de Portoviejo abastece las necesidades requeridas de los comerciantes. Información recabada en el transcurso de la investigación realizado por los autores de este análisis de caso.

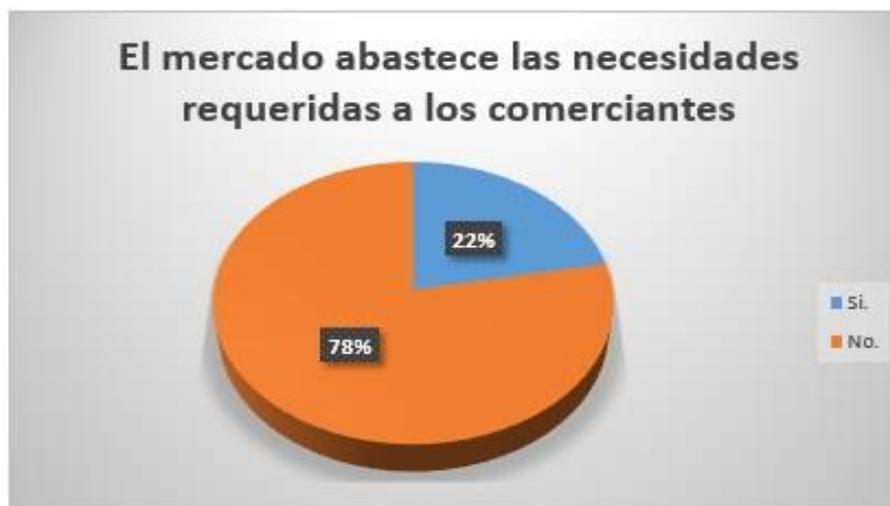


Gráfico No. 49. Resultados de que si el mercado n°2 de Portoviejo abastece sus necesidades requeridas. Realizado por los autores de este análisis de caso. (2019).

Análisis e interpretación.

Realizada la encuesta sobre esta interrogante, los resultados que se obtuvieron fueron los siguientes. De 46 comerciantes encuestados que representan al 100%, con un 78% dicen que (No) haciendo referencia sobre las necesidades requeridas de los comerciantes con el mercado y el restante 22% argumentan que (Si). Esta evidente supremacía de que el mercado no cumple con las necesidades requeridas por los comerciantes con el mercado se da porque el equipamiento fue proyectado para cierta cantidad de ocupantes y en la actualidad ha sobrepasado dicho límite, teniendo una saturación descomunal, difícil de obtener una buena organización en relación a demanda de puestos que se necesitan, por lo que a más de lo explicado, el comerciante exigen mejoras en cuanto a distribución y organización en general, áreas amobladas (módulos), un buen sistema de recolección de basura, mayor seguridad en toda la zona alrededor al mercado, y mejoras el aspecto físico del mercado, solo el comerciante mayorista dispone de sitios fijo y una área para almacenar grandes cantidades de productos.

13. ¿Qué situación los afecta más como comerciantes?

Cuadro 13.

Situación que afecta a los comerciantes.

Cuadro sobre qué situación afecta más a los comerciantes dentro del mercado.		
Tipo.	Totales.	Porcentajes.
Persecución Policiaca.	4	5,00%
Competencia Desleal.	29	37,00%
Falta de Programas.	7	9,00%
Inseguridad.	24	31,00%
Bajas Ventas	3	4,00%
Otros.	11	14,00%
Total.	78	100%

Nota: Resultados sobre cuáles son las afectaciones que tienen los comerciantes dentro del mercado. Información recabada en el transcurso de la investigación realizado por los autores de este análisis de caso.



Gráfico No. 50. Sobre cuáles son las afectaciones que tienen los comerciantes dentro del mercado. Realizado por los autores de este análisis de caso. (2019).

Análisis e interpretación.

Realizada la encuesta sobre esta interrogante, los resultados que se obtuvieron fueron los siguientes. De 46 comerciantes encuestados que representan al 100%, se dieron múltiples respuestas por persona, siendo el que más pondera con un 37% dicen que la (competencia desleal), seguido con el 31% argumentan que (la inseguridad) y en un tercer lugar con un 14% dicen que (otros). Según lo observado en la visita de campo a este mercado se constata que no existe un regulador que establezca los precios de los productos y esto hace que se destaque el negocio directo entre el comerciante y el usuario con los precios a convenir entre ambas partes, dejando en desventajas a otros comerciantes creándose la competencia desleal, otro punto fuerte que llama la atención es la preocupación por la inseguridad que se fomenta entorno al mercado municipal, donde es apreciable que los comerciantes como usuarios tiene cautela al momento de vender o comprar, recordemos que en la Parroquia Urbana San Pablo es denominada como zona de alto peligro.

14. ¿Considera usted que es necesaria la dotación de una mejor infraestructura?

Cuadro 14.

Se necesita la dotación de una mejor infraestructura.

Cuadro sobre si es necesaria la dotación de una mejor infraestructura.		
Tipo.	Totales.	Porcentajes.
Si.	46	100,00%
No.	0	00,00%
Total.	46	100%

Nota: Resultados sobre si es necesario la dotación de una mejor infraestructura del mercado. Información recabada en el transcurso de la investigación realizado por los autores de este análisis de caso.



Gráfico No. 51. Resultados sobre si es necesario la dotación de una mejor infraestructura del mercado. Realizado por los autores de este análisis de caso. (2019).

Análisis e interpretación.

Una vez culminada la encuesta sobre esta interrogante, los resultados que se obtuvieron fueron los siguientes. De 46 comerciantes encuestados que representan al 100%, con el 100% dejan en claro que (Si), es necesario la dotación de una mejor infraestructura del mercado. Esto refleja en cuan necesario se hace para los comerciantes darle una mejora al equipamiento en todo su aspecto físico, edificio que con el pasar de los años ha venido acogiendo un sinnúmero de comerciantes de toda índole, dejando en evidencia que se acorta la vida útil de esta edificatoria, necesitando un cambio positivo en donde se planifique de mejor manera las distribuciones de los espacios internos.

15. ¿Piensa usted que las personas se sienten a gusto realizando compras en el mercado municipal N°2?

Cuadro 15.

Las personas se sienten a gusto realizando compras en el mercado.

Cuadro sobre si el usuario está a gusto al momento de realizar compras en el mercado.		
Tipo.	Totales.	Porcentajes.
Si.	12	26,00%
No.	34	74,00%
Total.	46	100%

Nota: Resultados sobre si las personas se sienten a gusto al momento de realizar las compras dentro del mercado. Información recabada en el transcurso de la investigación realizado por los autores de este análisis de caso.



Gráfico No. 52. Resultados sobre si las personas se sienten a gusto al momento de realizar las compras dentro del mercado. Realizado por los autores de este análisis de caso. (2019).

Análisis e interpretación.

Aplicada la encuesta sobre esta interrogante, los resultados que se obtuvieron fueron los siguientes. De 46 comerciantes encuestados que representan al 100%, con el 74% argumentan que (No), respecto a si se sienten a gustos las personas al realizar compras dentro del mercado y el restante 26% dicen que (Si). Hay que dejar en claro, que los propios comerciantes llegan a esta conclusión respecto al aspecto físico, ambiental, de seguridad, pero que de todas maneras el mercado tiene acogida comercial y las

personas llegan a abastecerse de productos por los precios y calidad, que son accesible para el usuario, teniendo una muy buena relación entre calidad-precio.

16. ¿Si fuese necesario una reubicación de este Mercado N°2 en otra zona, usted se desplazaría a realizar su actividad comercial en esa nueva infraestructura?

Cuadro 16.

Se desplazaría a realizar su actividad en una nueva infraestructura.

Cuadro sobre si el mercado se reubicara, se desplazarían hasta la nueva ubicación.		
Tipo.	Totales.	Porcentajes.
Si.	28	61,00%
No.	18	39,00%
Total.	46	100%

Nota: Resultados sobre si se reubicara el mercado en otra zona, los comerciantes se desplazarían hasta esa nueva infraestructura. Información recabada en el transcurso de la investigación realizado por los autores de este análisis de caso.



Gráfico No. 53. Resultados sobre si se reubicara el mercado en otra zona, los comerciantes se desplazarían hasta esa nueva infraestructura. Realizado por los autores de este análisis de caso. (2019).

Análisis e interpretación.

Una vez realizada la encuesta sobre esta interrogante, los resultados que se obtuvieron fueron los siguientes. De 46 comerciantes encuestados que representan al 100%, con el 61% argumentan que (Si), están dispuesto a desplazarse en caso de una reubicación del mercado a una nueva infraestructura y que el restante 39% dicen que

(No). Estos datos van ligado al tipo y situación del comerciante, en donde los mayoristas necesariamente dependerían de un espacio acorde y con afluencia para distribuir sus productos tal es el caso más concreto un mercado mayoristas, que en caso de una reubicación ellos se desplazarían sin mayor problema, algo muy diferente es con el comerciante minorista que ellos se movilizan hacia el mejor sitio posible teniendo en cuenta distancias de recorrido, transporte, afluencia de usuarios que se dedican a la compra en menor cantidad, tarifas municipales, además recalando que muchos de estos comerciantes son oriundo de sectores cerca a la actual ubicación del mercado.

17. ¿Si no existiese un Mercado allí, que tipo de infraestructura les gustaría disponer en esa zona?

Cuadro 17.

Tipo de infraestructura les gustaría disponer si no hubiese un mercado.

Cuadro sobre el tipo de infraestructura que les gustaría disponer en caso de que no hubiese existido un mercado municipal.		
Tipo.	Totales.	Porcentajes.
Parque de Recreaciones.	6	13,00%
Canchas Deportivas.	5	11,00%
Complejo Recreativo.	3	6,50%
Centro de Salud.	7	15,00%
Supermercado.	9	19,50%
Plaza Comercial.	11	24,00%
No tienen idea.	5	11,00%
Total.	46	100%

Nota: Resultados sobre qué tipo de infraestructura les gustaría disponer si no hubiese existido el mercado. Información recabada en el transcurso de la investigación realizado por los autores de este análisis de caso.



Gráfico No. 54. Resultados sobre qué tipo de infraestructura les gustaría disponer si no hubiese existido el mercado. Realizado por los autores de este análisis de caso. (2019).

Análisis e interpretación.

Aplicada la encuesta sobre esta interrogante, los resultados que se obtuvieron fueron los siguientes. De 46 comerciantes encuestados que representan al 100%, con mayor preferencia del 24% argumentan que (una plaza comercial), siendo la opción o alternativa en caso de que no existiese un mercado en ese lugar, seguidamente con un 20% argumentando que (un supermercado) y en un tercer plano con el 15% dicen que (un centro de salud). Estos datos obtenidos nos deja en claro, que la actividad comercial por medio de plazas comerciales o supermercados según criterio de los comerciantes del sector, es la alternativa de mayor aceptación, esto les llama la atención debido a la costumbre de ver un mercado municipal en ese sector y no se adaptarían con otro equipamiento que no cumpla dicha función, después como tercera opción se decantan por un centro de salud, teniendo como referencia el pésimo servicio que ofrece un pequeño establecimiento de salud en la zona y lo dificultoso que es acceder a otros centros de salud u hospital general en la actualidad. Las zonas recreativas como alternativas han perdido fuerza, ya que la ciudad dispone de muchas excelentes opciones de parques

donde concurrir y que en el sector hay un parque en deterioro, poco utilizado, sin mantenimiento, se roban los mobiliarios e implementos infantiles, que según los habitantes esto sucede por la alta zona delictiva que pone en zozobra el sector y lo difícil de controlar de parte de las autoridades pertinentes y piensan que de igual manera sucederá en caso de haber un parque en lugar del mercado.

Tabulaciones de encuestas dirigidas a los habitantes de la ciudad de Portoviejo.

1. ¿Realiza Usted compras en el mercado municipal N°2 de la ciudad?

Cuadro 18.

Realiza compras en el Mercado Municipal N°2 de la ciudad.

Cuadro sobre si frecuenta a realizar las compras al mercado.		
Tipo.	Totales.	Porcentajes.
Si.	39	43,00%
No.	51	57,00%
Total.	90.	100%

Nota: Resultados acerca de si que realiza compras en el mercado municipal n°2 de la ciudad. Información recabada en el transcurso de la investigación realizado por los autores de este análisis de caso.



Gráfico No. 55. Resultados acerca de si que realiza compras en el mercado municipal n°2 de la ciudad. Realizado por los autores de este análisis de caso. (2019).

Análisis e interpretación.

Aplicada la encuesta sobre esta interrogante, los resultados que se obtuvieron fueron los siguientes. De 90 habitantes encuestados que representan al 100%, con mayor preferencia del 57% argumentan que (No), dando razón a que no realizan compras en el mercado y el restante con 43% dicen que (Si). Se tomó como muestra, habitantes del sector como de otros sectores, teniendo poco margen entre ambas preguntas, resaltando que para los habitantes de los sectores lejanos se les hace complicado llegar hasta el sitio, por cuestiones de tiempo, transporte, y el poco conocimiento del sector donde se ubica el

mercado. A diferencia de los habitantes de los sectores cercanos que si acuden a este equipamiento a realizar las compras por la relación calidad-precio que es conveniente para sus beneficios.

2. ¿Usualmente qué tipo de productos adquiere allí?

Cuadro 19.

Productos que consumen dentro del Mercado Municipal N°2 de Portoviejo.

Cuadro de nómina de productos que el usuario compra dentro del mercado.		
Tipo.	Totales.	Porcentajes.
Carnes.	13	11,00%
Frutas.	25	22,00%
Legumbres.	9	8,00%
Lácteos	12	10,00%
Mariscos.	8	7,00%
Tubérculos (papa).	14	12,00%
Verduras y Hortalizas.	22	19,00%
Víveres varios.	7	11,00%
Total.	110.	100%

Nota: Resultados acerca de que productos compra el usuario dentro del mercado municipal n°2 de Portoviejo. Información recabada en el transcurso de la investigación realizado por los autores de este análisis de caso.



Gráfico No. 56. Resultados acerca de que productos compra el usuario dentro del mercado municipal n°2 de Portoviejo. Realizado por los autores de este análisis de caso. (2019).

Análisis e interpretación.

Una vez realizada la encuesta sobre esta interrogante, los resultados que se obtuvieron fueron los siguientes. Cabe recalcar que fueron 90 los habitantes encuestados que representan al 100%, pero en esta pregunta hay la particularidad que se puede enumerar varias opciones según el caso lo amerite, por lo tanto con un 22% predomina a la compra de (Frutas), seguido con el 19% (Verduras y hortalizas) y el restante con cierta paridad en la compra de (Tubérculos, legumbres, lácteos, y otros). Según datos obtenidos, se evidencia que los usuarios se abastecen principalmente de los comerciantes minoristas de frutas y verduras, pero también tienden a consumir otros productos pero en menor cantidad, vale destacar que dentro del comercio al mayoreo, la compra de Plátanos, Patatas (papas) y Limón, están dentro de la lista de los productos más adquiridos por los grandes compradores de las cadenas de supermercados, restaurantes y tiendas de abastos.

3. ¿Con qué periodicidad realiza sus compras en este mercado?

Cuadro 20.

Periodicidad en la que realiza compras en el Mercado Municipal N°2 de Portoviejo.

Cuadro sobre con qué periodicidad realiza las compras en el mercado.		
Tipo.	Totales.	Porcentajes.
Diariamente.	18	46,00%
Semanalmente.	9	23,00%
Quincenalmente.	3	8,00%
Mensualmente.	3	8,00%
Esporádicamente.	6	15,00%
Total.	39.	100%

Nota: Resultados acerca de la periodicidad en la que realiza las compras en el mercado municipal n°2 de Portoviejo. Información recabada en el transcurso de la investigación realizado por los autores de este análisis de caso.



Gráfico No. 57. Resultados acerca de la periodicidad en la que realiza las compras en el mercado municipal n°2 de Portoviejo. Realizado por los autores de este análisis de caso. (2019).

Análisis e interpretación.

Aplicada la encuesta sobre esta interrogante, los resultados que se obtuvieron fueron los siguientes. Cabe recalcar que para esta pregunta solo se tomará en cuenta el número de personas que realiza compras en el mercado tal como se constata en la pregunta n°1, en un total de 39 que representan al 100%, que con un 46% predomina a la compra (Diariamente), seguido con el 23% (Semanalmente) y el restante con cierta paridad entre (Quincenalmente, mensualmente y esporádicamente). Estos resultados obtenidos nos dejan en claro, que los usuarios consumidores realizan compras en su mayoría a diario y semanalmente, dando razón que si existe un importante movimiento comercial dentro del equipamiento. Haciendo referencia a las personas que hacen sus compras de manera esporádica, quincenales o mensuales, se argumenta que se manejan de esta manera porque ellos llevan en cantidades para evitar frecuentar muy seguido el lugar y les resulta mejor en cuanto al precio, ya que se obtiene ciertas rebajas que son significativas en beneficio de su economía.

4. ¿Por qué realiza compras en el mercado municipal N° 2?

Cuadro 21.

A qué se debe sus compras en el Mercado Municipal N°2 de Portoviejo.

Cuadro sobre con qué periodicidad realiza las compras en el mercado.		
Tipo.	Totales.	Porcentajes.
Fácil acceso.	10	26,00%
Variedad.	7	18,00%
Precio.	19	49,00%
Otros.	3	7,00%
Total.	39.	100%

Nota: Resultados acerca de porque realiza las compras en el mercado municipal n°2 de Portoviejo. Información recabada en el transcurso de la investigación realizado por los autores de este análisis de caso.



Gráfico No. 58. Resultados acerca del porque realiza las compras en el mercado municipal n°2 de Portoviejo. Realizado por los autores de este análisis de caso. (2019).

Análisis e interpretación.

Una vez culminada la encuesta sobre esta interrogante, los resultados que se obtuvieron fueron los siguientes. Cabe recalcar que para esta pregunta solo se tomará en cuenta el número de personas que realiza compras en el mercado tal como se constata en la pregunta n°1, en un total de 39 que representan al 100%, que con un 49% argumentan que (Precios), seguido con el 26% (Fácil acceso) y el restante es dividida entre (Variedad y Otros). Se puede decir que según la información obtenida en esta investigación de campo, unos de los grandes motivos por los que el usuario llega a consumir un sinnúmero

de productos al mercado municipal n°2 de la parroquia San Pablo, son por su precio muy cómodos por el método de negocio que es directamente con el productor.

5. ¿Por qué no hace compras en el mercado municipal N° 2 del casco céntrico de Portoviejo?

Cuadro 22.

No realizan las compras en el Mercado Municipal N°2 de la ciudad.

Cuadro sobre el porqué no realizan sus compras en el mercado.		
Tipo.	Totales.	Porcentajes.
Mala calidad de los productos.	0	0,00%
No le agrada ir al sitio.	22	43,00%
Inseguridad.	26	51,00%
Otros.	3	6,00%
Total.	51.	100%

Nota: Resultados acerca del porqué no realizan sus compras en el mercado municipal n°2 de la ciudad. Información recabada en el transcurso de la investigación realizado por los autores de este análisis de caso.



Gráfico No. 59. Resultados acerca del porqué no realizan sus compras en el mercado municipal n°2 de la ciudad. Realizado por los autores de este análisis de caso. (2019).

Análisis e interpretación.

Después de haber realizado la encuesta sobre esta interrogante, los resultados que se obtuvieron fueron los siguientes. Cabe recalcar que para esta pregunta solo se tomará

en cuenta el número de personas que no realizan compras en el mercado tal como se constata en la pregunta n°1, en un total de 51 que representan al 100%, que con un 51% dan a entender que por la (Inseguridad), seguido con el 43% (No le agrada ir al sitio) y el restante 6% (Otros). Sin duda alguna es notorio que 2 puntos fuertes como es la inseguridad que genera el sector y la mala organización y deterioro que presenta el sitio, repercute a que los usuarios no frecuenten al mercado y obtén por realizar sus compras en otros establecimientos en donde si presten un mejor confort en todos los aspectos.

6. ¿Los comerciantes ofrecen la atención adecuada al público con la limpieza pertinente en sus puestos de venta?

Cuadro 23.

Los comerciantes ofrecen la atención adecuada al público.

Cuadro sobre si los comerciantes ofrecen la atención pertinente a los usuarios.		
Tipo.	Totales.	Porcentajes.
Si.	13	33,00%
No.	10	26,00%
Rara vez.	16	41,00%
Total.	39.	100%

Nota: Resultados acerca de que si los comerciantes ofrecen una atención adecuada en el mercado municipal n°2 de la ciudad. Información recabada en el transcurso de la investigación realizado por los autores de este análisis de caso.



Gráfico No. 60. Resultados acerca de que si los comerciantes ofrecen una atención adecuada en el mercado municipal n°2 de la ciudad. Realizado por los autores de este análisis de caso. (2019).

Análisis e interpretación.

Una vez realizada la encuesta sobre esta interrogante, los resultados que se obtuvieron fueron los siguientes. Cabe recalcar que para esta pregunta solo se tomará en cuenta el número de personas que realizan compras en el mercado tal como se constata en la pregunta n°1, en un total de 39 que representan al 100%, que con un 41% dan a entender que (Rara vez) los comerciantes atienden de manera adecuada al público, seguido con el 33% que argumenta que (Si) y el restante 26% (No). Tomando en cuenta el criterio del usuario consumidor, es evidente que solo pequeña parte se preocupa de dar una buena atención al público con sus puestos limpios, mientras que en su mayoría no ofrece o rara a la vez se preocupa de la limpieza de sus puestos, este detalle muy importante repercute a que los usuarios no frecuenten el mercado.

7. ¿Cómo describe usted el estado de los puestos de venta y las diferentes áreas de comercialización?

Cuadro 24.

Estado de los puestos de ventas y las diferentes áreas de comercialización.

Cuadro sobre en cómo se describe el estado de los puestos de ventas.		
Tipo.	Totales.	Porcentajes.
Excelente.	0	0,00%
Bueno.	11	28,00%
Malo.	28	72,00%
Total.	39.	100%

Nota: Resultados acerca del estado de los puestos de ventas en el mercado municipal n°2 de la ciudad. Información recabada en el transcurso de la investigación realizado por los autores de este análisis de caso.



Gráfico No. 61. Resultados acerca del estado de los puestos de ventas en el mercado municipal n°2 de la ciudad. Realizado por los autores de este análisis de caso. (2019).

Análisis e interpretación.

Una vez realizada la encuesta sobre esta interrogante, los resultados que se obtuvieron fueron los siguientes. Cabe recalcar que para esta pregunta solo se tomará en cuenta el número de personas que realizan compras en el mercado tal como se constata en la pregunta n°1, en un total de 39 que representan al 100%, que con un 72% dan a entender que (Malo) respecto al estado de los puestos de ventas, y el restante con el 28% que argumenta que (Bueno). Según los resultados obtenidos de esta investigación de campo, llama la atención que a criterio del usuario, dicen que los puestos de ventas están en malas condiciones, así como las diferentes áreas de comercialización, pero ante esta opinión pública, de igual manera el consumidor llega a proveerse de productos, dejando en claro que ante toda estas situaciones, el precio accesible se hace presente como punto fuerte. Esto no es excusa para no ofrecer un servicio adecuado, solo que el mercado no cuenta con los implementos adecuados (puestos modulados) para mejorar la calidad de servicio de los comerciantes.

8. ¿Considera usted que el mantenimiento del mercado y su entorno es?

Cuadro 25.

El mantenimiento del mercado y su entorno.

Cuadro sobre el mantenimiento del mercado y su entorno.		
Tipo.	Totales.	Porcentajes.
Excelente.	0	0,00%
Bueno.	9	10,00%
Malo.	81	90,00%
Total.	90.	100%

Nota: Resultados sobre el mantenimiento del mercado municipal n°2 de la ciudad y su entorno. Información recabada en el transcurso de la investigación realizado por los autores de este análisis de caso.



Gráfico No. 62. Resultados sobre el mantenimiento del mercado municipal n°2 de la ciudad y su entorno. Realizado por los autores de este análisis de caso. (2019).

Análisis e interpretación.

Una vez realizada la encuesta sobre esta interrogante, los resultados que se obtuvieron fueron los siguientes. De 90 habitantes encuestados que representan al 100%, que con un 90% dan a entender que (Malo) respecto al mantenimiento del mercado y su entorno y el restante con el 10% que argumenta que (Bueno). Se puede decir que es notorio por opinión unánime que el mercado no ofrece el mantenimiento adecuado y pertinente tanto interna como externamente, algo que llama mucho la atención porque este tipo de equipamiento debe contar con un sistema apropiado de seguridad, salubridad, y confort, sin contaminación alguna, más aún por ser un espacio público.

9. ¿En qué condiciones cree usted que se encuentra la infraestructura del mercado?

Cuadro 26.

Estado de la infraestructura del mercado.

Cuadro sobre las condiciones en que se encuentra la infraestructura del mercado.		
Tipo.	Totales.	Porcentajes.
Excelente.	0	0,00%
Bueno.	0	00,00%
Malo.	90	90,00%
Total.	90.	100%

Nota: Resultados sobre las condiciones en que se encuentra la infraestructura del mercado. Información recabada en el transcurso de la investigación realizado por los autores de este análisis de caso.



Gráfico No. 63. Resultados sobre las condiciones en que se encuentra la infraestructura del mercado. Realizado por los autores de este análisis de caso. (2019).

Análisis e interpretación.

Aplicada la encuesta sobre esta interrogante, los resultados que se obtuvieron fueron los siguientes. De 90 habitantes encuestados que representan al 100%, que con el 100% dan a entender que (Malo) son las condiciones en la que se encuentra la infraestructura del mercado. Sin duda alguna y desde el punto de vista de los usuarios y con la observación de campo en el equipamiento objeto de investigación, el mercado posee una infraestructura precaria, en deterioro, colapsada por auge comercial y desarrollo habitacional del sector, demostrando que urge que una solución favorable que en las condiciones que se encuentra actualmente no puede ofrecer mayores beneficios.

10. De acuerdo a su criterio, ¿Qué estrategia debería utilizar la administración municipal para evitar los problemas que genera el mercado N° 2 de la ciudad?

Cuadro 27.

Estrategia que debe utilizar la administración como solución en el mercado.

Cuadro sobre las estrategias que debe utilizar la administración municipal para evitar los problemas actuales del mercado.		
Tipo.	Totales.	Porcentajes.
Organización.	54	19,00%
Mayor Seguridad.	78	27,00%
Mejorar la Higiene.	65	23,00%
Mejorar el Aspecto Físico	90	31,00%
Total.	287.	100%

Nota: Resultados sobre las estrategias que debe utilizar la administración municipal para solucionar los problemas del mercado municipal n°2 de Portoviejo. Información recabada en el transcurso de la investigación realizado por los autores de este análisis de caso.



Gráfico No. 64. Resultados sobre las estrategias que debe utilizar la administración municipal para solucionar los problemas del mercado municipal n°2 de Portoviejo. Realizado por los autores de este análisis de caso. (2019).

Análisis e interpretación.

Una vez realizada la encuesta sobre esta interrogante, los resultados que se obtuvieron fueron los siguientes. Cabe recalcar que fueron 90 los habitantes encuestados que representan al 100%, pero en esta pregunta hay la particularidad que se puede enumerar varias opciones según el caso lo amerite, por lo tanto con un 31% predomina a

(Mejorar el aspecto físico), seguido con el 27% (Seguridad) y el restante con cierta paridad entre (Mejorar la higiene y una mejor organización). Es evidente mediante la opinión crítica de los usuarios creen que es necesario una mejora rotunda del aspecto físico con el fin de que este equipamiento brinde los mejores servicios a la altura de otras infraestructuras en donde se realiza este tipo de actividad comercial. Cabe recalcar que otro punto fuerte que les preocupa a todos los involucrados que se benefician de este espacio, es la seguridad por ubicarse en una zona con alto rasgo delincriminal, pidiendo un mayor control de parte de las autoridades encargadas, que si bien existe un UPC pero no monitorea constantemente el sector con la presencia policial y de control.

11. ¿Cree usted que es necesario readecuar o reubicar la infraestructura del mercado?

Cuadro 28.

Readecuar o reubicar la infraestructura del mercado.

Cuadro sobre si cree necesario readecuar o reubicar la infraestructura del mercado.		
Tipo.	Totales.	Porcentajes.
Si.	35	39,00%
No.	55	61,00%
Total.	90.	100%

Nota: Resultados acerca si se cree necesario readecuar o reubicar el mercado municipal nº2 de la ciudad. Información recabada en el transcurso de la investigación realizado por los autores de este análisis de caso.



Gráfico No. 65. Resultados sobre si cree que es necesario readecuar o reubicar el mercado municipal nº2 de Portoviejo. Realizado por los autores de este análisis de caso. (2019).

Análisis e interpretación.

Una vez realizada la encuesta sobre esta interrogante, los resultados que se obtuvieron fueron los siguientes. De 90 habitantes encuestados que representan al 100%, el 55% dan a entender que (No) a la reubicación, solo con una readecuación de la infraestructura y el restante 35% expresa que (Si) es necesario reubicar el mercado. Según los datos obtenidos que en su mayoría argumenta que para ellos no es necesario reubicar el mercado, ya que por accesibilidad, cercanía, costumbres, prefieren que el mercado se mantenga en su sitio de origen, caso muy contrario a una parte importante donde para ellos los problemas actuales (movilidad, tráfico vehicular, contaminación, peligro del sector, lejanía con otras zonas) que genera esta infraestructura, prefieren una reubicación del mercado a un sitio más seguro, más amplio y sin dificultades de acceso.

12. ¿Si no existiese un Mercado allí, que tipo de infraestructura les gustaría disponer en esa zona?

Cuadro 29.

Tipo de infraestructura les gustaría disponer si no hubiese un mercado.

Cuadro sobre el tipo de infraestructura que les gustaría disponer en caso de que no hubiese existido un mercado municipal.		
Tipo.	Totales.	Porcentajes.
Parque de Recreaciones.	12	13,00%
Canchas Deportivas.	16	17,00%
Complejo Recreativo.	6	8,00%
Centro de Salud.	23	26,00%
Supermercado.	11	12,00%
Plaza Comercial.	20	22,00%
No tienen idea.	2	2,00%
Total.	90	100%

Nota: Resultados sobre qué tipo de infraestructura les gustaría disponer si no hubiese existido el mercado. Información recabada en el transcurso de la investigación realizado por los autores de este análisis de caso.



Gráfico No. 66. Resultados sobre qué tipo de infraestructura les gustaría disponer si no hubiese existido el mercado. Realizado por los autores de este análisis de caso. (2019).

Análisis e interpretación.

Aplicada la encuesta sobre esta interrogante, los resultados que se obtuvieron fueron los siguientes. De 90 habitantes encuestadas que representan al 100%, con mayor preferencia del 26% argumentan que (Centro de Salud), siendo la opción o alternativa en caso de que no existiese un mercado en ese lugar, seguidamente con un 22% argumentando que (Plaza Comercial) y en un tercer plano con el 17% dicen que (Canchas Deportivas). Estos datos obtenidos nos deja en claro, que de no existir un mercado en ese sitio, lo idóneo sería un equipamiento mejorado destinado para la salud ya que en el sector existe un pequeño centro de salud que no ofrece gran servicio, otro punto fuerte sería una plaza comercial o algún equipamiento en donde se genere actividad comercial pero de manera organizada. Y como tercer punto fuerte argumentan que un lugar donde existan canchas deportivas para la recreación y esparcimiento de los habitantes en general, porque en el sector no existe un sitio en donde hacer deporte de buena manera, y el parque en donde tenía una cancha proyectada se echó a perder por completo.

2.6. Diagnóstico.

2.6.1. Base económica y potencialidades territoriales.

La ciudad de Portoviejo se ha desarrollado a lo largo de los años gracias a su crecimiento económico que en gran parte lo ha generado el comercio. Según fuentes investigadas, estratégicamente la ciudad se vuelve nexo para muchos cantones, por lo tanto es este el punto donde se intercambia y comercian productos de toda índole.

Unos de los componentes principales como base económica en Portoviejo, es la actividad comercial, en donde se establece sistemas de comercio tradicionales formales e informales, que se distribuyen a lo largo y ancho del casco céntrico de la ciudad, tales como la venta de productos agrícolas, pesquero, avícola, entre otras, propias del cantón y demás provincias que tienen como punto de distribución masiva los Mercados Municipales y centros de Expendios. En donde predomina el sector terciario (comercio al por mayor y menor con un 23%) respecto a la relación entre sectores económicos según datos obtenidos del GAD municipal del cantón Portoviejo.

CUADRO D.E. – 03 PRINCIPALES ACTIVIDADES ECONÓMICO PRODUCTIVAS							
SECTOR	RAMA DE ACTIVIDAD	TOTAL CANTONAL	%	AREA			
				URBANA	%	RURAL	%
Terciario	Comercio al por mayor y menor	21095	21%	18779	23%	2316	10%
Primario	Agricultura, ganaderia, silvicultura y pesca	15956	16%	3864	5%	12092	48%
Secundario	Construccion	7812	8%	7042	7%	770	3%
Terciario	Ensenanza	7856	8%	7278	8%	578	2%

Gráfico No. 67. Imagen de las principales actividades económicas productivas del territorio según ocupación, cantón Portoviejo, República del Ecuador. Información obtenida del GAD municipal de Portoviejo. (2019).

2.6.2. Comercio.

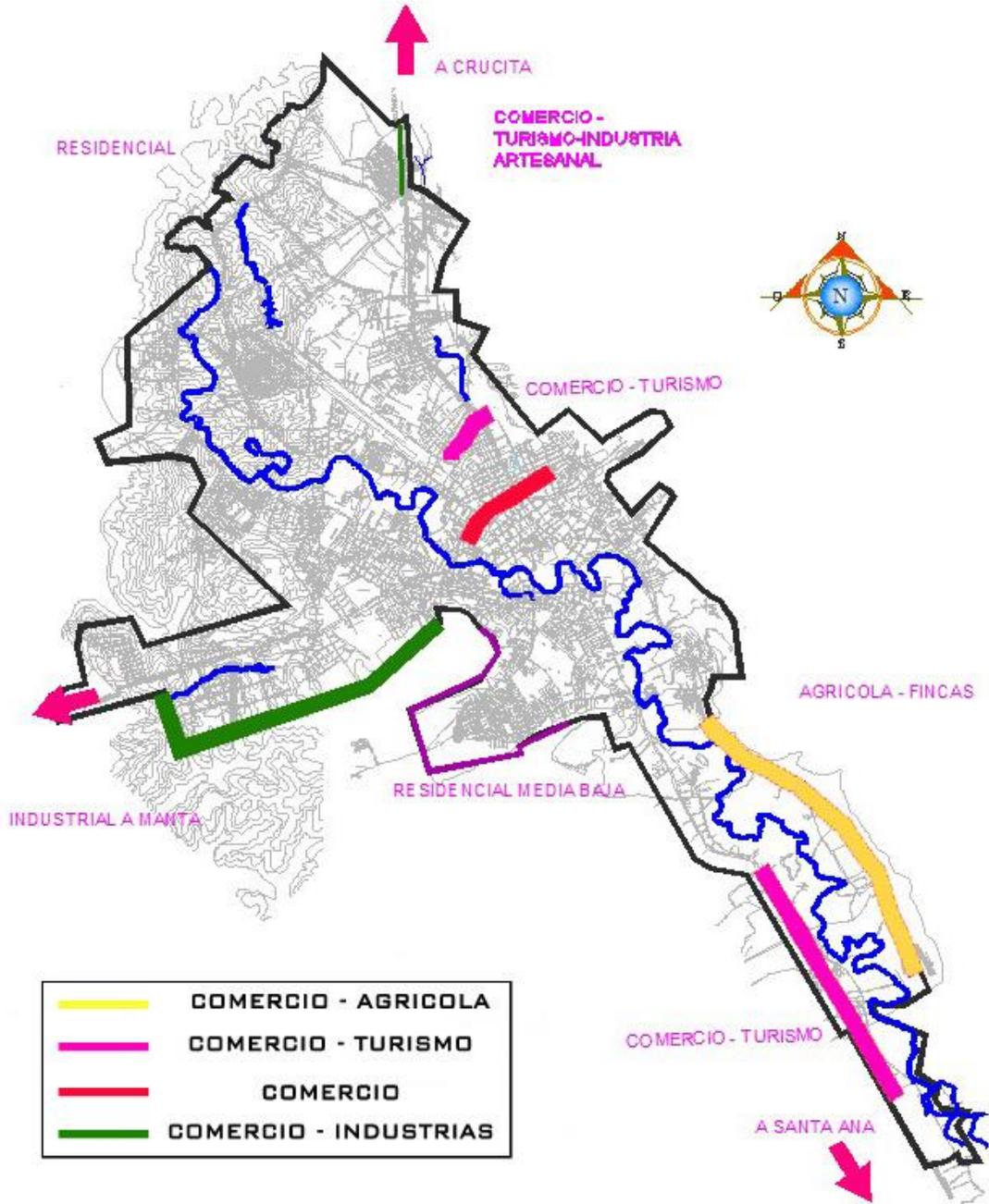


Gráfico No. 68. Imagen del desarrollo comercial la ciudad de Portoviejo, República del Ecuador. Realizado por los autores de este análisis de caso. (2019).

En la ciudad de Portoviejo, el comercio está bien definida por zonas productivas, y se lo encuentra distribuido en pequeñas variaciones en su desarrollo, en la zona céntrica destaca la agrupación de comercio formal e informal que usan el espacio público para

trabajar realizando ventas de productos de todo tipo (ropa, calzados, alimentos, electrodomésticos, etc.) dentro de los mercados municipales, tiendas de expendios, supermercados y centros comerciales generando un crecimiento económico. Y en las zonas periféricas de la ciudad con la productividad y comercio de la compra y venta de productos agrícolas al por mayor como el café, cacao, yuca, tagua, maíz, maní, naranja, limón que son distribuidos en los mercados municipales de la ciudad.

El 40% de la población invierte en el comercio que enmarca en negocios de ventas de ropas, zapatos, electrodomésticos y expendio de productos alimenticios perecibles y no perecibles. Se estima que el 48% de gastos en los hogares tienen como sitios de compras los mercados municipales, tiendas de expendios y distribuidores, le siguen en porcentaje los mercados inteligentes que ofrecen un completo staff de productos sin la necesidad de frecuentar o realizar grandes recorridos, proporcionando un confort hacia el usuario.

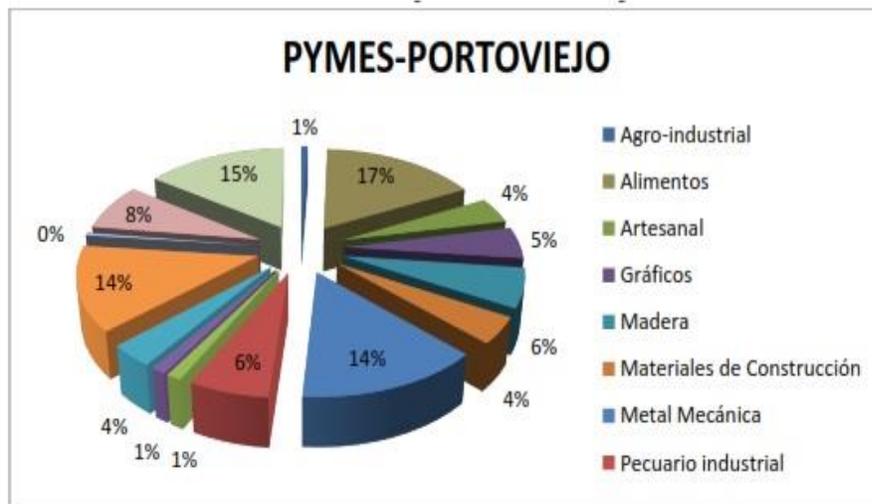


Gráfico No. 69. Imagen estadístico del Pymes (pequeñas y medianas empresas) - Portoviejo, República del Ecuador. Información obtenida del GAD municipal de Portoviejo. (2019).

En Portoviejo crece cada vez más, alrededor de 700 comerciantes informales que hacen uso de las calles principales de la ciudad, lo cual es una señal del crecimiento económico y de expansión para la urbe, pero a su vez trae consigo ciertos problemas.

Es un tema muy complejo, ya que es desfavorable para quienes ejercen el comercio con formalidad y pagan una tasa mensual por el uso de los equipamientos comerciales vs el informal. En un mercado competitivo, esto genera inconvenientes de pensamiento entre formales e informales, los primeros por verse en "desventaja" pues sus vecinos informales obtienen toda la utilidad de sus productos, y los segundos, que de una u otra manera buscan progresar económicamente. Esto se debe a causa de la falta de infraestructura adecuada, mala planificación de las autoridades pertinentes que doten de espacios apropiados y les den las facilidades de acceso que conlleven a los comerciantes minoristas e informales al uso de estos espacios públicos.

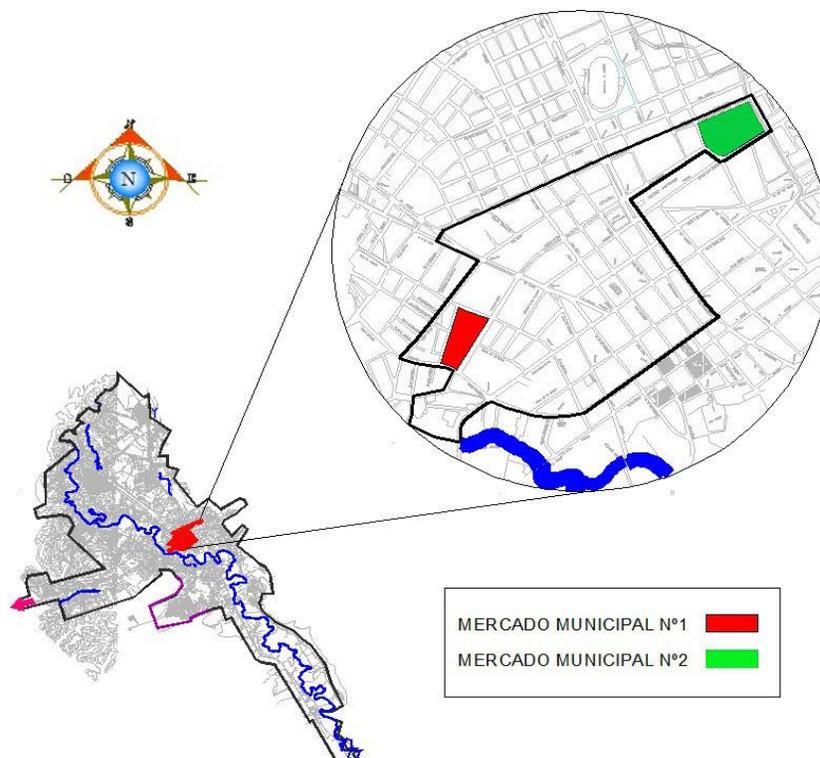


Gráfico No. 70. Imagen del área comercial del casco céntrico de la ciudad de Portoviejo, República del Ecuador. Realizado por los autores de este análisis de caso. (2019).

La economía de la ciudad se evidencia en el comercio minorista y en gran parte el informal que se puede observar que la mayor concentración en la zona céntrica de la urbe parte desde la calle Córdova hasta la calle Coronel Sabando y desde la calle Quito hasta la 10 de Agosto, cabe recalcar que la zona céntrica comercial ha sufrido alteración debido al terremoto causado en el 16 de abril del 2016, por lo que se tuvo que extenderse el comercio a ciertas puntos estratégicos de la ciudad que a su vez causan ciertos problemas de contaminación, mala imagen, movilidad tal como sucede en el pasaje comercial Alajueta ubicada sobre ese eje comercial.



Gráfico No. 71. Imagen de los comerciantes minoristas asentados de manera provisional en la Av. Alajueta de la ciudad de Portoviejo. República del Ecuador. (2019). [En línea]. Consultado: [27, junio, 2019] Disponible en: <https://www.elcomercio.com/actualidad/portoviejo-manabitas-reactivacion-comercio-terremoto.html>.

Otro punto fuerte donde la actividad comercial tiene gran acogida es en los mercados municipales de la ciudad en donde se genera compra-venta de múltiples productos de consumo en donde se genera ingresos económicos importantes, como es en el caso del Mercado Municipal N°2 de la parroquia urbana de San Pablo de la ciudad de Portoviejo, que según datos investigado en la empresa a cargo que es PortoMercado

argumentan que desde su construcción fue diseñada para cumplir la función de mercado de transferencia y distribuía los productos a gran escala que llegaban desde las comunidades para ser comercialización en las tiendas de abastos, centros comerciales y supermercados dentro y fuera de la ciudad, que con el crecimiento desorganizado de la zona pasando a ser altamente poblado se fue integrando el comercio minorista hasta ser denominado como un mercado de abastos en donde actualmente existen 220 comerciantes minorista con la particularidad de que los fines de semanas (sábados y domingos) se crean ferias comerciales sobre este equipamiento, llegando a acoger más de 400 comerciantes minorista creando múltiples problemas de seguridad, accesibilidad, movilidad, ambiental y de confort en este sector donde se encuentra establecida esta infraestructura.



Gráfico No. 72. Imagen de la infraestructura comercial del mercado municipal n°2 de la parroquia San Pablo de la ciudad de Portoviejo, República del Ecuador. Fotografía realizado por los autores de este análisis de caso. (2019).

2.6.3. Estructura Urbana.

2.6.3.1. Trama Urbana.

La ciudad de Portoviejo desde los años de su creación hasta la actualidad ha tenido transformaciones en su traza urbana, partiendo de un trazado en damero que con la consolidación y desarrollo de la ciudad de manera descontrolada podemos encontrar variaciones en zonas con tramas poco uniformes e irregulares en las periferias de la urbe. Sin embargo aunque existan diferencias en sus trazas, están interconectadas para permitir un flujo de circulación regular sobre la urbe.

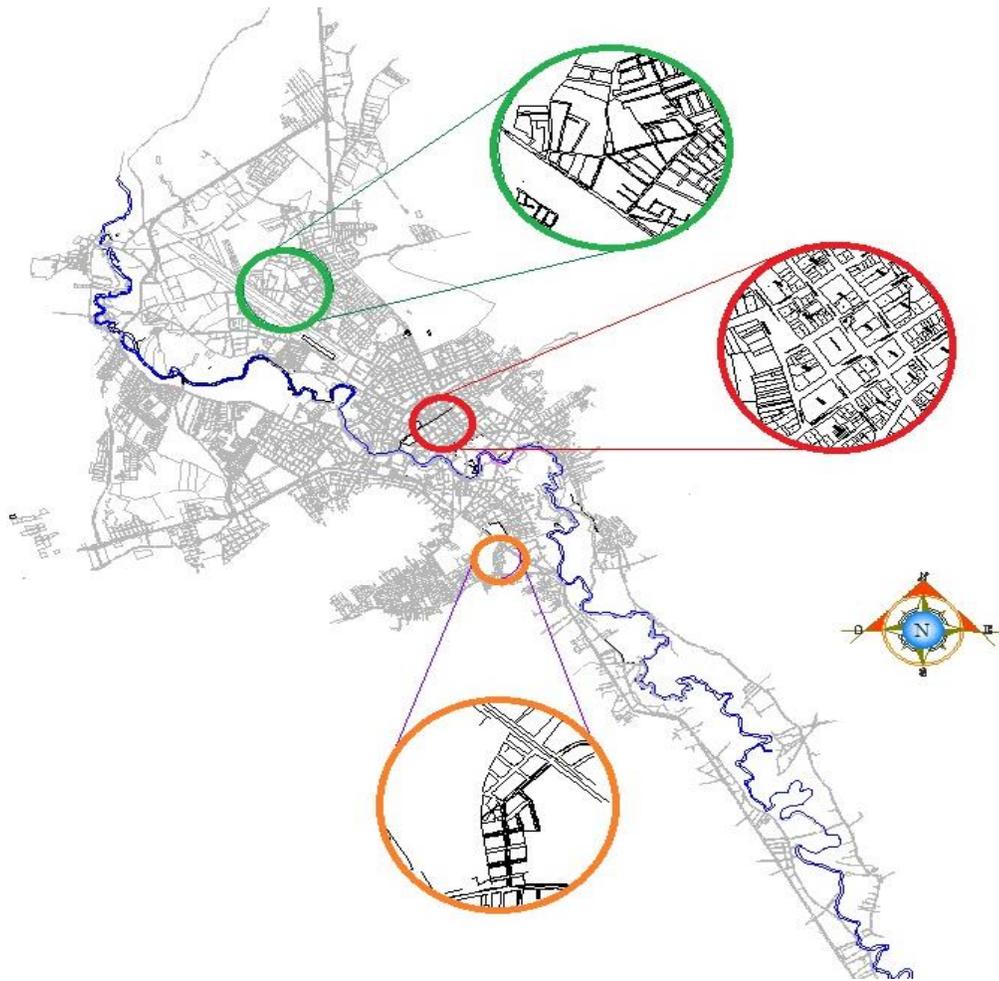


Gráfico No. 73. Imagen esquemática de la trama urbana de la ciudad de Portoviejo, República del Ecuador. Realizado por los autores de este análisis de caso. (2019).

En la zona en donde se encuentra ubicada el Mercado Municipal N°2 se evidencia una trama urbana densa e irregular con calles estrechas conectadas con la zona céntrica de la ciudad por medio de vías denominadas eje de barrio como es la Ramos Iduarte y Francisco de Paula Moreira, según los datos del IRRUR del GAD Municipal de Portoviejo. Este tipo de tramado se da por la expansión no planificada de la urbe hacia las periferias de la ciudad que en este caso estaba delimitada por los valles que rodean la ciudad asentándose en lo que en la actualidad es la parroquia urbana San Pablo.

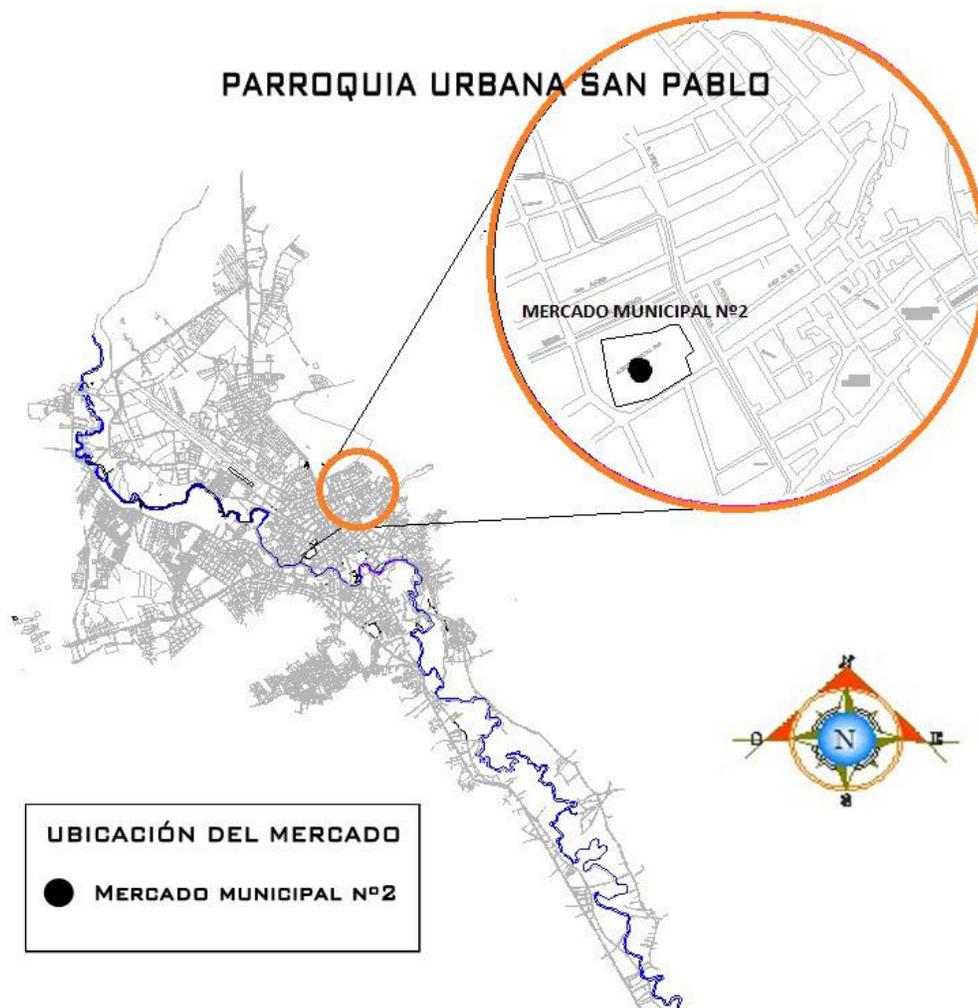


Gráfico No. 74. Imagen esquemática de la trama urbana de la zona donde se encuentra situada el Mercado Municipal N°2 de la parroquia urbana San Pablo de la ciudad de Portoviejo, República del Ecuador. Realizado por los autores de este análisis de caso. (2019).

2.6.3.2. Densidad Poblacional.

La ciudad de Portoviejo dentro de su delimitación y división urbana cuenta con 9 parroquias urbanas antes mencionadas, por tanto según lo investigado en el departamento de planificación del GAD Municipal, la relación en el área urbana no es uniforme que para determinar la densidad poblacional han zonificado la ciudad por sectores o zonas homogéneas tal como se expresa en el siguiente gráfico.

CUADRO 9 ZONAS HOMOGÉNEAS			
Código	ZONA	POBLACION (Habitantes)	AREA EN HECTAREAS
ZONA-1	Picoaza	16.996 hab.	453,27 Ha.
ZONA-2	Aeropuerto	10.779 hab.	961,24 Ha.
ZONA-3	Industrial	16.850 hab.	708,87 Ha.
ZONA-4	San Cristóbal	5.658 hab.	133,85 Ha.
ZONA-5	La Rotonda	11.052 hab.	222,73 Ha.
ZONA-6	Los Tamarindos	11.447 hab.	133,72 Ha.
ZONA-7	San Pablo	17.685 hab.	163,64 Ha.
ZONA-8	Casco Central	20.752 hab.	161,26 Ha.
ZONA-9	Andrés de Vera	11.107 hab.	124,75 Ha.
ZONA-10	Las 4 Esquinas	10.682 hab.	262,45 Ha.
ZONA-11	El Guabito	13.887 hab.	199,98 Ha.
ZONA-12	El Florón	9.851 hab.	136,11 Ha.
ZONA-13	El Limón	6.648 hab.	356,81 Ha.
ZONA-14	Colón	8.525 hab.	697,86 Ha.

Gráfico No. 75. Imagen esquemática de la sectorización homogénea poblacional de la ciudad de Portoviejo, República del Ecuador. Realizado por los autores de este análisis de caso. (2019).

CUADRO 15 DENSIDAD POBLACIONAL (BRUTA Y NETA)					
Código ZONA	POBLACION (Habitantes)	AREA BRUTA (Ha.)	DENSIDAD BRUTA (Hab. /Ha.)	AREA NETA (Ha.)	DENSIDAD NETA (Hab. /Ha.)
ZONA-1	16.996 hab.	453,27 Ha.	37,49	251,39 Ha.	67,60
ZONA-2	10.779 hab.	961,24 Ha.	11,21	665,36 Ha.	16,20
ZONA-3	16.850 hab.	708,87 Ha.	23,77	591,59 Ha.	28,48
ZONA-4	5.658 hab.	133,85 Ha.	42,27	112,62 Ha.	50,23
ZONA-5	11.052 hab.	222,73 Ha.	49,62	110,46 Ha.	100,05
ZONA-6	11.447 hab.	133,72 Ha.	85,60	66,39 Ha.	172,42
ZONA-7	17.685 hab.	163,64 Ha.	108,07	115,41 Ha.	153,23
ZONA-8	20.752 hab.	161,26 Ha.	128,68	90,28 Ha.	229,86
ZONA-9	11.107 hab.	124,75 Ha.	89,03	59,50 Ha.	159,81
ZONA-10	10.682 hab.	262,45 Ha.	40,70	122,87 Ha.	86,93
ZONA-11	13.887 hab.	199,98 Ha.	69,44	100,12 Ha.	138,70
ZONA-12	9.851 hab.	136,11 Ha.	72,37	87,22 Ha.	112,94
ZONA-13	6.648 hab.	356,81 Ha.	18,63	166,45 Ha.	39,93
ZONA-14	8.525 hab.	697,86 Ha.	12,21	462,51 Ha.	18,43

Gráfico No. 76. Imagen esquemática de la sectorización homogénea poblacional de la ciudad de Portoviejo, República del Ecuador. Realizado por los autores de este análisis de caso. (2019).

2.6.3.3. Uso y Ocupación del Suelo.

El análisis de usos y ocupación del suelo, es un instrumento de planificación que permite establecer la forma como se localizan, regulan y relacionan las diferentes actividades al interior de la estructura urbana. En la ciudad de Portoviejo los usos de suelos están enmarcados por la presencia de equipamientos y de las correspondientes zonas como:

- Residencial
- Comercio
- Administración
- Industrial
- Areas Verdes
- Equipamiento Nacional
- Equipamiento Ciudad

USOS DE SUELO	SUPERFICIE (km2)
Vivienda	41.92
Comercial	0.17
Administrativo	0.54
Equipamiento ciudad	0.77
Equipamiento Nacional	1.32
Areas Verdes	7.90
Industrial	7.80
TOTAL	60.42



Gráfico No. 77. Imagen del uso del suelo y su porcentaje de la ciudad de Portoviejo, República del Ecuador. Información obtenida del GAD municipal de Portoviejo. (2019).

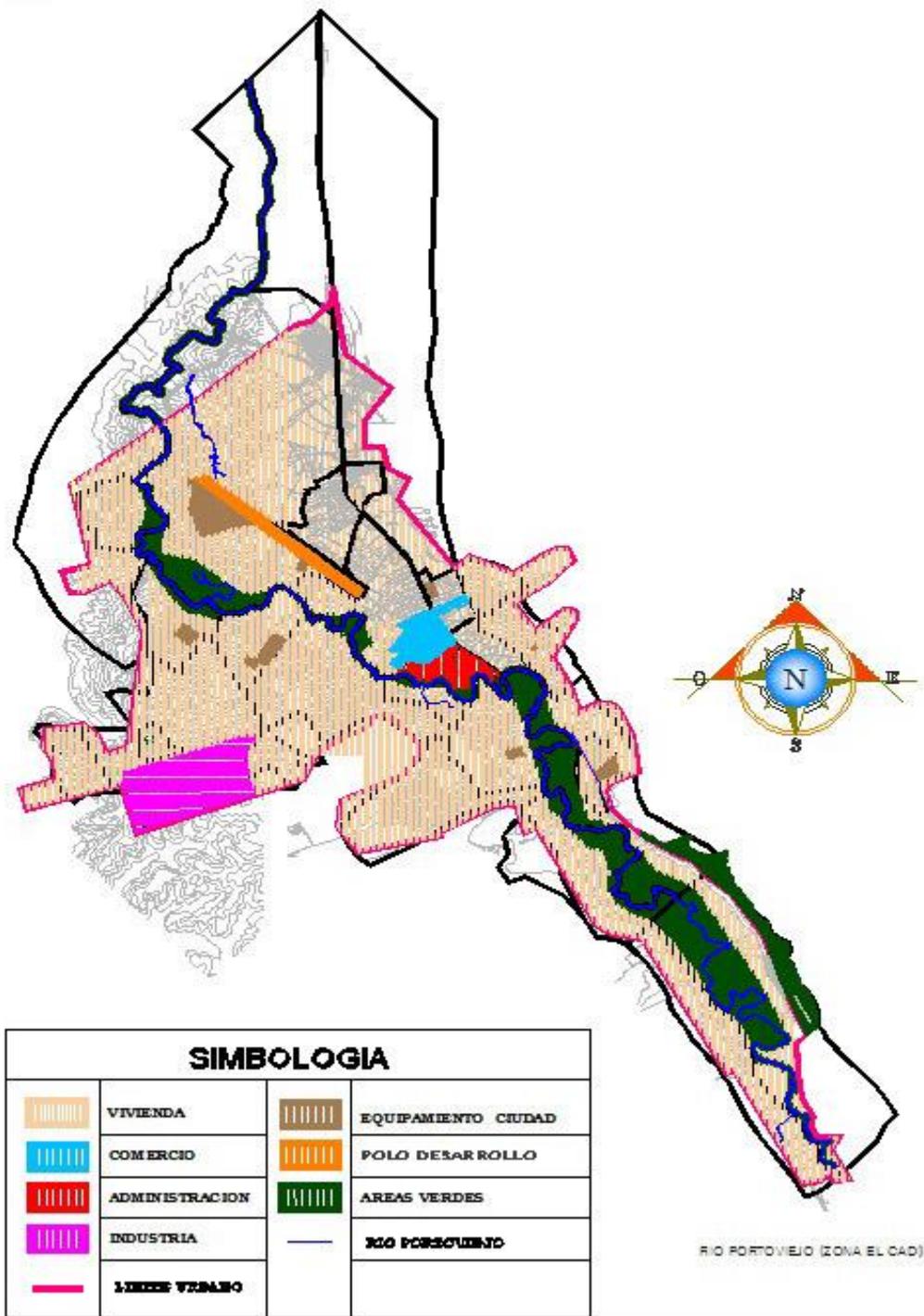


Gráfico No. 78. Imagen esquemática del plano del uso del suelo y su porcentaje de la ciudad de Portoviejo, República del Ecuador. Realizado por los autores de este análisis de caso. (2019).

Observando el plano de uso del suelo de la urbe de Portoviejo, es evidente en como predomina con un 63% de uso Residencial, por una mayor presencia de vivienda y

zonas destinadas para este tipo de actividad. Dato que refleja en como la ciudad ha ido creciendo en el ámbito de vivienda, a tal punto de invadir zonas como industrias, comercio en donde no se debería de existir presencia de zona residencial, de igual manera se establecen entorno al rio Portoviejo que son zonas ecológicas y propensas a inundaciones.

Teniendo en claro el mapa de uso del suelo general de la ciudad, obtenido del departamento de planificación del Gad Municipal de Portoviejo y haber analizado en como los sectores o demás zonas han sido adsorbida por la actividad residencial, podemos decir que la infraestructura del Mercado Municipal N°2 de la parroquia San Pablo en la actualidad pertenece a una zona Comercial – Residencial. Además por tratarse de una edificación en donde existe un alto rango dinámico de comercio y por lo saturado de la zona donde está implantada en cuanto a habitabilidad, se detectan partes afectadas en donde se delimitaran cuáles son las posibles áreas de influencia que impactan directa e indirectamente al equipamiento en mención producto de su uso de suelo.

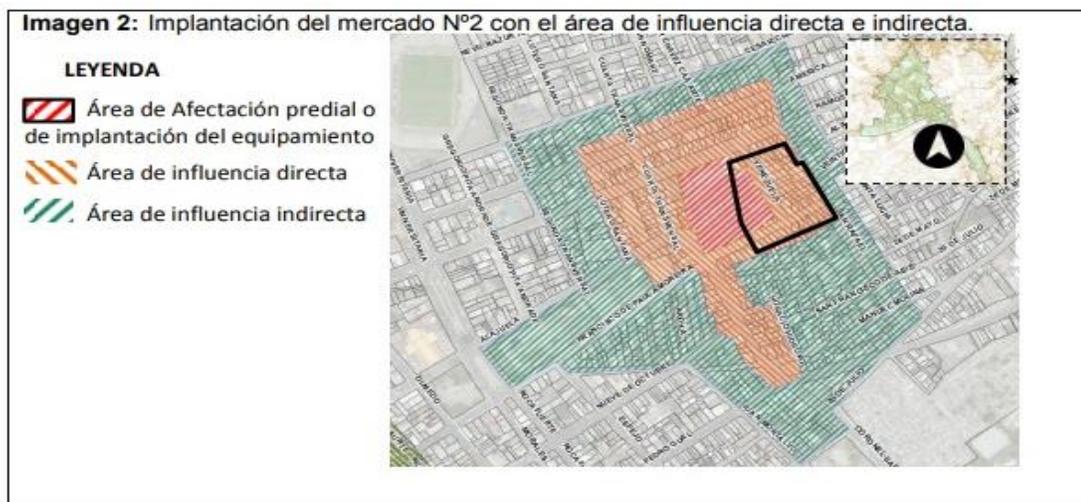


Gráfico No. 79. Imagen de la implantación del mercado municipal n°2 de la parroquia urbana San Pablo de la ciudad de Portoviejo y su área de influencia directa e indirecta, República del Ecuador. Información obtenida del departamento de planificación del Gad municipal. (2019).

Zona	Uso	USOS ESPECÍFICOS	
Cuadro #11: Área de Influencia directa del mercado N° 2 de Portoviejo	Principal	V1	Vivienda
		CB	Comercio Barrial
	Complementario	CZ1	Comercio ocasional de productos de aprovisionamiento al por menor.*
		CZ5	Servicios de alimentación**
		CZ2	Servicios financieros
		CZ4	Servicios profesionales o especializados
		CZ6	Entretenimiento Nocturno
		CZ8	Alojamiento
		CZ9	Servicios de cuidado personal
		ER	Equipamiento regional, menos ER7
		EC	Equipamiento de ciudad, menos EC7
	Restringido	ED	Equipamiento de distrital, menos ED7
		EB	Equipamiento de barrial, menos EB7
		ER7	Aprovisionamiento (centro de faenamiento)
		EC7	Aprovisionamiento (central mayorista)
		ED7	Aprovisionamiento (mercados minoristas)
		EB7	Aprovisionamiento (Ferias itinerantes)
		CZ3	Servicios de transporte
		CZ7	Centros comerciales y supermercados
		CZ10	Comercio Industrial Liviano
		ER	Equipamiento Regional (todos)
	Prohibido	CE	Comercio Especial (todas las categorías de Comercio Especial)
		IB	Industria de bajo impacto
		IM1.	Industria de impacto controlado
		IM2.	Industrias que requieren control ambiental especial
		IA	Industria de alto impacto
		Observaciones:	
*Las siguientes actividades serán prohibidas en proyectos nuevos ubicados en el área de influencia directa, por ser consideradas comercio incompatible respecto al mercado # 2 de Portoviejo: Mini mercados.			
**Todos los locales (existentes y nuevos) deben de cumplir con requisitos regulatorios del Ministerio de Turismo y de la Coordinación de Aprobación de Planos, así como de la Coord. Gestión Ambiental del GAD Portoviejo.			
Los demás usos de suelo que no se redactan en este cuadro, se entenderán que están prohibidos.			

Gráfico No. 80. Imagen del cuadro de área de influencia directa del mercado n°2 de Portoviejo, República del Ecuador. Información obtenida del departamento de planificación del Gad municipal. (2019).

Zona	Uso	USOS ESPECÍFICOS	
Cuadro#12: Área de Influencia indirecta del mercado #2 de Portoviejo	Principal	V1	Vivienda
		CB	Comercio Barrial
	Complementario	CZ1	Comercio ocasional de productos de aprovisionamiento al por menor.*
		CZ2	Servicios Financieros
		CZ5	Servicios de alimentación**
		CZ4	Servicios profesionales o especializados
		CZ6	Entretenimiento Nocturno
		CZ8	Alojamiento
		CZ9	Servicios de cuidado personal
		ER	Equipamiento regional, menos ER7
		EC	Equipamiento de ciudad, menos EC7
	Restringido	ED	Equipamiento de distrital, menos ED7
		EB	Equipamiento de barrial, menos EB7
		ER7	Aprovisionamiento (centro de faenamiento)
		EC7	Aprovisionamiento (central mayorista)
		ED7	Aprovisionamiento (mercados minoristas)
		EB7	Aprovisionamiento (Ferias itinerantes)
		CZ3	Servicios de transporte
		CZ7	Centros comerciales y supermercados
		CZ10	Comercio Industrial Liviano
		ER	Equipamiento Regional (todos)
	Prohibido	CE	Comercio Especial (todas las categorías de Comercio Especial)
		IB	Industria de bajo impacto
		IM1.	Industria de impacto controlado
		IM2.	Industrias que requieren control ambiental especial
		IA	Industria de alto impacto
		Observaciones:	
*Las siguientes actividades serán prohibidas en proyectos nuevos ubicados en el área de influencia directa, por ser consideradas comercio incompatible respecto al mercado # 2 de Portoviejo: Mini mercados.			
**Todos los locales (existentes y nuevos) deben de cumplir con requisitos regulatorios del Ministerio de Turismo y de la Coordinación de Aprobación de Planos, así como de la Coord. Gestión Ambiental del GAD Portoviejo.			
Los demás usos de suelo que no se redactan en este cuadro, se entenderán que están prohibidos.			

Gráfico No. 81. Imagen del cuadro de área de influencia indirecta del mercado n°2 de Portoviejo, República del Ecuador. Información obtenida del departamento de planificación del Gad municipal. (2019).

2.6.3.4. Vialidad y Accesibilidad.

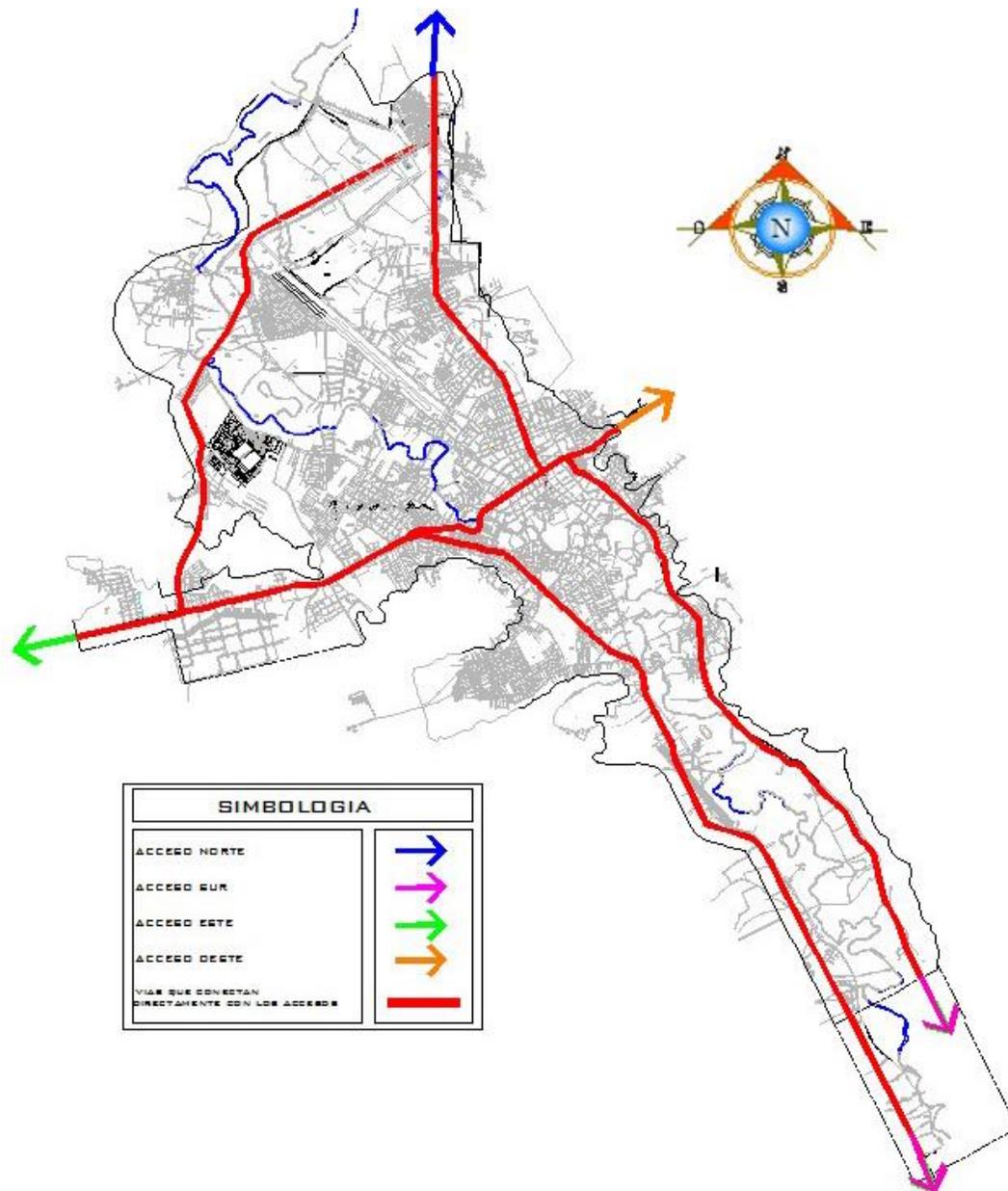


Gráfico No. 82. Imagen esquemática del plano de vialidad y accesibilidad a la ciudad de Portoviejo, República del Ecuador. Realizado por los autores de este análisis de caso. (2019).

Para acceder a la ciudad de Portoviejo existen varias vías terrestres lo cual son de primer orden, y se lo puede realizar tanto por norte, sur y este, cuenta con todos los servicios básicos de carretera en condiciones aceptables. La red vial del área urbana de la ciudad de Portoviejo, está integrada por tres tipos de sistemas viales:

- Sistema de vías Perimetrales
- Red de vías Colectoras
- Red de vías Locales

El sistema de vías Perimetrales es un conjunto de arterias que bordean el área urbana de la ciudad, se encuentra en buen estado disponen de una capa de rodadura de pavimento asfáltico, señalización y adecuados sistemas de drenaje. Y está integrado por los siguientes:

CUADRO 19	RED DE VIAS PERIMETRALES
2.1	Avenida Urbina (Avenida Universitaria)
2.2	Avenida Juan Montalvo – C. Sabando – Cristo Rey – Vía a Pachinche
2.3	Avenida 15 de Abril – Vía a Santa Ana
2.4	Avenida Metropolitana – Avenida Eloy Alfaro
2.5	Paso lateral Manabí Guillen (By Pass)

Gráfico No. 83. Imagen del cuadro de red de vías perimetrales de Portoviejo, República del Ecuador. Información obtenida del departamento de planificación del Gad municipal. (2019).

La red de Vías Colectoras del Área Urbana de la ciudad de Portoviejo es un sistema integrado por las siguientes Avenidas:

CUADRO 20	RED DE VIAS COLECTORAS
3.1	Avenida Reales Tamarindos
3.2	Avenida 5 de Junio
3.3	Avenida Manabí
3.4	Avenida Rocafuerte
3.5	Avenida del Ejercito
3.6	Avenida 12 de Marzo
3.7	Avenida Miguel H. Alcívar – Sucre
3.8	Avenida Chile
3.9	Avenida 26 de Septiembre
3.10	Avenida América
3.11	Avenida Medardo Cevallos
3.12	Avenida San Eduardo

Gráfico No. 84. Imagen del cuadro de red de vías colectoras de Portoviejo, República del Ecuador. Información obtenida del departamento de planificación del Gad municipal. (2019).

El conjunto de Vías Locales está integrado por la totalidad de vías vehiculares y peatonales, que dan servicio a todos los barrios y asentamientos poblacionales que constituyen la totalidad de la malla urbana de la ciudad de Portoviejo. Respecto a las Redes de Vías Locales se debe indicar que en un alto porcentaje estas se encuentran en buen estado, con una capa de rodadura de pavimento asfáltico.

En el siguiente cuadro se registra la ocupación del suelo por el Sistema Vial del Área urbana de La Ciudad de Portoviejo, según Zonas Homogéneas:

CUADRO 21	ZONAS	AREA BRUTA	OCUPACION DEL SUELO POR RED VIAL	PORCENTAJE DE OCUPACIÓN
ZONA-1	Picoaza	453,27 Ha.	73,62 Ha.	16,24 %
ZONA-2	Aeropuerto	961,24 Ha.	99,06 Ha.	10,30 %
ZONA-3	Industrial	708,87 Ha.	75,54 Ha.	10,65 %
ZONA-4	San Cristóbal	133,85 Ha.	19,43 Ha.	14,51 %
ZONA-5	La Rotonda	222,73 Ha.	47,51 Ha.	21,33 %
ZONA-6	Los Tamarindos	133,72 Ha.	29,04 Ha.	21,71 %
ZONA-7	San Pablo	163,64 Ha.	32,08 Ha.	19,60 %
ZONA-8	Casco Central	161,26 Ha.	35,12 Ha.	21,77 %
ZONA-9	Andrés de Vera	124,75 Ha.	48,90 Ha.	39,19 %
ZONA-10	Las 4 Esquinas	262,45 Ha.	33,99 Ha.	12,95 %
ZONA-11	El Guabito	199,98 Ha.	34,68 Ha.	17,34 %
ZONA-12	El Florón	136,11 Ha.	39,26 Ha.	28,84 %
ZONA-13	El Limón	356,81 Ha.	22,61 Ha.	06,33 %
ZONA-14	Colón	697,86 Ha.	55,64 Ha.	07,98 %

Gráfico No. 85. Imagen del cuadro de red de vías locales de Portoviejo, República del Ecuador. Información obtenida del departamento de planificación del Gad municipal. (2019).

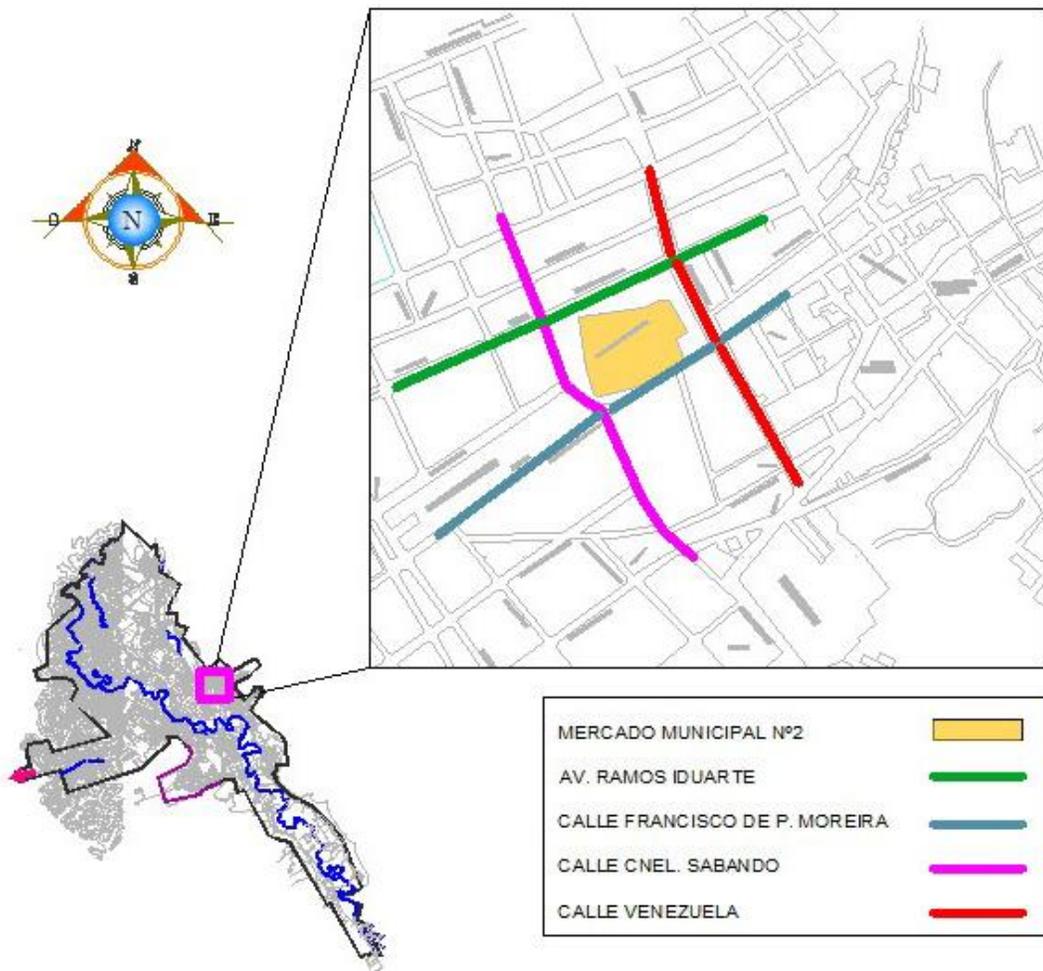


Gráfico No. 86. Imagen esquemática del plano de vialidad y accesibilidad al mercado municipal nº2 de Portoviejo, República del Ecuador. Realizado por los autores de este análisis de caso. (2019).

En el mercado municipal nº2 de la parroquia, tiene bien definida sus vías de acceso siendo la calle coronel Sabando cumpliendo la función de vía arterial, datos constatados en el IRRUR del Gad municipal de Portoviejo, siendo esta de la mayor tránsito junto con la av. Ramos Iduarte. Teniendo gran flujo vehicular, desde carros particulares, camiones de cargas que abastecen de productos al mercado, transporte recolector de basura, transporte urbano y rural, teniendo como resultado un colapso total a todas horas del día y más aún los fines de semana en donde la actividad comercial es muy alta en este sector.

2.6.3.5. Espacios Verdes.

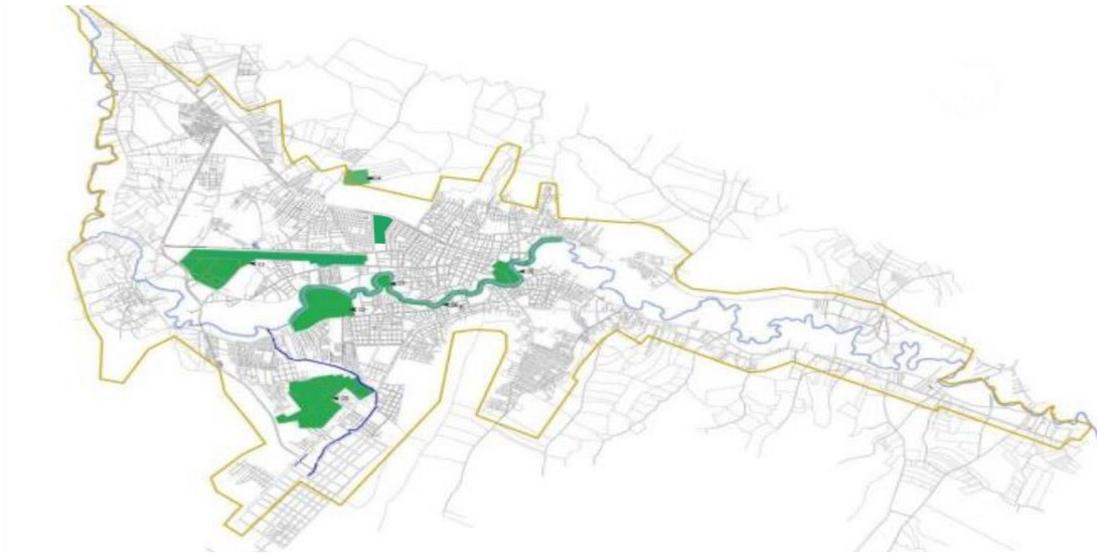


Gráfico No. 87. Imagen esquemática del plano de áreas verdes de la ciudad de Portoviejo, República del Ecuador. Información obtenida del departamento de planificación del Gad municipal. (2019).

La urbe de Portoviejo en cuanto a espacios verdes se refiere ha tenido un desarrollo muy importante, con la creación y/o regeneración, rehabilitación de parque, plazas y sitios de recreación y esparcimiento, donde aspira a tener a situarse por sobre la normativa internacional de la OMS requiere por habitantes que es de 9m², permitiendo a que la ciudad cubra ese déficit.

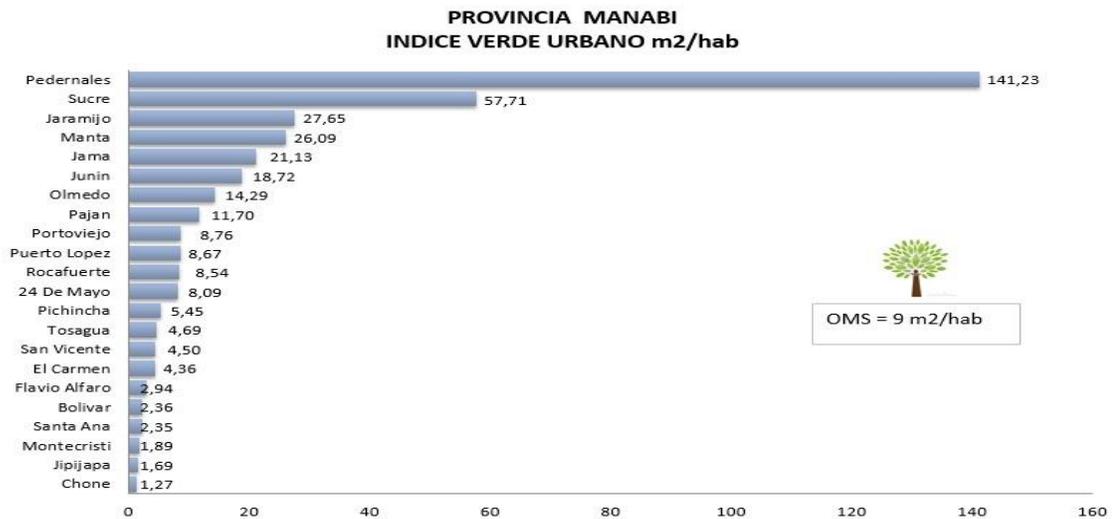


Gráfico No. 88. Imagen estadístico del INEC sobre el índice verde urbano de la provincia de Manabí, República del Ecuador. Información obtenida del departamento de planificación del Gad municipal (2019).

PARROQUIA SAN PABLO			
No.	NOMBRE	DIRECCION	Ocupación del Suelo
1	Parque o Plaza Pública	Ramos, Duarte y Flavio Alfaro	0,120 Ha.
2	Parque o Plaza Pública	Calle "2" y Cesar Chávez	0,045 Ha.
SUBTOTAL			0,165 Ha.

Gráfico No. 89. Imagen del cuadro de áreas verdes la parroquia urbana San Pablo de la ciudad de Portoviejo, República del Ecuador. Información obtenida del departamento de proyectos de PortoParque. (2019).

En la zona en donde se encuentra establecida el mercado municipal n°2 de Portoviejo, se puede evidencia basándonos en los datos obtenidos por el departamento de proyectos de PortoParque, que existe 2 parques públicos que funcionan como sitios de esparcimiento cuya instalaciones se encuentra en pésimas condiciones, poco utilizados debido a la inseguridad que presenta el sector, y carece de servicios básicos.



Gráfico No. 90. Vista del parque público de la parroquia urbana San Pablo, República del Ecuador. Fotografía realizada por los autores de este análisis de caso. (2019).

2.6.3.6. Equipamiento Urbano.

La parroquia urbana de San Pablo, es un sector consolidado de la ciudad que dispone de infraestructura básica, así como de adecuados servicios y equipamientos urbanos, preocupa la forma de ocupación del suelo en las colinas con asentamientos urbanos marginales, algunos sobre la cota 70 msnm. Como en el resto de la ciudad la

dotación de agua potable es deficitaria, se deben mejorar los servicios de mantenimiento de la red vial y de las redes de distribución de energía eléctrica.

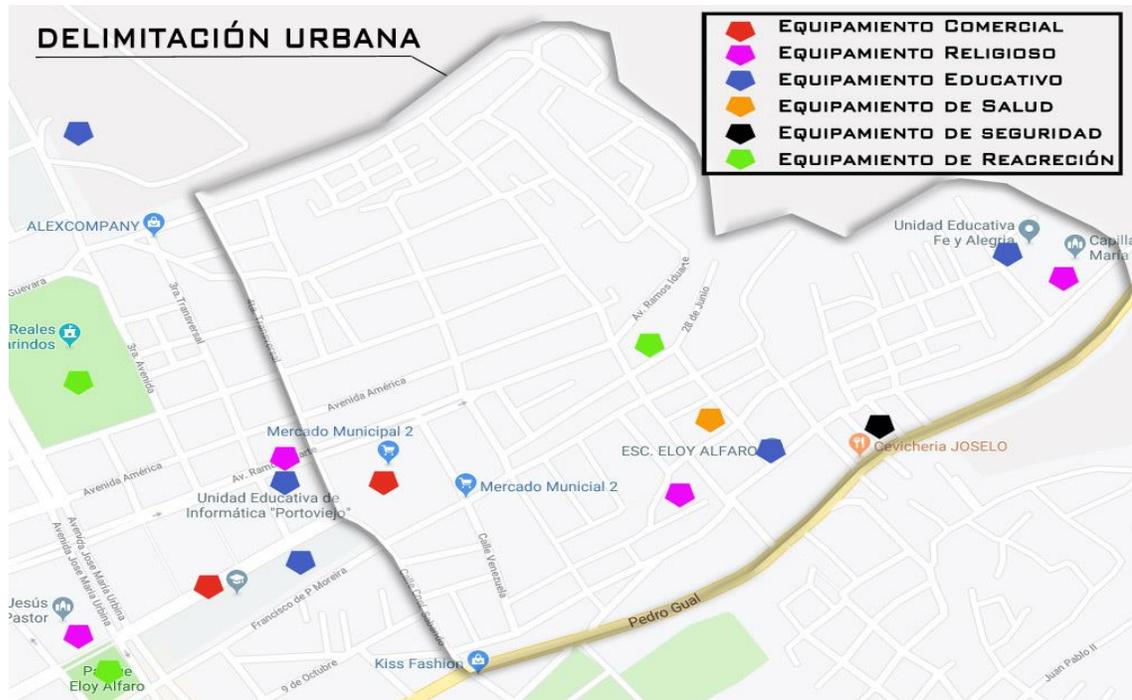


Gráfico No. 91. Imagen del equipamiento urbano entorno al mercado municipal nº2 de la ciudad de Portoviejo, República del Ecuador. Fotografía realizada por los autores de este análisis de caso. (2019).

Cabe recalcar que dentro de la parroquia urbana tal cual se lo ha delimitado en el gráfico n° 31, donde se encuentra el objeto de estudio que es el mercado municipal nº2 de Portoviejo se destaca los siguientes equipamientos;

- Equipamiento Comercial (Mercado Municipal N°2 de Portoviejo)
- Equipamiento Religioso (Iglesia San Pablo y Capilla Católica María Lourdes)
- Equipamiento Educativo (Escuela Eloy Alfaro)
- Equipamiento de Salud (Centro de Salud San Pablo)
- Equipamiento de Seguridad (UPC San Pablo)
- Equipamiento de Recreación (Parque San Pablo)

Sin embargo, desde el punto de vista sobre el entorno y distancias aproximadas al mercado municipal n°2, encontraremos otros equipamientos de gran importancia que impactan tanto de manera ventajosa como desfavorable, mencionando a continuación:

- Equipamiento Comercial (Pasaje de comerciantes minoristas Alajuela)
- Equipamiento Religioso (Catedral central)
- Equipamiento Educativo (Unidad Educativa Informática y Colegio Nacional Portoviejo)
- Equipamiento de Administración (Ministerio de Agricultura)
- Equipamiento de Recreación (Plaza Eloy Alfaro)
- Equipamiento Deportivo (Estadio Reales Tamarindo)

Como se mencionó anterior, estos equipamientos entorno a la infraestructura del mercado municipal n°2 de la ciudad, trae sus ventajas y desventajas, como punto a favor podemos recalcar en el marco económico que generar un gran impacto a la actividad comercial, pero también causan problemas serios en cuanto a ambiente, seguridad, conectividad, acceso, tráfico e impacto visual, un claro ejemplo es el pasaje provisional de comerciante informales la Alajuela, que ha sido asentado sobre la calle que lleva mismo nombre que conecta con el mercado, que por su ubicación genera muchos inconvenientes en el sector. Cabe recalcar que esta reubicación del comercio informal a este sitio se dio por la catástrofe que la ciudad se vio envuelta en el terremoto sufrido el 16 de Abril del 2016, que si bien desahogó el centro de la ciudad con los informales de la calle chile, pero se crea conflictos sobre una de las avenidas más concurridas y gran afluencia vehicular como es la avenida José María Urbina. A continuación se proyecta

de manera gráfica según la planificación que la administración municipal respecto a los informales en la calle Alajuela.

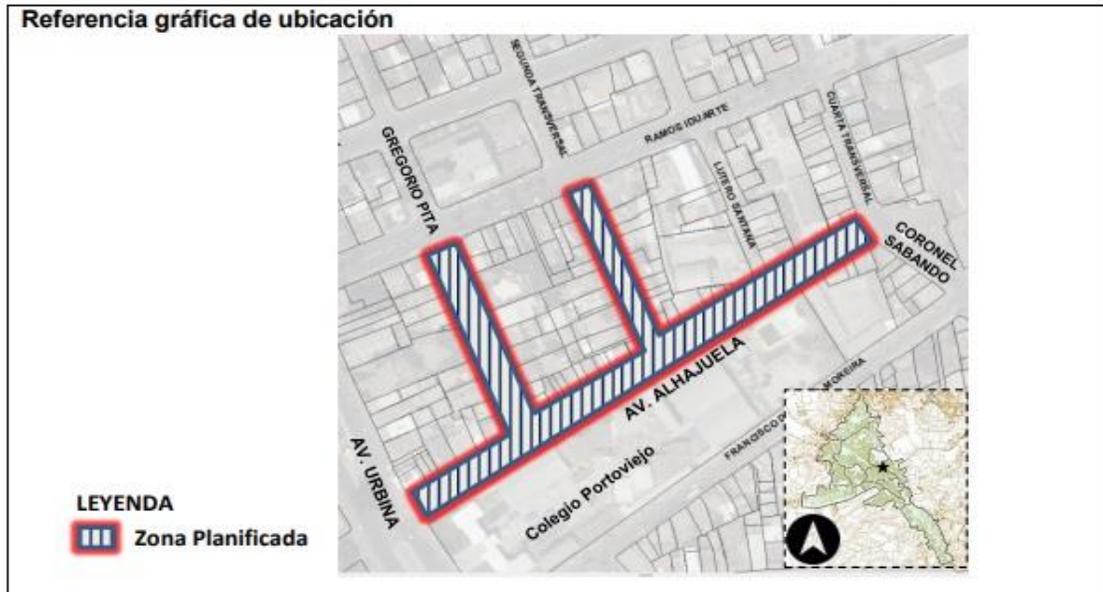


Gráfico No. 92. Imagen de la ubicación del pasaje provisional de comerciantes informales la Alajuela. Información obtenida del departamento de planificación del Gad municipal (2019).

<p>Definición de zonas planificadas para la categoría 2</p> <p>- Zona planificada temporalmente en la Av. Alajuela hasta la construcción de los Centros Comerciales Minoristas Autónomos.</p>
<p>Ficha #2: ZONA 2, Av. Alajuela, entre Av. Urbina y calle Coronel Sabando, incluye tramo contiguo de la calle Gregorio Pita y Segunda Transversal para la ubicación de los comerciantes autónomos sobre la venta referente a la categoría 2, ubicada en el distrito D09.</p>
<p>Esta zona planificada para la ocupación del espacio público, se determinó luego del terremoto 16A para la reubicación temporal de los comerciantes autónomos que se ubicaban en la calle Chile y Francisco de Paula Moreira (centro de la ciudad).</p> <p>La regulación de estos comerciantes y sus respectivos módulos estará a cargo de la empresa pública Portocomercio, o quien haga sus veces.</p>
<p>Observaciones:</p> <p>Esta zona planificada quedará vigente hasta la construcción del Centro Comercial Minorista Autónomo correspondiente, y/o hasta que todos los comerciantes autónomos que se encuentran en esta ubicación sean reubicados.</p> <p>Se prohíbe la venta de bebidas alcohólicas.</p> <p>Corresponde a la empresa pública Portocomercio mantener las regulaciones de orden y número de puestos, medidas de seguridad, aseo e higiene en los pasillos entre puestos y los alrededores. Mantener sin obstáculos las aceras y corredor interno, para una libre circulación peatonal.</p>

Gráfico No. 93. Imagen de la Ordenanza reformativa sobre proyección del pasaje provisional de comerciantes informales la Alajuela. Información obtenida del departamento de planificación del Gad municipal (2019).

2.6.4. Infraestructura del Mercado Municipal N°2.

Este equipamiento de carácter comercial como hemos descrito anteriormente, se encuentra localizada en la parroquia urbana de San Pablo de Portoviejo, entre las calles Coronel Sabando, Av. Ramos Iduarte, calle Venezuela y calle Francisco de P. Moreira, actualmente esta infraestructura tiene un alto nivel comercial en el sector, acogiendo un importante número de comerciantes dentro y fuera del establecimiento, debido a la función que cumple como es el caso de un Mercado Mayorista.

Cabe recalcar que con el pasar de los años y con el desarrollo poblacional en la zona, el mercado fue cambiando de características por las necesidades de consumo de los habitantes tanto del sector como otros sectores y comunidades aledañas, y pasó de ser Mayorista a un Mercado de Abastos multifuncional, teniendo comerciantes mayoristas y minoristas.



Gráfico No. 94. Imagen de la ubicación actual del Mercado Municipal N°2 de Portoviejo. Realizado por los autores de este análisis de caso. (2019).

Esta edificatoria tiene una superficie aproximada de 1.52 hectáreas, que desde su construcción hasta la actualidad se evidencia que ha perdido mucho valor, a tal punto de tener áreas deshabilitadas, destruidas por la falta de mantenimiento, por el mal uso o simplemente porque ya cumplió su vida útil, teniendo en cuenta lo saturado que se encuentra esta infraestructura por la masiva demanda de plazas/puestos de ventas que se han adaptado de manera no planificada para los comerciantes mayoristas, minoristas e informales.

Los productos que más se comercializan en el mercado son: Frutas, Verduras, Legumbres, Hortalizas, Tubérculos, Carnes, Mariscos, Lácteos, Especias, y víveres en general de las tiendas de expendios que se localizan en el interior y exterior del edificio, además existen comercio de bebidas y alimentos mediante comedores y otros servicios varios, como la reparación de calzados, aparatos electrónicos y electrodomésticos.

2.6.4.1. Aspecto Funcional.

2.6.4.1.1. Accesos.

Unos de los aspectos muy importante es el de analizar el aspecto funcional del mercado para entender en cómo interactúan unas zonas con otras, de qué manera se encuentran organizadas y si cumple o no a satisfacción. Pero antes de identificar las zonas, partiremos de los sentidos viales y accesos directos entorno al edificio comercial, teniendo 3 ejes principales de accesos y una vía secundaria.



Gráfico No. 95. Imagen de la ubicación de los accesos actuales del Mercado Municipal N°2 de Portoviejo. Realizado por los autores de este análisis de caso. (2019).

- Calle Coronel Sabando (Ingreso Peatonal Principal).
- Calle Francisco de P. Moreira (Ingreso Peatonal Alterno y de Carga/Descarga).
- Calle Venezuela (Ingreso Peatonal Alterno y de Carga/Descarga).
- Avenida Ramos Iduarte (Ingreso Peatonal Alterno e Ingreso/Salida vehicular de Carga/Descarga).

Calle Coronel Sabando.

Esta calle de acceso es catalogada como vía arterial, es de doble sentido vial y la más concurrida, ya que se transita todo tipo de vehículos livianos, pesados, urbanos y rurales, y es en donde se encuentra establecida el ingreso peatonal principal al mercado.



Gráfico No. 96. Imagen del acceso principal al Mercado por la calle Coronel Sabando. Fotografía realizada por los autores de este análisis de caso. (2019).



Gráfico No. 97. Imagen de la calle Coronel Sabando, entorno al Mercado Municipal N°2 de Portoviejo. Fotografía realizada por los autores de este análisis de caso. (2019).

En la vía cuenta con todos los servicios básicos, la calzada está en buenas condiciones, cabe recalcar que sobre esta calle, se puede apreciar el área de paqueo principal para los usuarios, que por no contar con el mobiliario adecuado o una acera donde se puede separar el área de parqueo con la calle, provoca peligro constante, en que

cualquier conductor se desvíe del carril e invada fácilmente el espacio de parqueo y accidentarse.

Calle Francisco de P. Moreira.

Esta calle de acceso es catalogada como eje de barrio y se prolonga hasta el centro de la ciudad, es de doble sentido vial, en donde se establece 2 ingresos al mercado (peatonal alterno y de carga/descarga), por lo que circulan mayormente vehículos livianos y camiones pequeños que llegan al mercado para abastecerse de productos, razón por la cual se fomenta un descontrol total sobre esta calle a todas horas del día.



Gráfico No. 98. Imagen del acceso de carga/descarga al Mercado por la calle Francisco de P. Moreira. Fotografía realizada por los autores de este análisis de caso. (2019).

En la vía cuenta con todos los servicios básicos, la calzada está en pésimas condiciones, teniendo aceras deterioradas, además se puede apreciar que existe un área de paqueo exterior para los usuarios pero son los camiones lo que hacen uso de este pequeño espacio, todo esto es lo que genera caos completo e inseguridad para el peatonal.



Gráfico No. 99. Imagen de la calle Francisco de P. Moreira, entorno al Mercado Municipal N°2 de Portoviejo. Fotografía realizada por los autores de este análisis de caso. (2019).

Calle Venezuela.

Esta calle de acceso es catalogada como vía compartida, es de un sentido vial, en donde se establece 3 ingresos al mercado (1 peatonal alterno y 2 de carga/descarga), por lo tanto es la calle en donde se presenta muchos conflictos tanto vehicular como de deterioro de la calzada, aceras, por la gran cantidad de vehículos de camiones pesados y camionetas que se estacionan para realizar las cargas y descargas de productos de manera masiva. Si bien cuenta con todos los servicios básicos, no tiene un adecuado mantenimiento ya que por tratarse de un mercado mayorista la afluencia de camiones es muy constante durante las 24hr del día, esta trayectoria hace que entorno a estos accesos directos al mercado se establezcan tiendas de abastos ocupando el área publica (soportales y aceras) como zona de descarga y realizar reventas desde el exterior del mercado, generando un alto impacto ambiental como insalubridad.



Gráfico No. 100. Imagen de la calle Venezuela, entorno al Mercado Municipal N°2 de Portoviejo. Fotografía realizada por los autores de este análisis de caso. (2019).



Gráfico No. 101. Imagen de la calle Venezuela, entorno al Mercado Municipal N°2 de Portoviejo. Fotografía realizada por los autores de este análisis de caso. (2019).

Av. Ramos Iduarte.

Esta calle de acceso es catalogada como vía barrio, pero a su vez conecta con la zona céntrica de la ciudad, es de doble sentido vial, en donde se establece 3 ingresos al mercado (1 peatonal alterno y 2 ingreso/salida de vehículos), por ser una avenida, tiene

una afluencia de vehículo normal a diferencia de la calle Venezuela, porque si bien tiene acceso vehicular hacia el interior del mercado, por cuestión de zonificación solo ingresan vehículos cargados de frutas que no tiene comparación con otros productos como verduras, legumbres, que llegan a toda hora y se venden a toda por la calle Venezuela.



Gráfico No. 102. Imagen del ingreso alternativo de la avenida Ramos Iduarte, entorno al Mercado Municipal N°2 de Portoviejo. Fotografía realizada por los autores de este análisis de caso. (2019).



Gráfico No. 103. Imagen del ingreso alternativo de la avenida Ramos Iduarte, entorno al Mercado Municipal N°2 de Portoviejo. Fotografía realizada por los autores de este análisis de caso. (2019).

Cuenta con todos los servicios básicos, la calzada y aceras en buenas condiciones. Algo que llama la atención es que por el acceso peatonal alterno situado en esta avenida, también ingresan los triciclos informales que a diario se abastecen de todo tipo de alimentos para la venta ambulatoria.

2.6.4.1.2. Zonificación y Distribución de las áreas.

Este equipamiento comercial que desde sus inicios fue proyectada como un mercado mayorista, actualmente cumple una función mixta, abarcando también al comercio al menudeo, y que luego de una observación de campo, se ha podido detectar cada zona y en donde se explicará cómo se relacionan entre sí.

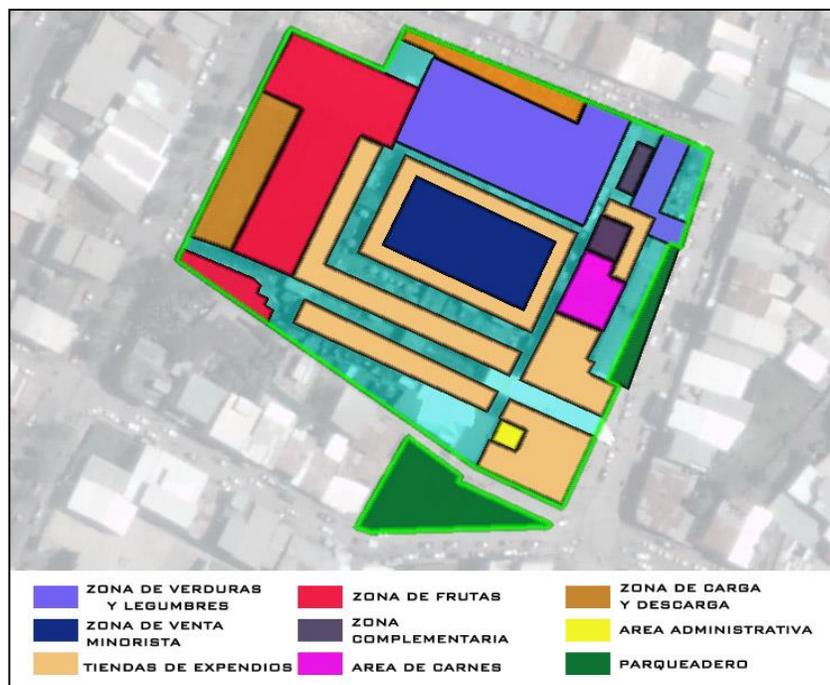


Gráfico No. 104. Imagen de la zonificación y distribución por áreas del Mercado Municipal N°2 de Portoviejo. Fotografía realizada por los autores de este análisis de caso. (2019).

Si observamos en el gráfico n° 44, podemos decir que el mercado aparentemente tiene una buena organización de los espacios, en donde tiene bien definida las áreas, más que todo aquellas zonas que tienden a tener mayor afluencia de personas, por lo tanto

analizaremos cada zona, en cómo se desarrolla la actividad comercial a diario, su distribución, sus ventajas y desventajas.

Zona de Frutas.



Gráfico No. 105. Imagen de la ubicación de la zona de frutas del Mercado Municipal N°2 de Portoviejo. Fotografía realizada por los autores de este análisis de caso. (2019).

Esta zona se la encuentra ubicada por la av. Ramos Iduarte, es una zona en donde ocupa un área importante por la cantidad de productos que ingresan y se almacenan, cuenta con ingreso y salida de vehículos pesados en donde realizan grandes cargas y descargas de frutas como la sandía, piña, melón, naranjas, y más. Esta zona tiene una relación indirecta con el área de verduras y legumbre, que se conecta mediante un pasillo tratando de separar aquellas áreas diferentes que no tengan nada que ver con frutas y así evitar una mezcla inapropiada.



Gráfico No. 106. Vista externa de la zona de frutas del Mercado Municipal N°2 de Portoviejo. Fotografía realizada por los autores de este análisis de caso. (2019).



Gráfico No. 107. Vista interna de la zona de frutas del Mercado Municipal N°2 de Portoviejo. Fotografía realizada por los autores de este análisis de caso. (2019).

Algo que llama la atención es que los comerciantes mayoristas no cuentan con un sitio para almacenar grandes cantidades de sus productos y como alternativas los agrupan en el piso bajo una cubierta y cuando cierran sus puestos, solo se cubre con una lona.

Existe junto a esta zona, tiendas de expendio, comedores, bodegas, evidenciando una mezcla de actividades. Estas tiendas de expendios se ubican de manera desorganizada

sin la correcta relación por afinidad de productos, ya que no deberían existir estos locales frente a la área de frutas, como es el caso de venta de comida y depósito de arroz que generan otro tipo de acciones, llegando a la conclusión de que están ubicadas por los propios intereses de los comerciantes que pagan su tarifa y ellos eligen en donde ubicarse.



Gráfico No. 108. Tiendas de expendios vinculadas con la zona de frutas del Mercado Municipal N°2 de Portoviejo. Fotografía realizada por los autores de este análisis de caso. (2019).

Toda esta zona se encuentra en mal estado, desde el patio de carga/descarga, ingresos y salidas, hasta las tiendas de expendios, apreciando un deterioro y falta de mantenimiento, falta de una adecuada organización modulada y de circulación. Con el pasar del tiempo se ha dado ciertas ampliaciones como la implementación de galpones/cubiertas que reduce el patio de carga/descarga, tal como se muestra en las imágenes expuestas.

Tiendas de Expendios.

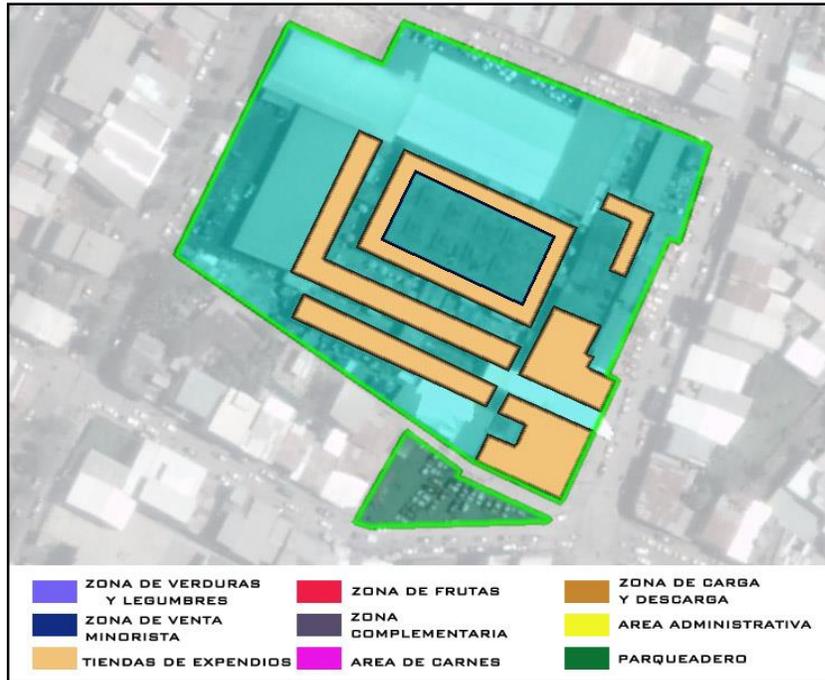


Gráfico No. 109. Imagen de la ubicación del área para tiendas de expendios y abastos del Mercado Municipal N°2 de Portoviejo. Fotografía realizada por los autores de este análisis de caso. (2019).

Esta zona se la encuentra proyectada desde la calle Francisco de P. Moreira con un ingreso alterno hasta la parte céntrica del equipamiento. En un principio esta área cumplía otras funciones netamente de almacenado y bodega de los comerciantes mayoristas, pero en la actualidad pocos son usados con este fin, con la transformación que ha sufrido el mercado ahora se lo utiliza para muchas cosas, que van desde tienda de abastos, panadería, locales de comidas, zapatería, hasta locales para reparaciones de aparatos electrónicos.

Esta zona tiene una relación directa con el área de verduras y legumbre, frutas, carnes, y que se conecta mediante un pasaje de circulación. Existe un total de 120 de locales variados, unos ocupados y otros abandonados por el mal estado que presentan.



Gráfico No. 110. Imagen interna del areas de tiendas de expendios del Mercado Municipal N°2 de Portoviejo. Fotografía realizada por los autores de este análisis de caso. (2019).

Cabe señalar que sobre esta área, se establecen de forma ambulatoria los comerciantes informales o minoristas de la manera poco apropiada teniendo un conflicto de circulación que según argumentan dichos comerciantes, son ubicado y organizados de esa manera por el mismo personal de administración que les cobran una pequeña tasa o impuesto para el uso diario del espacio, sin tener en cuenta que esta mala organización genera mal aspecto, insalubridad, destrucción las aceras internas de circulación, aglomeración de usuarios y embotellamiento que dificulta poder acceder a las demás zonas comerciales.



Gráfico No. 111. Imagen interna del areas de tiendas de expendios donde está colapsado por los comerciantes informales del Mercado Municipal N°2 de Portoviejo. Fotografía realizada por los autores de este análisis de caso. (2019).



Gráfico No. 112. Imagen interna del areas de tiendas de expendios del Mercado Municipal N°2 de Portoviejo. Fotografía realizada por los autores de este análisis de caso. (2019).



Gráfico No. 113. Imagen interna del areas de tiendas de expendios del Mercado Municipal N°2 de Portoviejo. Fotografía realizada por los autores de este análisis de caso. (2019).

Algo que se aprecia con solo dar un pequeño recorrido por esta área es que el estado físico de las tiendas de expendio es deplorable, totalmente destruido, quizás porque nunca se le ha dado un adecuado mantenimiento, requiriendo mejoras urgentes.

Zona de Verduras y Legumbre.



Gráfico No. 114. Imagen de la ubicación de la zona de frutas del Mercado Municipal N°2 de Portoviejo. Fotografía realizada por los autores de este análisis de caso. (2019).

Esta zona se la encuentra proyectada desde la calle Venezuela con 2 ingresos exclusivos para carga/descarga en masa de productos agrícolas al equipamiento. Es una de las áreas con mayor afluencia y dinámica comercial, en donde convergen todos los comerciantes mayoristas para realizar ventas y transferencia de alimentos al por mayor. Así como es muy concurrida se ve la presencia de comerciantes minoristas que se aglomeran entre los mayoristas para beneficiarse de la presencia masiva de usuarios que quieren adquirir alimentos a otro costo (menor precio), por lo que provoca conflictos de circulación, a tal punto que se hace imposible caminar entre los pequeños espacios que quedan entre los puestos adaptados de mala manera.



Gráfico No. 115. Imagen de la ubicación de la zona de frutas del Mercado Municipal N°2 de Portoviejo. Fotografía realizada por los autores de este análisis de caso. (2019).

Los comerciantes mayoristas no poseen un sitio para almacenar los productos, ubicándose en el galpón principal destinado por la administración del mercado, teniendo como inconformidad la falta de sitios de bodegas, sumándole a esto también la intervención de los minoristas que usan de manera inapropiada este espacio (galpón), que gran culpa es

de la entidad encargada de llevar un control y regulación, ya que ellos permiten esta situación, quedando muy corto el espacio para acoger cantidades de alimentos provenientes de otros cantones y sectores aledaños.



Gráfico No. 116. Imagen interna donde el comerciante minorista se hace presente dentro del Mercado Municipal N°2 de Portoviejo. Fotografía realizada por los autores de este análisis de caso. (2019).



Gráfico No. 117. Imagen interna donde el comerciante minorista se hace presente en el área exclusiva para el comercio mayorista dentro del Mercado Municipal N°2 de Portoviejo. Fotografía realizada por los autores de este análisis de caso. (2019).



Gráfico No. 118. Imagen donde el comerciante minorista se hace presente en el área exclusiva para el comercio mayorista dentro del Mercado. Fotografía realizada por los autores de este análisis de caso. (2019).

Esta zona tiene una relación directa con una pequeña parte de tiendas de expendio que es otro problema de incompatibilidad ya que hay locales que sacan sus productos en la acera de circulación obstaculizando el libre paso que esta zona debería tener. Además existen unas baterías sanitarias en esta zona de verduras y legumbres de mayoristas, siendo la única habilitada para todo el mercado en general, teniendo como resultado que cualquier persona que necesite hacer uso de este espacio, realice un extenso recorrido desde su negocio hasta este punto caotizando aún más esta área.



Gráfico No. 119. Imagen donde el comerciante minorista se hace presente en el área exclusiva para el comercio mayorista dentro del Mercado. Fotografía realizada por los autores de este análisis de caso. (2019).

En cuanto al aspecto físico, por la cantidad de comerciantes de manera no planificada y porque es se maneja grandes espacios abiertos (galpón) tiene su estructura en buenas condiciones referenciando a su cubierta, pero en todo el contrapiso está en mal estado, no cuenta con un buen sistema de recolección de aguas lluvias, este problema se da por la cantidad de basura que arrojan al suelo y tapa los canalones, además que tenemos que recordar que esta infraestructura tiene varios años funcionando sin ninguna renovación en cuanto a los sistemas hidrosanitarios y fluviales.



Gráfico No. 120. Imagen del galpón y estado de su cubierta en el área para el comercio mayorista dentro del Mercado. Fotografía realizada por los autores de este análisis de caso. (2019).



Gráfico No. 121. Imagen del actual sistema de recolección de aguas lluvias en el área para el comercio mayorista dentro del Mercado. Fotografía realizada por los autores de este análisis de caso. (2019).

Zona de Ventas Minorista.



Gráfico No. 122. Imagen de la ubicación de la zona de ventas minoristas dentro del Mercado. Fotografía realizada por los autores de este análisis de caso. (2019).

Esta zona se la encuentra proyectada en la parte céntrica del equipamiento, rodeada de las demás zonas, siendo un área exclusiva para realizar las ventas al por menor, que en la actualidad es poco utilizado ya que los comerciantes minoristas prefieren acomodarse en lugares más directos con el usuario, invadiendo las demás zonas, algo que llama mucho la atención por qué no se obliga de parte de las autoridades pertinentes a que se use este espacio. Aquí convergen aquellos comerciantes minoristas que no encuentran sitio o lugar en las otras áreas y no les queda de otra que instalarse aquí.

Es una de las pocas áreas que está en buen estado, quizás por el poco uso que se le da, pero carece de una mejor dotación del sistema hidrosanitario, en donde haya un espacio cómodo para la limpieza de los productos, un área de mantenimiento, y un lugar que sirva como recolección y depósito de basura. Vale recordar que aquí los pocos comerciantes

minoristas realizan ventas frutas, verduras, legumbres, hortalizas, carnes y lácteos, pero en menor cantidad que aquellos minoristas que se establecen de manera desorganizada en los accesos directos al mercado o demás zonas.



Gráfico No. 123. Imagen interna de la zona de ventas minoristas dentro del Mercado. Fotografía realizada por los autores de este análisis de caso. (2019).



Gráfico No. 124. Imagen interna de la zona de ventas minoristas dentro del Mercado. Fotografía realizada por los autores de este análisis de caso. (2019).

Zona de Carnes, Complementaria y demás.



Gráfico No. 125. Imagen de la ubicación de la zona de frutas del Mercado Municipal N°2 de Portoviejo. Fotografía realizada por los autores de este análisis de caso. (2019).

Esta demás zonas tienen un área minúscula pero igual de importantes, ya que son prescindible para el buen funcionamiento de un equipamiento de estas características, tal como el área de carnes y marisco, cuyo espacio es pequeño pero genera múltiples problemas, tales como de contaminación ambiental y visual, no existe módulos o puestos adecuado que contengan griferías para realizar el correcto tratamiento de limpieza, además no hay un espacio frigorífico, el actual presenta un estado deplorable, donde es inapropiado y existe mucha contaminación.



Gráfico No. 126. Imagen interna de la zona de carnes y mariscos del Mercado Municipal N°2 de Portoviejo. Fotografía realizada por los autores de este análisis de caso. (2019).



Gráfico No. 127. Imagen interna de la zona de carnes y mariscos del Mercado Municipal N°2 de Portoviejo. Fotografía realizada por los autores de este análisis de caso. (2019).



Gráfico No. 128. Imagen interna del área de frigo general del Mercado Municipal N°2 de Portoviejo. Fotografía realizada por los autores de este análisis de caso. (2019).

Otra de las zonas de importancia dentro de un mercado es la complementaria, que actual solo cuentan con un pequeño cuarto de bomba, una batería sanitaria habilitada para todo el mercado, y una bodega de mantenimiento y utensilios de limpieza, poco perceptibles porque hasta los comerciantes se aglomeran para aprovechar el poco exterior para su negocio.



Gráfico No. 129. Imagen del área complementaria general del Mercado Municipal N°2 de Portoviejo. Fotografía realizada por los autores de este análisis de caso. (2019).

Como todo equipamiento de carácter público debe de contar con una zona administrativa, esta infraestructura cuenta con una pequeña oficina destinada para dicho fin gubernamental, ubicado cerca del ingreso principal en donde también los comerciantes minoristas se aglomeran y establecen sus negocios cerca de dicha oficina, confirmando claramente que los problemas que acusan a este mercado viene desde la mala administración.



Gráfico No. 130. Imagen de la oficina administrativa del Mercado Municipal N°2 de Portoviejo. Fotografía realizada por los autores de este análisis de caso. (2019).

Y por últimos el área de parqueo general que se encuentra ubicada en el exterior del mercado, situación que genera constante peligro al mezclarse con la calle Coronel Sabando, en donde solo los separa unas líneas de señaléticas que delimita la vía con el parqueadero. Además sobre este sitio de parque se establece una cooperativa de taxis generando mayor conflicto de circulación.



Gráfico No. 131. Vista del parqueadero exterior del Mercado Municipal N°2 de Portoviejo. Fotografía realizada por los autores de este análisis de caso. (2019).



Gráfico No. 132. Vista de la cooperativa de taxis en el parqueadero exterior del Mercado Municipal N°2 de Portoviejo. Fotografía realizada por los autores de este análisis de caso. (2019).

Cabe recalcar que dentro de este análisis en el aspecto funcional de este equipamiento, se han evidenciado muchos problemas y se los han identificado como tal, por tanto no existe un funcionamiento adecuado del mercado para realizar la actividad comercial, ni una correcta gestión de parte las autoridades municipales.

2.6.4.2. Aspecto Formal.

En cuanto al aspecto formal de esta infraestructura, no hay mucho que destacar, ya que desde la construcción original hasta la actualidad ha sufrido múltiples transformaciones con ampliaciones en sus 4 fachadas, adaptando elementos de estructura metálica, esto se dado a por la necesidad de abarcar más espacios para albergar mayor cantidad de comerciantes y no por darle una mejor expresión estética al edificio.

Por lo tanto no se puede evidenciar un patrón característico respecto a tipologías actuales de mercados municipales, donde en ciertos tramos predomina volúmenes de hormigón con ambientes cerrados y en otros tramos, diferentes juegos de cubiertas de baja altura que descansan sobre el cerramiento perimetral del mercado provocando sensaciones de calor y sofocación cuando el sol se hace presente a altas temperatura.



Gráfico No. 133. Vista de la fachada del Mercado Municipal N°2 de Portoviejo sobre la calle Coronel Sabando del Mercado Municipal N°2 de Portoviejo. Fotografía realizada por los autores de este análisis de caso. (2019).



Gráfico No. 134. Vista de la fachada del Mercado Municipal N°2 de Portoviejo sobre la calle Francisco de P. Moreira. Fotografía realizada por los autores de este análisis de caso. (2019).



Gráfico No. 135. Vista de la fachada del Mercado Municipal N°2 de Portoviejo sobre la calle Venezuela. Fotografía realizada por los autores de este análisis de caso. (2019).



Gráfico No. 136. Vista de la fachada del Mercado Municipal N°2 de Portoviejo sobre la Av. Ramos Iduarte. Fotografía realizada por los autores de este análisis de caso. (2019).

2.7. Conclusiones y recomendaciones.

2.7.1. Conclusiones.

Una vez realizado el diagnóstico y estudio del área de investigación, las encuestas realizadas a los comerciantes y usuarios, se pudo constatar lo siguiente:

1. El Mercado Municipal N°2 de la parroquia Urbana San Pablo de la ciudad de Portoviejo se encuentra ubicada en una zona Residencial-Comercial. Estos datos han sido obtenidos del departamento de planificación del GAD Municipal, donde se evidencia que en el uso del suelo existe una compatibilidad que se da por la actividad comercial minorista.
2. Según datos obtenidos en el estudio de campo, en el mercado municipal n°2 existen 2 tipos de comercio que son: El comercio mayorista y el comercio minorista.

3. El 67% de los comerciantes que utilizan las instalaciones del mercado para vender sus productos, son procedentes de distintos sectores de la ciudad de Portoviejo. Por lo tanto es una clara evidencia que esta infraestructura beneficia al comercio y economía de los habitantes locales.
4. Según datos obtenidos de la investigación, el 89% de los comerciantes manifiestan tener un buen flujo de intercambio y de comercialización, puesto que se está sirviendo a un importante sector de la ciudad de Portoviejo.
5. Según datos obtenidos de la investigación, de los habitantes encuestados en un 43% frecuentan al mercado de la parroquia Urbana de San Pablo para realizar sus compras. Por tanto es evidente que existe un buen nivel de aceptación.
6. Según datos obtenidos de la investigación, los comerciantes encuestados en un 76% exponen que no existe un correcto sistema de recolección de basura y aseo dentro y fuera del mercado. Situación que perjudica la imagen y salubridad de sus habitantes, comerciantes y el entorno.
7. En el mercado nº2, no existe una adecuada organización de zonas de comercio y las áreas de ventas, teniendo el comercio mayorista unificado con el minorista.
8. Se evidencia la falta de mobiliarios adecuados, módulos frigos para los puestos de ventas minoristas.
9. No existen áreas de almacenamientos de productos para los comerciantes mayoristas. Situación que provoca un colapso en cada puesto de transferencia al no tener donde almacenar cantidades de productos.
10. Según en el diagnóstico realizado, se evidencia que las tiendas de expendios que actualmente forman parte de la infraestructura del mercado se encuentran en malas condiciones, desde el punto de vista estructural y estético.

11. Según lo observado en el estudio de campo. Se evidencia que no existe un correcto sistema de seguridad interna y externa al mercado municipal n°2 de Portoviejo, donde la delincuencia se hace presente intimidando a los comerciantes y habitantes del sector.
12. Existe un mal funcionamiento del sistema hidrosanitario, donde las instalaciones de desagües y aguas lluvias se encuentran colapsadas, actualmente existe un sistema improvisado sin ningún criterio en cuanto a normas técnicas.
13. Según lo observado en la investigación en sitio, hay presencia de comerciantes informales que instalan sus puestos de ventas dentro y fuera del mercado de manera provisional y desorganizada, generando obstáculos y conflictos de circulación, especialmente los fines de semanas donde el auge comercial es muy alto.
14. No se posee una adecuada administración y manejo del actual mercado n°2 por factores anteriormente expuestos.
15. Existe una incompatibilidad de los tipos de comercios que se desarrolla dentro del mercado, donde el comercio minorista genera cruces de circulación, interrumpiendo la actividad de transferencia a grande escala de productos varios del comercio mayoristas.
16. Según los datos obtenidos en las encuestas realizada, tanto los comerciantes como los habitantes manifiestan claramente que la infraestructura del mercado municipal n°2 se encuentra en pésimas condiciones, argumentando que se necesita una readecuación para mejorar la calidad de servicio y de confort.

2.7.2. Recomendaciones.

1. Se sugiere que aquellas actividades que se desarrollan en el actual mercado n°2 tiendan a conservar una actividad comercial minorista puesto que una mayorista entorpecería el tránsito vehicular y provocaría conflictos de accesibilidad.
2. En función al análisis y datos obtenidos se recomienda mantener un solo tipo de comercio, que en este caso sea el minorista y que el mayorista no forme parte de este entorno y/o espacio por la dificultad de accesibilidad que se da en el sector donde se ubica el mercado.
3. Analizando lo expuesto por los comerciantes, se sugiere que se mantenga el apoyo al comerciante local que utiliza esta infraestructura para realizar sus actividades, se los capacite continuamente para mejorar el uso del mercado, desarrollo comercial y la economía del sector.
4. Se recomienda mejorar la infraestructura del mercado municipal n° 2 de Portoviejo y su entorno para potenciar la dinámica comercial del sector.
5. Según la conclusión expuesta, se recomienda una intervención de aspecto físico-espacial del mercado municipal n°2 de Portoviejo y su entorno. Esto generara mayor aceptación e incentivará a los habitantes a concurrir más a esta infraestructura comercial.
6. Se sugiere ante el mal sistema de recolección de basura y aseo dentro y fuera del mercado argumentada por los comerciantes, se debe establecer políticas de recolección y que se hagan cumplir una normativa que es la recaudación de la basura en espacios donde existe una masiva cantidad de desechos.

7. Analizando la conclusión mencionada, se recomienda una urgente reorganización de los espacios por zonas, y se restrinja el comercio minorista del mayorista, para evitar un cruce de actividades incompatibles.
8. Ante esta conclusión expuesta. Se recomienda proveer todo tipo de mobiliarios acorde a la actividad que desarrolle el comerciante minoristas es sus puestos de ventas.
9. Se recomienda implementar de manera estratégica dentro del mercado, áreas específicas que cumplan la función de almacenamiento de productos para aquellos comerciantes mayoristas que requieren de este espacio indispensable.
10. Se sugiere una intervención emergente que tienda a verificar el verdadero estado estructural para con ello concluir si habrá que realizar una restructuración parcial o total.
11. Ante esta conclusión. Se sugiere de manera urgente aumentar el personal de seguridad, además de implementar un sistema de control por videocámara que permita monitorear lo que acontece en el mercado y su entorno.
12. Se sugiere de manera indispensable y de forma inmediata, la implementación de un correcto sistema hidrosantiario que cumpla con lo especificado en las normas técnicas de la construcción, para mejorar la sanidad, la salubridad, y el bienestar de todos aquellos que se encuentran formando parte de la actividad comercial como de los usuarios actores y veedores,
13. Se recomienda establecer un plan de integración en donde obliguen y se den las facilidades a estos comerciantes de acceder a puestos de ventas fijo bien planificados, que permita anular el comercio informal y/o provisional inadecuado dentro del mercado y su entorno.

14. Se sugiere una intervención más profesional dentro del área administrativa que gestione mejor la funcionalidad del mercado n°2.
15. según la encuesta realizada, el 61% de los comerciantes mayoristas expresan, que en caso de una reubicación, ellos si se desplazarían a una nueva infraestructura. Por tanto, se recomienda implementar un nuevo espacio físico para el uso exclusivo del comercio mayorista.
16. Analizando lo investigado y según expresan los actores que intervienen en este estudio, se recomienda de una readecuación del mercado municipal n°2, dotando de una infraestructura moderna tal es el caso de una plaza comercial minorista. Esto beneficiaría a la población y repotenciaría la dinámica comercial de este importante sector de la ciudad de Portoviejo.

CAPÍTULO III.

3. Propuesta.

3.1. Prognosis del proyecto.

En nuestro estudio nos da como resultado establecer 2 tipo de propuesta, siendo la primera que se debería readecuar la infraestructura actual del mercado municipal n°2, con la particularidad de que funcione únicamente para la actividad comercial minorista, pretendiendo crear un centro de comercio integrado o conocido como mercado municipal moderno.

Además es necesario implementar un espacio físico exclusivo para los comerciantes mayoristas, que cumpla con ciertos factores prescindibles como de accesibilidad, riesgo, y el más importante que es el área necesaria en donde puedan realizar sus actividades de manera fluida y sin incidente alguno. Esto se da por la carencia de equipamiento de esta tipología en la ciudad, que brinde confort y este apto para realizar la actividad comercial pertinente.

Esta medida a acoger tiene influencias en varios aspectos dentro del área de estudio, una de las más importantes está relacionado con organizar de mejor manera el comercio por zonas estratégicas. Además de descongestionar la gran afluencia vehículos pesados, públicos y livianos que se da actualmente hacia el interior del área de estudio y que por su ubicación genera conflictos antes expuestos.

3.2. Formulación de alternativas para la propuesta.

Respecto a la formulación de las alternativas, se debe considerar estos aspectos, que bajo un análisis y selección nos servirán para definir nuestra propuesta.

3.3 Determinación de la propuesta a establecer.

Para poder establecer la alternativa de propuesta, se tuvo que basarse en los resultados obtenidos de las encuestas realizadas en campo y al diagnóstico, cuyo fin es de proyectar 2 propuesta arquitectónicas de tipología comercial, que cumpla con todos los requerimientos y normativas.

3.3.1. Propuesta 1 (Readecuación del mercado municipal n°2 de Portoviejo).

Basándonos en los resultados de nuestra investigación, el mercado actual debería permanecer en dicha ubicación actual, para repotenciarlo e integrar de manera organizada un porcentaje importante de comerciantes minorista en dicho equipamiento, cabe recalcar que existe una tendencia moderna y muchos tipos de mercados, donde se establecerá el tipo de mercado minorista local.

3.3.2. Propuesta 2 (Mercado Mayorista).

Teniendo en cuenta los resultados obtenidos, se requiere la creación de un Mercado Mayorista, cuyo proceso de diseño se debe cumplir con todas las normativas técnicas y de construcción, con buena organización de los espacios y una acorde relación entre zonas, con un aspecto formal acorde a la tipología, no haya riesgo y cumpla con la vialidad y accesibilidad.

3.4. Análisis de las alternativas de terreno para la implementación de la propuesta.

A continuación se realizara el análisis respectivo de los terrenos con la finalidad de elegir la mejor alternativa para desarrollar la propuesta, donde se tomará en cuenta las ventajas y desventajas, y con ellos seleccionar una.

3.4.1. Alternativa de terreno para readecuar el actual mercado n°2 de Portoviejo.

Como ya se lo ha expuesto anteriormente, por ser una readecuación, omitiremos el análisis del terreno, puesto que se desarrollara la propuesta sobre el mismo terreno del actual mercado municipal n°2 de la ciudad.



Gráfico No. 137. Mapa satelital de la ubicación actual del mercado n°2 de la ciudad de Portoviejo, Provincia de Manabí; República del Ecuador. Fotografía realizada por los autores de este análisis de caso. (2019).



Gráfico No. 138. Vista de campo, del mercado municipal n°2 de Portoviejo, Provincia de Manabí; República del Ecuador. Fotografía realizada por los autores de este análisis de caso. (2019).

3.4.2. Alternativas de terrenos para el nuevo Mercado Mayorista de Portoviejo.

Uno de los factores importantes para lograr una propuesta viable, es la ubicación y característica adecuada del terreno, por tanto exponemos a continuación dos alternativas tentativas de lotes con una superficie generosa, que podrían ser útil para nuestra propuesta arquitectónica.



Gráfico No. 139. Vista satelital de la alternativa de terreno 1 para el nuevo Mercado Mayorista de la ciudad de Portoviejo. República del Ecuador. Fotografía realizada por los autores de este análisis de caso. (2019).



Gráfico No. 140. Vista de campo, terreno alternativa 1. Ciudad de Portoviejo. República del Ecuador. Fotografía realizada por los autores de este análisis de caso. (27, julio, 2019).



Gráfico No. 141. Vista de campo, terreno alternativa 1. Ciudad de Portoviejo. República del Ecuador. Fotografía realizada por los autores de este análisis de caso. (27, julio, 2019).



Gráfico No. 142. Vista satelital de la alternativa de terreno 2 para el nuevo Mercado Mayorista de la ciudad de Portoviejo. República del Ecuador. Fotografía realizada por los autores de este análisis de caso. (2019).



Gráfico No. 143. Vista de campo, terreno alternativa 2. Ciudad de Portoviejo. República del Ecuador. Fotografía realizada por los autores de este análisis de caso. (27, julio, 2019).



Gráfico No. 144. Vista de campo, terreno alternativa 2. Ciudad de Portoviejo. República del Ecuador. Fotografía realizada por los autores de este análisis de caso. (27, julio, 2019).

ALTERNATIVA 1	
	
VENTAJAS	DESVENTAJAS
ACCESO PARA TRANSPORTE DE VEHICULO PESADO	PROPIEDAD PRIVADA
ÁREA ACEPTABLE	USO DE SUELO RESIDENCIAL
SERVICIOS BÁSICOS	CERCA A REGISTRO CIVIL
VÍA EN EXCELENTES CONDICIONES Y COMUNICACIÓN RÁPIDA	COSTO DE TERRENO ELEVADO
TRANSPORTE URBANO	COMERCIO RESTRINGIDO

Gráfico No. 145. Imagen del cuadro de ventajas y desventajas de alternativa de terreno 1. Ciudad de Portoviejo. República del Ecuador. Realizado por los autores de este análisis de caso (2019).

ALTERNATIVA 2	
	
VENTAJAS	DESVENTAJAS
ACCESO PARA TRANSPORTE DE VEHICULO PESADO	PROPIEDAD PRIVADA
ÁREA SUFICIENTE	RESIDENCIA DE BAJA DENSIDAD
TRANSPORTE URBANO	
VÍA EN EXCELENTES CONDICIONES Y COMUNICACIÓN RÁPIDA	
HAY ENERGIA ELÉCTRICA	
HAY AGUA POTABLE	
COSTO DEL TERRENO ACCESIBLE	
USO DE SUELO INDUSTRIAL - COMERCIAL	
RECOLECCIÓN DE BASURA	

Gráfico No. 146. Imagen del cuadro de ventajas y desventajas de alternativa de terreno 2. Ciudad de Portoviejo. República del Ecuador. Realizado por los autores de este análisis de caso (2019).

3.5. Selección de alternativas.

Luego de realizar el análisis de las ventajas y desventajas de cada terreno, la alternativa 2 es la opción previamente escogida para realizar el proyecto del nuevo Mercado Mayorista de Portoviejo y por consiguiente se deberá hacer el estudio preliminar de factibilidad del terreno.

La razón por la que decidimos implantar nuestro proyecto sobre esta alternativa es porque se encuentra en una zona muy conservada, de uso de suelo compatible, considerando que el terreno está ubicado en una posición estratégica dentro del área a futura consolidación comercial.



Gráfico No. 147. Vista satelital de la alternativa de terreno escogida para el nuevo Mercado Mayorista de la ciudad de Portoviejo. República del Ecuador. Realizado por los autores de este análisis de caso. (2019).

En la imagen se muestra en donde está localizada el área determinada para realizar el proyecto, donde se pudo conocer que es factible para nuestro proyecto a proponer, se realizará otros análisis puntuales:

Dimensiones del terreno.

Este terreno tiene una superficie importante de 5.12 has, cuya área permitirá resolver de buena manera el desarrollo del proyecto. Teniendo las siguientes medidas:

Frente: 406.38 m.

Posterior: 403.50 m.

Lateral derecha: 457.80 m.

Lateral izquierda: 472.12 m.

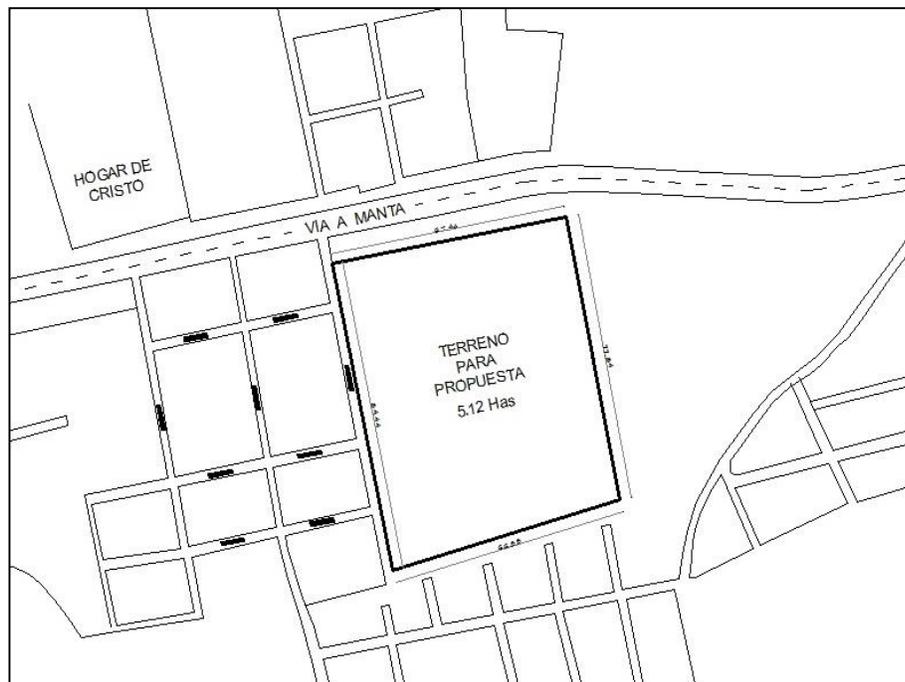


Gráfico No. 149. Área del terreno para el nuevo Mercado Mayorista de la ciudad de Portoviejo. República del Ecuador. Realizado por los autores de este análisis de caso. (2019).

3.5.2. Análisis de Sitio.

Topografía.

El terreno cuenta con 3 frentes ingresando por el paso lateral, como vía principal, este predio encuentra a un nivel de N+0.00. La forma del terreno es regular.

Entorno y Distancias Aproximadas.

En el entorno donde se sitúa el terreno, existen variedades de equipamiento urbano, tomando como referencia un radio de 1km, donde se menciona los siguientes:

- Gasolinera Coactur. a 911,80m.
- Subestación Eléctrica Portoviejo. a 791,35m.
- Porto vial. a 725,85m.
- Gasolinera Shell. a 544,34m.
- Gasolinera Primax. a 544,34m.
- Fundación Hogar de Cristo. a 318,65m.

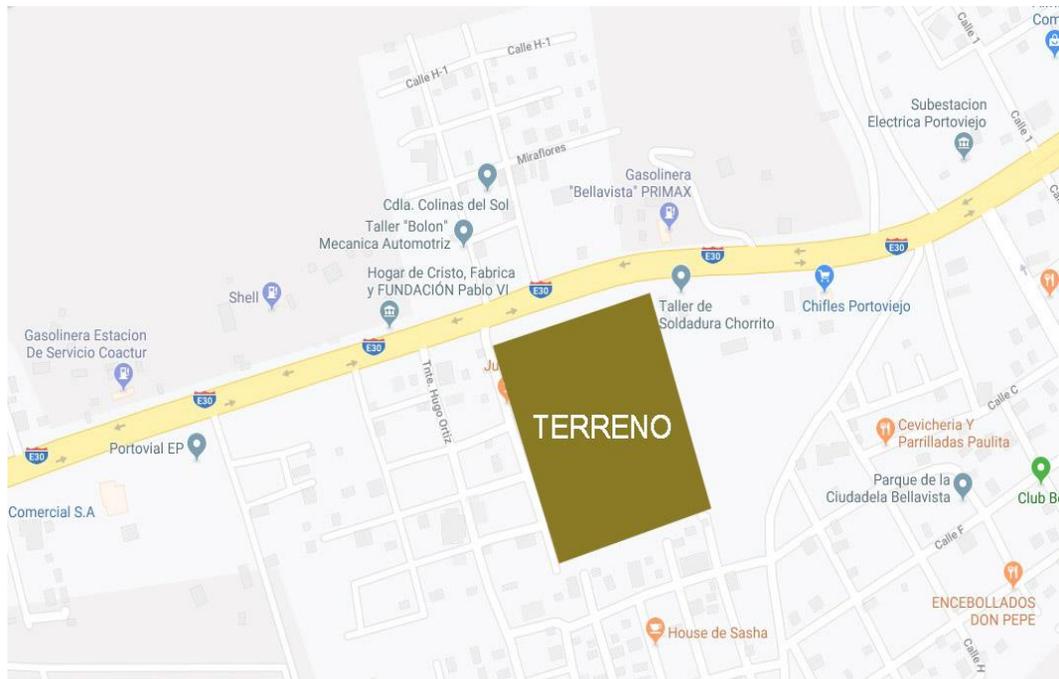


Gráfico No. 150. Equipamiento Urbano entorno al terreno para el nuevo Mercado Mayorista de la ciudad de Portoviejo. República del Ecuador. Realizado por los autores de este análisis de caso. (2019).

Vegetación.

Por la zona donde se encuentra establecida el terreno, hay la presencia de poca vegetación de corta altura, esto se da por el desarrollo habitacional y comercial en el sector, predominando el paisaje artificial.

Clima.

El clima en el casco céntrico de Portoviejo, se caracteriza por ser subtropical húmedo, que en la zona de la ubicación del predio, se pueden obtener los siguientes datos etimológicos.

- Temperatura máxima. 26° C.
- Temperatura mínima. 20° C.
- Humedad máxima. 60%.
- Humedad mínima. 20%.
- Vientos. 11 km/hr.
- Asoleamiento. Parcialmente Asoleado.

Vientos.

Respecto a los vientos en el sector donde se ubica el terreno, van en dirección de NO a SE, mientras que los vientos leves van de O a E. Este dato se tiene que tomar en cuenta al momento de diseñar, por motivo de los olores que se van a generar en el proyecto comercial-industrial.

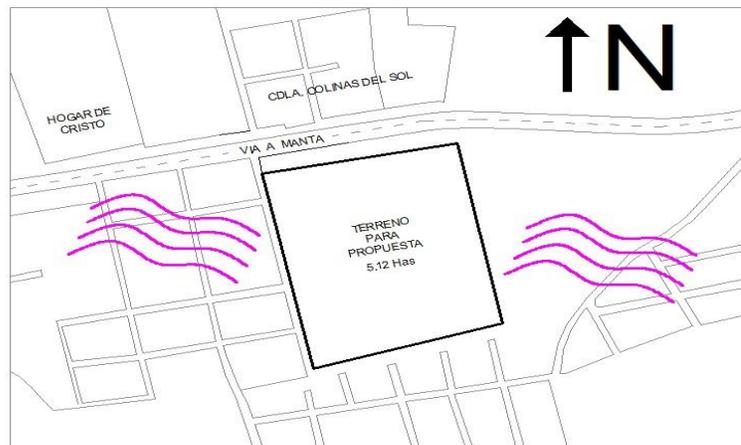


Gráfico No. 151. Vientos. Ciudad de Portoviejo. República del Ecuador. Realizado por los autores de este análisis de caso. (2019).

Asoleamiento.

Observamos que el área de incidencia solar afecta la parte lateral derecha en las mañanas, y por las tardes la parte lateral izquierda, esto nos da una pauta que de acuerdo a nuestros beneficios, zonifiquemos aprovechando el sol de la mañana en nuestro proyecto.

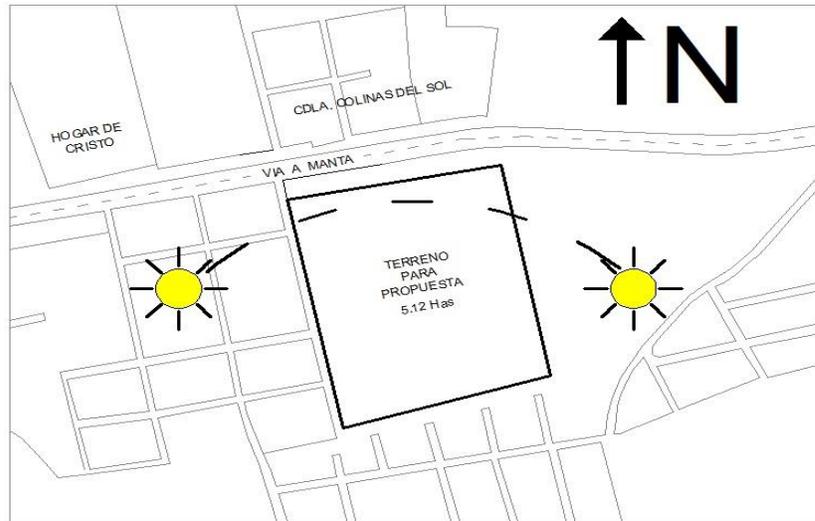


Gráfico No. 152. Asoleamiento. Ciudad de Portoviejo. República del Ecuador. Realizado por los autores de este análisis de caso. (2019).

Ruidos.

Al no encontrarse cerca de la arteria vial principal, la incidencia de ruidos es moderada, debido a que existe influencia vehicular pero no de manera directa, tampoco hay la presencia de otros factores que generen ruido permanente.

3.5.3. Zonificación y Uso del Suelo.

En el sector donde se encuentra el terreno, se ha hecho un análisis de zonificación y uso del suelo obteniendo como resultado que predomina el uso de suelo Industrial y Comercial, pero se evidencia otras actividades en pleno desarrollo como es el habitacional.

NOMBRE DE USO DE SUELO VIGENTE: Comercio zonal	GRAFICO PREDIAL Y CÓDIGO DE USO DE SUELO ESTABLE 
CÓDIGO DE USO DE SUELO: CZ	
EL PRESENTE USO DE SUELO ESTÁ REGULADO POR: Libro 2 - Componente Territorial, Título V "REGLAMENACION DEL AREA URBANA Y RURAL DEL CANTON PORTOVIEJO", Capitulo II "De los Usos de Suelo", Seccion II "Aprovechamiento del Suelo"	
USO PRINCIPAL	Comercio Zonal: Mercados, centros comerciales, almacenes de comestibles, Funerarias, sala de velación, Almacenes Articulos para el hogar, imprentas, Oficinas profesionales, hoteles, restaurantes, agencias bancarias, agencias de viajes, financieras, micros mercados, bares, licorerías, Bodegas de abastos, ferreterías, materiales eléctricos, vidrierías v pinturas.
USO COMPATIBLE	Comercio barrial: Tiendas de barrio, camicerías, farmacias, bazares, papelerías, salones de belleza, peluquerías, lavanderías, sastrerías, tintorerías, zapaterías, ioverías v relojerías.

Gráfico No. 153. Uso del Suelo Vigente. Ciudad de Portoviejo. República del Ecuador. Tomado del Informe de Regulación Urbana/Rural y Riesgo (IRRUR) del GAD municipal de Portoviejo. 2019. p.2.

3.5.4. Vialidad.

El terreno analizado se encuentra intersectada por una vía principal de acceso, cuyas condiciones son las mejores, con calzada artificial en excelente estado, pero sin aceras ni bordillos, por lo que la velocidad promedio de circulación es de 60 a 80 km/hr, teniendo un flujo vehicular elevado. Cabe recalcar que existen vías alternas pero que no tendría mayor incidencia, ya que el frente del terreno da a la vía principal Manta-Portoviejo, teniendo mucha circulación desde transportes urbanos hasta pesados, semi pesados y livianos.

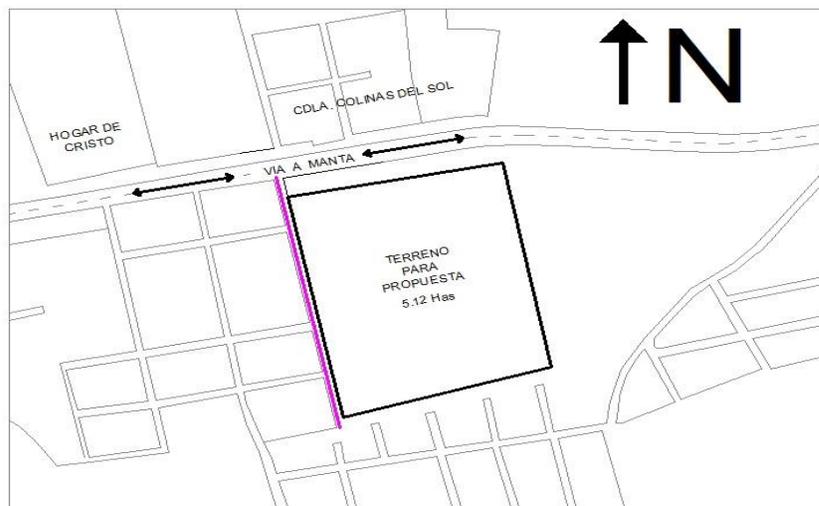


Gráfico No. 154. Vías de acceso al terreno escogido. Ciudad de Portoviejo. República del Ecuador. Realizado por los autores de este análisis de caso. (2019).

← Vía principal (Primaria) — Vía de Acceso al terreno

Plan de movilidad.

A continuación se realizara el siguiente análisis de movilidad, para acceder al terreno pensando en el trazado vial, estableciendo nuevos diseño y sentidos viales según las normas.

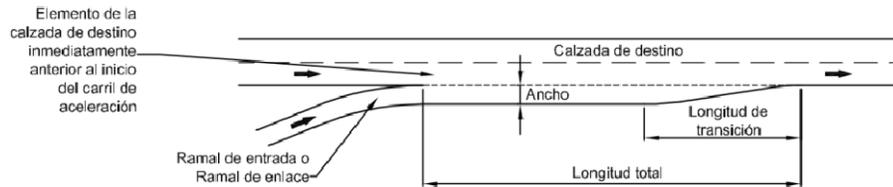


Gráfico No. 155. Esquema de carriles de aceleración. República del Ecuador. Tomado de la Norma Ecuatoriana Vial NEVI-12-MOTP. (2013). p. 155.

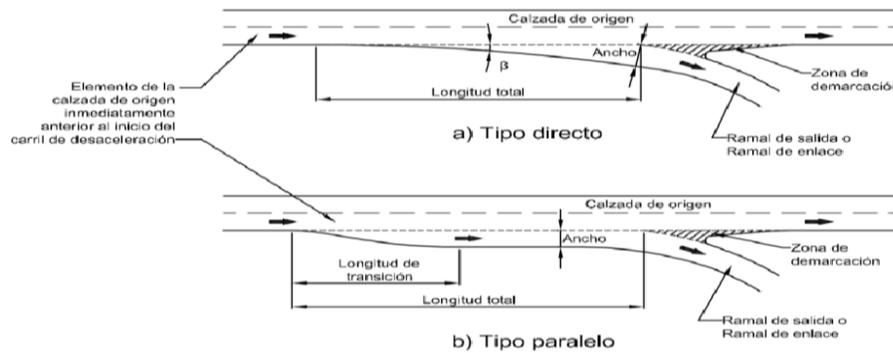


Gráfico No. 156. Esquema de canalización para giros. República del Ecuador. Tomado de la Norma Ecuatoriana Vial NEVI-12-MOTP. (2013). p. 158.

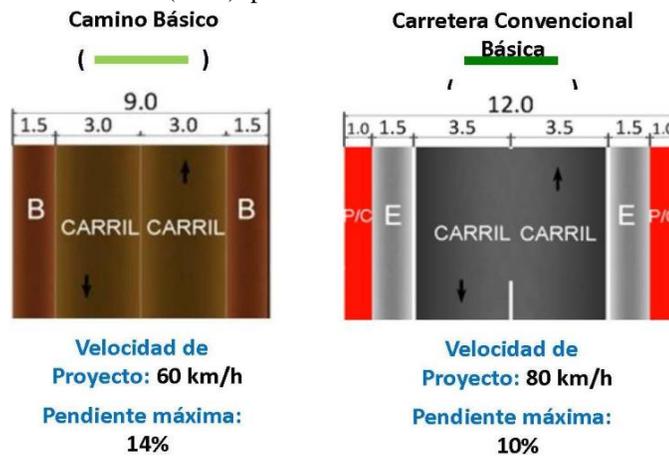


Gráfico No. 157. Esquema de vía de acceso al terreno a proyectarse. República del Ecuador. Tomado de la Norma Ecuatoriana Vial NEVI-12-MOTP. (2013). p. 65.

Para este plan de movilidad, se planteara vías exclusivas de ingreso y salida de vehículos hasta el sitio con esquemas de aceleración y desaceleración, con el propósito de dar fluidez y evitar cruces de circulación, tal cual lo dictaminan las normas

3.5.5. Zona de riesgo.

El terreno en la actualidad presenta una zona despejada, no existe presencia de quebradas, pero sí de unas colinas que no se considera de alto riesgo, por lo que el terreno no está propenso a inundaciones, salvo en ocasiones en época de inviernos agresivos.



Gráfico No. 158. Sección Gestión de Riesgo de la alternativa de terreno. Ciudad de Portoviejo. República del Ecuador. Tomado del Informe de Regulación Urbana/Rural y Riesgo (IRRUR) del GAD municipal de Portoviejo. 2019. p.3.

3.5.6. Infraestructura urbana.

El terreno en estudio al momento cuenta con energía eléctrica, agua potable, línea telefónica, internet, pero no con los demás servicios básicos y sus complementos (alcantarillado, aceras, bordillos, pavimento).

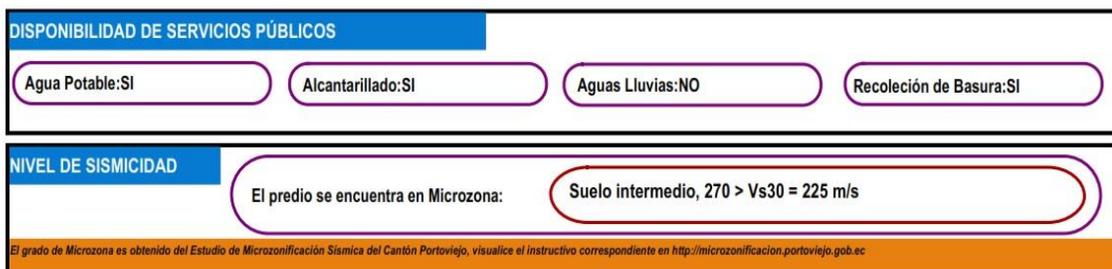


Gráfico No. 159. Servicios Básicos de la alternativa de terreno. Ciudad de Portoviejo. República del Ecuador. Tomado del Informe de Regulación Urbana/Rural y Riesgo (IRRUR) del GAD municipal de Portoviejo. 2019. p.3.

3.6. Conclusión del estudio preliminar.

De esta forma y en base al estudio realizado se puede concluir que la puesta en marcha de un Mercado mayorista así como el de los minoristas son factible y viable, en donde se podrá realizar mejor la actividad comercial y de manera organizada.

Como parte final de estudio preliminar del terreno hemos considerado que el mismo tiene mucho potencial que funcione de buena manera un Mercado Mayorista por todo lo argumentando anteriormente. Siendo este un factor positivo en base al desarrollo industrial compatible con la función que se cumplirá, de esta manera se implementara una nueva actividad comercial en la zona con fines de desarrollo. Cabe recalcar que de esta alternativa terreno en lo que respecta a suelo, ya ha sido intervenida como un mejoramiento y cambio de suelo en su totalidad ya que años atrás se estableció una gran empresa y fabrica a la vez de “INABRONCO”.

3.7. Tipo de arquitectura a emplear.

Por el uso que brindará a los habitantes del sector, este proyecto será de tipo Comercial, debido a que posee características como:

- Utilización de grandes áreas ocupacionales para un uso específico o para varios usos.
- Utilización de Grandes alturas (doble altura).
- Capacidad para albergar grandes cantidades de productos.

Descripción de proyecto a realizar y su ambiente.

Este tipo de proyecto debe de ser funcional, tomando en cuenta que este mismo se deberá dividir en su estructuración dándole jerarquía, además de darle características que definan su uso y utilidad. No obstante, es importante crear áreas las cuales por su uso particular, son de vital importancia para que funcione adecuadamente el proyecto.

Como se ha mencionado, la estructuración de necesidades dentro del proyecto se dividirá, por motivo de una mejor utilización del espacio, por lo que se encontrara a continuación el cuadro de descripción de áreas de un mercado municipal mayorista, de igual manera las áreas necesarias para rediseñar el actual mercado.

MERCADO MINORISTA

PROGRAMA ARQUITECTONICO

Con los datos de una investigación previa se procede a elaborar una lista de necesidades con la cual se prepara el programa arquitectónico.

Zona exterior

Plaza de acceso/tiangulis
Estacionamiento

Zona de administración

Secretaría y sala de espera
Privado administrador
Contabilidad y control
Servicio sanitario

Zona de locales

Carnicería, pescadería y pollería
Abarrotes
Lácteos y salchichonería
Verduras y frutas

Zona de pasaje

Zapaterías
Telas y ropa
Mercería y bonetería
Alfarería y cristales
Flores y plantas

Zona de alimentos

Fondas
Loncherías y jugos
Tortillerías
Barbacoa

Zona de servicios

Patio de maniobras
Patio de basura
Bodega
Frigorífico
Preparación y lavado
Baños y sanitarios para locatarios y empleados
Sanitarios públicos para hombres y mujeres
Cuarto de máquinas y mantenimiento
Comedor de empleados

MERCADO MAROYISTA

PROGRAMA ARQUITECTONICO

Zona exterior

Plaza de acceso
Estacionamiento

Zona administrativa

Secretaría
Administración
Sala de juntas

Zona de locales comerciales

Area húmeda

Verduras y frutas
Pescadería y pollería
Cremaría
Carnicería
Flores
Visceras

Area semihúmeda

Abarrotes
Herbolaría
Huevo
Mole y chiles
Granos y semillas
Alimento de animales
Tortillería
Dulces
Molino de café
Productos naturistas

Area seca

Ropa y calzado
Telas y blancos
Mercería, juguetería, papelería, etc.
Reparación de calzado
Reparación de aparatos eléctricos, cerrajería, tlapalería, etc.
Discos, cintas, video, perfumería, etc.
Artesanías, bonetería, loza y cristalería, periódicos y revistas

Area de alimentos

Fondas
Antojitos
Barbacoa
Jugos y licuados
Mariscos
Palettería

Zona de servicios

Sanitarios para hombres y mujeres
Lavado
Cuarto de máquinas
Patio de maniobras
Andén de carga y descarga
Basura
Bodega de refrigeración
Bodega de productos que no requieran refrigeración

Gráfico No. 160. Programa Arquitectónico de un Mercado Municipal Minorista y Mayorista. Tomado de la enciclopedia de Arquitectura Plazola. Volumen 7. (1990).

3.8. Desarrollo de la propuesta.

3.8.1. Readecuación del Mercado N°2 de Portoviejo.

Zonificación General.

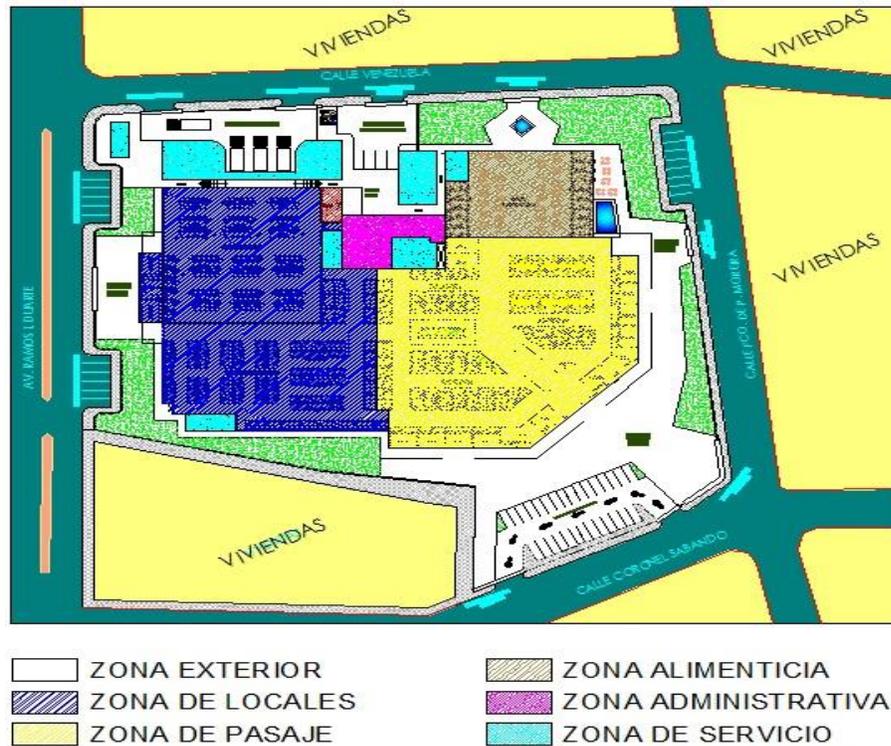


Gráfico No. 161. Zonificación del nuevo Mercado Municipal Minorista n°2 de Portoviejo. República del Ecuador. Fotografía realizada por los autores de este análisis de caso. (2019).

3.8.1.1. Aspecto Funcional.

De acuerdo al análisis de campo que se realizó en el actual mercado numero n°2 de Portoviejo, donde que debemos readecuar el mercado. Con el propósito de aprovechar los recursos de la mejor manera hemos decidido implantar el proyecto arquitectónico en el terreno donde se encuentra ubicado el actual mercado parroquial. Sobre parte del cual actualmente se cuenta con área suficiente para una ampliación y es idóneo para implantar.

Respetando cada una de las normativas existentes para este tipo de edificatorias así como las normativas municipales, el proyecto a establecerse será ejecutado en una

sola planta, adaptándose a las tendencias internacionales en cuantos a mercados modernos, que es de agrupar en un solo edificio todo el comercio, con grandes espacios de circulación, alturas, y buena organización por actividad.

Este equipamiento de carácter comercial, tendrás grandes plazas de accesos, ingresos debidamente identificados, un hall central en donde nos permita distribuirnos a las demás zonas con facilidad, pasillos de circulación amplios, acogiendo cerca de 250 comerciantes minoristas aproximadamente. Respecto a la distribución y relación entre zonas y áreas, se toma como referencia los parámetros de funcionalidad de la enciclopedia de arquitectura Plazola.

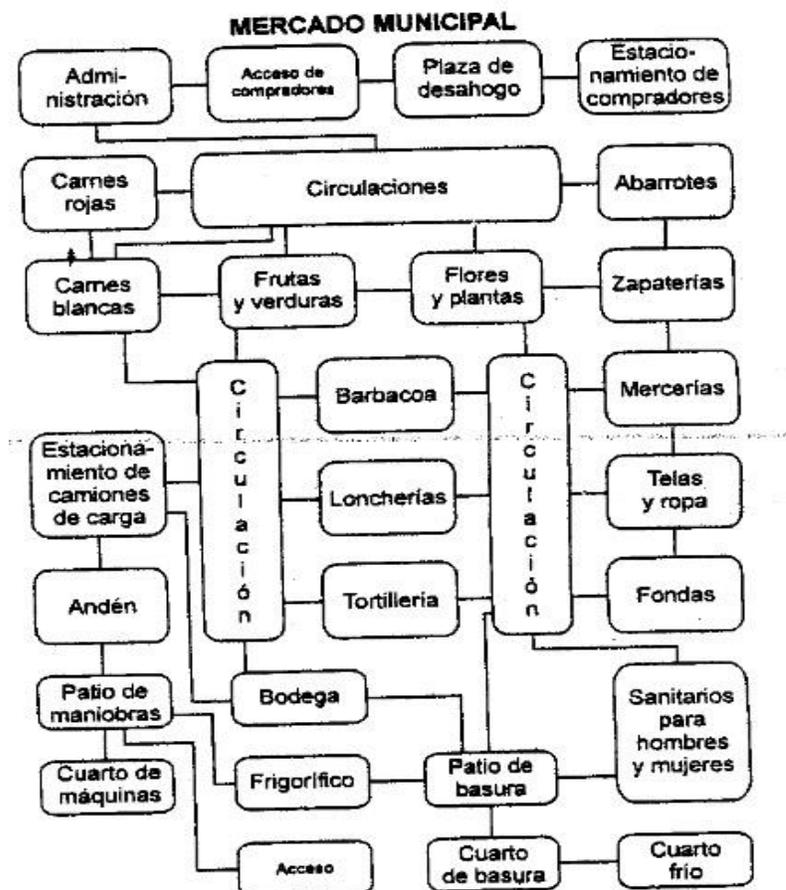


Gráfico No. 162. Organigrama de distribución de un Mercado Municipal Minorista. Tomado de la enciclopedia de Arquitectura Plazola. Volumen 7. (1990).

3.8.1.2. Aspecto formal.

El proyecto en general estará implantando en un solo elemento de volumen básico, pero los cuales a su vez la cubierta juega un papel fundamental para darle la tipología acorde de un mercado. Se proyecta juegos de volúmenes y grandes alturas para solventar de iluminación y ventilación natural. Se han utilizado materiales modernos los cuales han sido conjugados con formas tradicionales y otros elementos que han permitido llegar a obtener una forma agradable y armoniosa.

Los materiales que se han utilizado en las fachadas son de hormigón y estructura metálica, con el propósito de darle un realce en forma y en lo que respecta a la ventanería es de mallas metálicas para darle frescura al interior del edificio. Cabe recalcar que por la zona donde se encuentra, que es de alto peligro, se implementará cerramiento perimetral en todo el proyecto, para salvaguardar la integridad de los usuarios.



Gráfico No. 163. Fachada principal del nuevo Mercado Municipal Minorista n°2 de Portoviejo. República del Ecuador. Fotografía realizada por los autores de este análisis de caso. (2019).



Gráfico No. 164. Fachada principal del nuevo Mercado Municipal Minorista n°2 de Portoviejo. República del Ecuador. Fotografía realizada por los autores de este análisis de caso. (2019).



Gráfico No. 165. Vista exterior del nuevo Mercado Municipal Minorista n°2 de Portoviejo. República del Ecuador. Fotografía realizada por los autores de este análisis de caso. (2019).



Gráfico No. 166. Vista exterior del nuevo Mercado Municipal Minorista n°2 de Portoviejo. República del Ecuador. Fotografía realizada por los autores de este análisis de caso. (2019).



Gráfico No. 167. Vista exterior del nuevo Mercado Municipal Minorista n°2 de Portoviejo. República del Ecuador. Fotografía realizada por los autores de este análisis de caso. (2019).



Gráfico No. 168. Vista exterior del nuevo Mercado Municipal Minorista n°2 de Portoviejo. República del Ecuador. Fotografía realizada por los autores de este análisis de caso. (2019).

3.8.1.3. Presupuesto Referencial.

Para la realización de este presupuesto referencial, se logró tener colaboración de parte de profesionales, que nos han guiado con su experiencia sobre este tipo de edificación comercial.

READECUACIÓN DEL MERCADO N°2 DE PORTOVIEJO				
DESCRIPCIÓN	UNIDAD	AREA	VALOR M2	VALOR TOTAL
MERCADO	M2	14200	\$ 733,75	\$ 10.419.250,00
			VALOR TOTAL	\$ 10.419.250,00

Gráfico No. 169. Presupuesto referencial del nuevo Mercado Municipal Minorista n°2 de Portoviejo. República del Ecuador. Fotografía realizada por los autores de este análisis de caso. (2019).

ANEXOS

BIBLIOGRAFIA.

1. Cantos, P. y López, J. (2011). Diseño de un complejo industrial de productos cárnicos y lácteos, para los cantones Santa Ana, 24 de Mayo y Olmedo. República del Ecuador: Tesis no publicada, Universidad Particular San Gregorio de Portoviejo.
2. Cantos, F. y Saltos, J. (2014). Red de centros comerciales populares para el casco céntrico de Portoviejo. República del Ecuador: Tesis no publicada, Universidad Particular San Gregorio de Portoviejo.
3. Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Portoviejo. (2011). Programa de ordenamiento físico-espacial del área urbana de la ciudad de Portoviejo. Manabí, República del Ecuador: Información proporcionada por el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Portoviejo. Departamento de planificación.
4. Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Alajuela. (2011). Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Alajuela. Manabí, República del Ecuador: Información proporcionada por Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Alajuela. Departamento de planificación.
5. Martin, J. y Beerli, A. (1995). Importancia de la eficacia publicitaria para las agencias de publicidad españolas”, Esic-Market, Vol. 90, 4°.
6. Mendoza Francisco y Linzán María. (23, junio, 2019). [Amador Eduardo, Administrador de T.T.V: Descripción y antecedentes de la Terminal de Transferencia de Víveres Montebello, ciudad de Guayaquil]. Grabación en audio.
7. Mendoza Francisco y Linzán María. (24, junio, 2019). [Garzón Giovanni, Administrador del Mercado Mayorista El Arenal: Descripción y antecedentes del Mercado El Arenal, ciudad de Cuenca]. Grabación en audio.
8. Mendoza Francisco y Linzán María. (10, julio, 2019). [Franco Wilson, Presidente de la asociación de comerciantes El Madrugador: Descripción y antecedentes del Mercado El Madrugador, ciudad de Manta]. Grabación en audio.
9. Plazola, A. (1998). Enciclopedia de Arquitectura Plazola, vol. 7. México. Plazola Editores y Noriega Editores.
10. Ponce, J. (2005). Comercio exterior: alternativas para Ecuador. República del Ecuador: Ediciones ABYA-YALA.
11. Valarezo, G. R., y Torres, V., H. (2004). El desarrollo local en el Ecuador. Historia, actores y métodos. Ciudad de Quito, República del Ecuador: Ediciones ABYA-YALA.

Sitio Web.

12. Alvarez, E. (2017). Reactivación del Mercado San Roque de Cumbayá. Universidad Internacional del Ecuador. República del Ecuador: Tesis Publicada. [En línea]. Consultado: [06, junio, 2019]. Disponible en: <https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/1957/1/T-UIDE-1474.pdf>.
13. Asamblea Nacional de la República del Ecuador (2018). Ley Orgánica Reformatoria a Ley Orgánica de Educación Superior. [En línea]. Consultado: [22, mayo, 2019]. Disponible en: <https://procuraduria.utpl.edu.ec/sitios/documentos/NormativasPublicas/LEY%20ORG%20C3%81NICA%20REFORMATORIA%20A%20LEY%20ORG%20C3%81NICA%20DE%20EDUCACI%20C3%93N%20SUPERIOR%2002-08-2018.pdf>.

14. Baros, M. (2017). Altares y tianguis: Una apología del espacio abierto en Sudamérica. Facultad de Arquitectura y Urbanismo / Centro de Estudios Árabes. Universidad de Chile. República de Chile. [En Línea]. Consultado: [06, junio, 2019]. Disponible en: <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/29819/1/1438-4284-3-PB.pdf>.
15. Consejo de Educación Superior, (2019). Reglamento del Régimen Académico. República del Ecuador. [En línea]. Consultado: [22, mayo, 2019]. Disponible en: http://desa.ces.gob.ec/doc/Reformas_Reglamentos/proyecto%20de%20reglamento%20de%20regimen%20academico.pdf.
16. Constitución Política del Ecuador. (2008). Constitución de la República del Ecuador. República del Ecuador. [En línea]. Consultado: [22, mayo, 2019]. Disponible en: <http://biblioteca.defensoria.gob.ec/bitstream/37000/823/1/Constituci%C3%B3n%20de%20la%20Rep%C3%ABlica%20del%20Ecuador%202008.pdf>.
17. Ecured. (2018). Provincia de Manabí, República del Ecuador. [En línea]. Consultado: [22, Mayo, 2019]. Disponible en: <https://www.ecured.cu/Portoviejo>. (Ecuador).
18. Eiseverywhere. [En línea]. Consultado: [14, julio, 2019]. Disponible en: <https://www.eiseverywhere.com/ehome/66286/127882/?&language=spa>.
19. Elguera, H. (2018). Estrategias de formulación de los mercados de abasto y su influencia en la sociedad y cultura. [En línea]. Consultado: [07, junio, 2019]. Disponible en: http://repositorio.ucal.edu.pe/bitstream/handle/ucal/241/2018_Art%C3%ADculo_I_V_Hernan-Rafael.pdf?sequence=4&isAllowed=y.
20. Frigeri, N. y Schuetz, G. (2016). La acción municipal en el abastecimiento de alimentos. En *Capítulo 3* (págs. 89-112). Quito. Republica del Ecuador: Editorial LA FAO. [En Línea]. Consultado: [09, junio, 2019]. Disponible en: http://www.fao.org/tempref/GI/Reserved/FTP_FaoRlc/old/prior/segalim/accalim/guamuni/pdf/cap3.pdf.
21. Guerrero, K. (2015). Mercados emblemáticos del D. M. De quito y su patrimonio alimentario: el caso del mercado santa clara e itinerario turístico cultural de la comuna santa clara de san millán. Universidad Central del Ecuador. República del Ecuador: Tesis Publicada. [En línea]. Consultado: [07, junio, 2019]. Disponible en: <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/6124/1/T-UCE-0009-515.pdf>.
22. Guerrero, G. y Pérez, M. (2014). Procedimiento para el proceso de Comercialización en cadenas de tiendas. [En línea]. Consultado: [06, junio, 2019] Disponible en: http://www.ceaamer.edu.mx/lecturas/administracion/4/plancomer/MOD_7_LECT_1_PROCEDIMIENTO_PARA_EL_PROCESO_DE_COMERCIALIZACION.pdf.
23. Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Portoviejo. (2011). Plan de Ordenamiento y Desarrollo Territorial. [En línea]. Consultado: [22, Mayo, 2019]. Disponible en <http://es.scribd.com/doc/109435932/Plan-de-Ordenamiento-y-Desarrollo-Territorial#scribd>.
24. Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Portoviejo. (2016). LA ORDENANZA DE CREACIÓN DE LA EMPRESA PÚBLICA MUNICIPAL DE MERCADOS Y CAMALES. Cantón Portoviejo, Provincia de Manabí, República del Ecuador. [En línea]. Consultado: [06, junio, 2019] Disponible en: <https://www.portomercados.gob.ec/site/descargas/lotaip/literal-a2/ordenanza-de-creaci%C3%B3n-de-portomercados-ep.pdf>.
25. Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Portoviejo. (1995), Ordenanza que reglamenta el funcionamiento de los mercados minoristas del cantón Portoviejo.

- Provincia de Manabí, República del Ecuador. [En línea]. Consultado: [06, junio, 2019] Disponible en: <https://www.portomercados.gob.ec/site/descargas/lotaip/literal-a2/ordenanza-de-funcionamiento-mercados-minoristas.pdf>.
26. Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Portoviejo. (2016), reglamento interno de funcionamiento de los mercados no. 1 y 2, mercados parroquiales y ferias libres del cantón Portoviejo, Provincia de Manabí, República del Ecuador. [En línea]. Consultado: [06, junio, 2019] Disponible en: <https://www.portomercados.gob.ec/site/descargas/lotaip/literal-a2/reglamento-de-mercados-1-y-2-m-parroquiales.pdf>
 27. Hernandez, A. (2017). Los mercados públicos: espacios urbanos en disputa. [En Línea]. Consultado: [24, mayo, 2019]. Disponible en: <http://www.scielo.org.mx/pdf/izta/v38n83/2007-9176-izta-38-83-00165.pdf>.
 28. Lafuente, F. (2010). Aspectos del comercio exterior. [En Línea]. Consultado: [09, junio, 2019]. Disponible en: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2010f/866/866.zip>.
 29. Morocho, J. (2014). “El impacto del Mercado de microcréditos productivos rurales y su incidencia en el desarrollo de los habitantes del cantón Portoviejo Provincia de Manabí, periodo 2006-2011”. Universidad de Guayaquil. República del Ecuador: Tesis publicada. [En línea]. Consultado: [09, Junio, 2019]. Disponible en: <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/6449/1/%E2%80%99CEL%20IMPACTO%20DEL%20MERCADO%20DE%20MICROCR%C3%89DITOS%20PRODUCTIVOS%20RURALES%20Y%20SU%20INCIDENCIA%20EN%20EL%20DESARROLLO%20DE%20.pdf>.
 30. Organización Mundial del Comercio. (2011). Antecedentes Históricos y Tendencias Actuales. [En Línea]. Consultado: [08, junio, 2019]. Disponible en: http://www.wto.org/spanish/res_s/booksp_s/anrep_s/wtr11-2b_s.pdf.
 31. Pérez, J. (2010). La Planificación Comercial. República de España: Universidad de Oviedo. [En Línea]. Consultado: [08, junio, 2019]. Disponible en: http://www.unioviedo.es/cecodet/MGUOT/docum/asignatura5/5_4_Master_Planificacion_Comercial.pdf.
 32. Sarasa, J. (2013). Equipamiento Comercial y Organización Territorial. [En Línea]. Consultado: [09, junio, 2019]. Disponible en: <http://digitum.um.es/xmlui/bitstream/10201/38461/1/equipamientocomercial.pdf>.