



**UNIVERSIDAD SAN GREGORIO DE PORTOVIEJO**

**MAESTRÍA EN ARQUITECTURA MENCIÓN PROYECTOS  
ARQUITECTÓNICOS Y URBANOS  
(SEGUNDA COHORTE)**

**ARTÍCULO ORIGINAL**

**TEMA:**

**“COMERCIO INFORMAL Y ESPACIO PÚBLICO EN LA VÍA DE  
PRIMER ORDEN DE LA CIUDAD DE MONTECRISTI DURANTE  
LOS ÚLTIMOS 20 AÑOS”**

**Autor:** Arq. Segundo Eugenio Delgado Zambrano

**Tutor:** Arq. Andrea Nataly Bonilla Ponce Mg.

**PORTOVIEJO – MANABÍ – ECUADOR**

**DICIEMBRE 2021**

## TABLA DE CONTENIDO

Resumen.....	4
Abstract.....	4
Introducción.....	5
Ciudad vs Arquitectos.....	7
Espacio Público.....	7
Informalidad comercial.....	8
Paisaje Urbano.....	9
Fundamentos Jurídicos.....	9
Metodología.....	9
Resultados.....	11
Discusión.....	20
Conclusiones.....	22
Bibliografía.....	24
Anexos.....	27

## Índice de Imágenes

Imagen 1.- Distribución de plazas comerciales (formales e informales) y no comerciales en la avenida Metropolitana en el año 2020. Elaboración propia. ....	6
Imagen 2.- Variaciones de usos de suelo en la avenida Metropolitana en los últimos 20 años. Fuente: Ficha de observación. Elaboración propia. ....	11
Imagen 3.- Tipo de puesto: temporalidad. Fuente: Ficha de observación. Elaboración propia....	13
Imagen 4.- Uso de suelo indiscriminado por locales comerciales Fuente: Ficha de observación. Elaboración propia. ....	14
Imagen 5.- Ocupación del espacio público de la avenida Metropolitana. Fuente: Ficha de observación. Elaboración propia.....	15
Imagen 6.- Tipo de puesto: ocupación del espacio público. Fuente: Ficha de observación. Elaboración propia. ....	16
Imagen 7.- Predios de la avenida Metropolitana año 2020. Fuente: Ficha de observación. Elaboración propia. ....	27
Imagen 8.- Plazas por predios. Fuente: Ficha de observación. Elaboración propia. ....	27
Imagen 9.- Temporalidad del comercio informal de la avenida Metropolitana. Fuente: Ficha de observación. Elaboración propia.....	28
Imagen 10.- Ocupación/tipo de espacio público de la avenida Metropolitana. Fuente: Ficha de observación. Elaboración propia.....	28
Imagen 11.- Tipo de puesto/ temporalidad. Fuente: Ficha de observación. Elaboración propia..	29
Imagen 12.- Categoría tipo de puesto/ocupación del espacio público. Fuente: Ficha de observación. Elaboración propia. ....	29
Imagen 13.- Mapa de calor temporalidad crecimiento comercio formal. Fuente: Ficha de observación. Elaboración propia.....	30
Imagen 14.- Mapa de calor temporalidad crecimiento comercio informal. Fuente: Ficha de observación. Elaboración propia.....	30
Imagen 15.- Mapa de calor concentración de comercio formal. Fuente: Ficha de observación. Elaboración propia. ....	31
Imagen 16.- Mapa de calor concentración de comercio informal. Fuente: Ficha de observación. Elaboración propia. ....	31
Imagen 17.- Mapa de calor ocupación del espacio público comercio formal e informal. Fuente: Ficha de observación. Elaboración propia. ....	32

## Índice de Tablas

Tabla 1.- Variaciones de uso de suelo en avenida Metropolitana en los últimos 20 años. Fuente: Fichas de observación. Elaboración propia .....	12
Tabla 2.- Temporalidad de comerciantes informales avenida Metropolitana. Fuente: Encuesta de investigación, elaboración propia. ....	18
Tabla 3.- Plan de acción Estelí. Fuente: Montoya et al., (2019). Elaboración propia. ....	21
Tabla 4.- Plan de acción Barrio comercial de la Vega. Fuente: Guzmán 2015. Elaboración propia. ....	22

## Índice de Gráficos

Gráfico 1 Encuesta dirigida a comerciantes informales: Género.....	32
Gráfico 2 Encuesta dirigida a comerciantes informales: ¿De qué sitio proviene? .....	33
Gráfico 3 Encuesta dirigida a comerciantes informales: Productos que ofrece.....	33
Gráfico 4 Encuesta dirigida a comerciantes informales: Cuál es el tipo de puestos en que realiza sus actividades .....	34
Gráfico 5 Encuesta dirigida a comerciantes informales: ¿Cuánto tiempo tiene realizando la actividad? .....	34
Gráfico 6 Encuesta dirigida a consumidores o usuarios: ¿Cómo se siente con la presencia del comercio informal? .....	35
Gráfico 7 Encuesta dirigida a consumidores o usuarios: ¿Por qué cree que existe el comercio informal?.....	35
Gráfico 8 Encuesta dirigida a consumidores o usuarios: ¿Cuál cree usted que sería la correcta ubicación del comercio informal?.....	35
Gráfico 9 Encuesta dirigida a consumidores o usuarios: ¿Qué aspecto afecta mayormente el comercio informal? .....	36
Gráfico 10 Encuesta dirigida a consumidores o usuarios: ¿Qué percepción tiene como usuario de los puestos ambulantes? .....	36

## **Comercio informal y Espacio público en la vía de primer orden de la ciudad de Montecristi durante los últimos 20 años**

Informal commerce and public space on the main street of Montecristi city during the last 20 years

**Universidad San Gregorio de Portoviejo**

**Maestrante:** Arq. Segundo Delgado Zambrano <https://orcid.org/0000-0002-9692-5299>

### **Resumen**

Montecristi es una ciudad netamente comercial, pero al igual muchas ciudades Manabitas, cae en la informalidad de sus comercios al ofrecer sus productos en plazas, avenidas, iglesias y demás. Estos hábitos acarrearán una serie de retos y conflictos para el fortalecimiento y consolidación del centro urbano. Conforme a aquello el trabajo sugiere un análisis práctico sobre una realidad imperativa de la sociedad, la relación estrecha entre el orden y el caos urbano, ya sea por un inestable paisaje urbano y un comprometido uso en circulación o accesos a este mismo espacio público que debe ser de total entrega al peatón, sumado de afectaciones funcionales y físicas. El ¿Cómo? y ¿Dónde? se pueden conectar adecuadamente estas actividades. Son funciones que se le atribuyen meramente a quienes hacen uso de este espacio, y las entidades reguladoras deberán plantear controles activos destinados a propuestas emergentes a través de diagnósticos situacionales y apegados a la ley. Una readecuación de un comercio denominado formal y una reubicación de un comercio denominado informal, se podrían convertir en una oportunidad que contribuiría a la mejora del ordenamiento de la avenida Metropolitana, generando accesibilidad y usos urbanos adecuados, y para ello se pensó en dichas intervenciones como planes de acción reguladores y de integración.

**Palabras Clave:** Ciudad, espacio público, uso de suelo, informalidad, paisaje urbano.

### **Abstract**

Montecristi is a purely commercial city, but like many cities in Manabí, falls into the informality commerce by offering its products in squares, avenues, churches and others. These habits entail a series of challenges and conflicts for the strengthening and consolidation of the urban center. In accordance with that, the work suggests a practical analysis of an imperative reality of society, the close relationship between order and urban chaos, either by an unstable urban landscape and a compromised use in circulation or access to this same public space that must be of total delivery to the pedestrian, added to functional and physical affectations. The ¿How? and ¿Where? these activities can be properly connected. These are functions that are attributed merely to those who make use of this space, and regulatory entities must propose active controls aimed at emerging proposals through situational diagnoses and adhering to the law. A readaptation of a so-called formal commerce and a relocation of a so-called informal commerce, could become an opportunity that would contribute to the improvement of the ordering of Metropolitan Avenue, generating accessibility and adequate urban uses, and for this purpose these interventions were thought of as regulatory and integration action plans.

**Key Words:** City, public space, land use, informality, urban landscape.

## Introducción

Sandoval (2014) plantea que la informalidad es un fenómeno antiguo que sobresalía como un rasgo específico de diferentes economías, sobre todo de las más atrasadas, mismas que funcionaban con bajos niveles de organización, capital escaso, tecnologías y mano de obra poco calificadas o no aptas, asociándose directamente con la pobreza, reconociendo una barrera para el incremento y desarrollo económico de las ciudades.

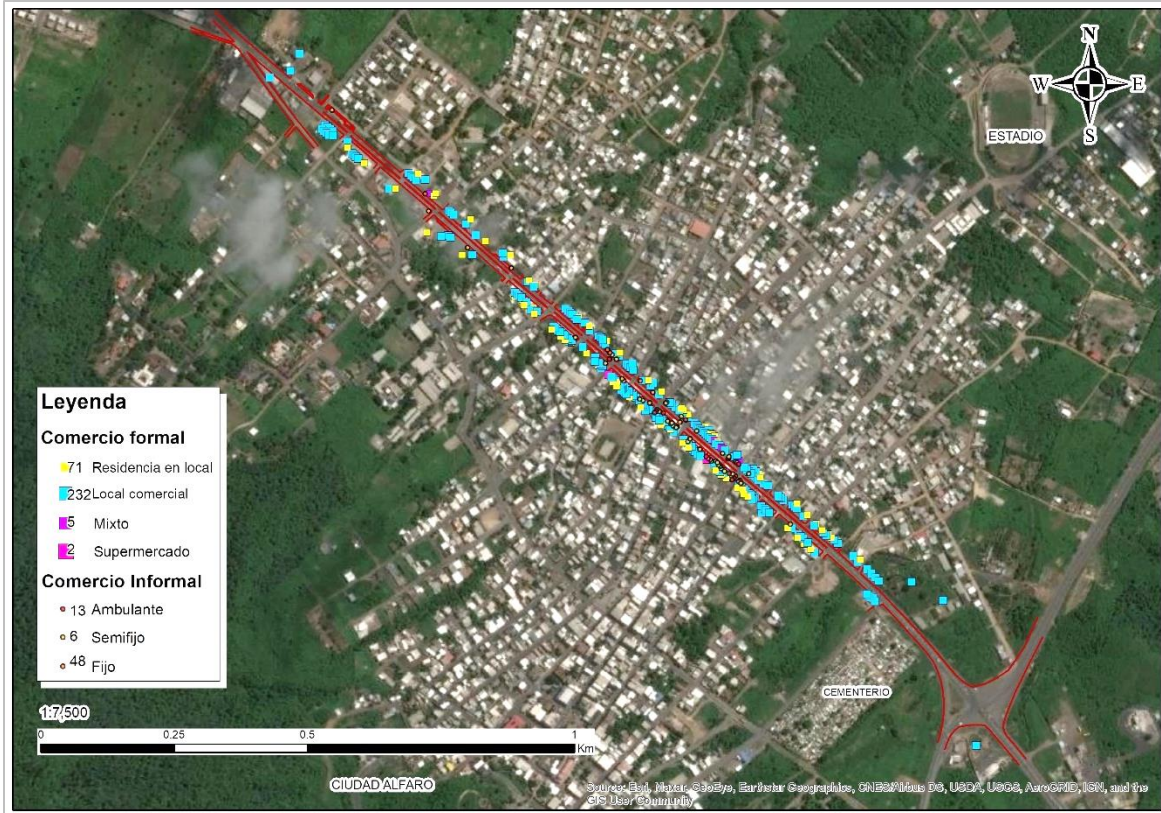
Desde un enfoque amplio, en América Latina esta modalidad comercial se ha establecido mayormente en países donde las crisis e inestabilidades económicas son más recurrentes, o bien, ha potencializado su presencia en aquellos cuyo trabajo informal es parte de la tradición social y de la economía (Bartorila & Rosas, 2018).

De esta manera tenemos que, de acuerdo a informe de la Organización Internacional de Trabajo (OIT) y de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), el trabajo informal se ha convertido en una de las principales fuentes de ingresos de muchos hogares de Latinoamérica y El Caribe, mayormente en países donde la crisis e inestabilidad económica son más recurrentes; siendo la tasa de informalidad media 54% aproximadamente (Comisión Económica para América Latina y el Caribe [CEPAL] y Organización Internacional del Trabajo [OIT], 2020).

Asimismo, en Ecuador se ha debatido sobre la informalidad englobando diferentes envolturas de su complejidad y obteniendo algunas conclusiones, como el impacto de su gran expansión en diversos sectores de la economía y formas de precarización, refugiándose en las cifras del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC, 2019), en donde se presenta que el sector formal en dicho país está representado por el 47%, y el sector informal en un 46,5%.

La ciudad de Montecristi se ve involucrada en un comercio de alta gama sobre todo en épocas festivas de la localidad, fuera de estas inolvidables fechas, se presenta la ciudad como un referente comercial de alta importancia, a pesar de que muchos de los residentes de esta misma son entes laborales de la ciudad adjunta como es Manta, también se sugiere una conexión no declarada, pero presente en muchos ámbitos de desarrollo.

La ciudad cuenta con una particularidad que le atribuye control y, a su vez, congestión; su casco urbano se ha venido desarrollando a lo largo de una vía de primer orden, misma que la conecta con la ciudad de Manta y Portoviejo, aquí se evidencia un tramo vial que parte desde el distribuidor de tráfico de la vía Colisa hasta la “Y” que conduce al sitio El Chorrillo, comprendido por aproximadamente 2 km de recorrido donde el comercio inevitablemente se ha ido asentando en los últimos años y se tiene que hacer presente como actividad central de los moradores que atrapan a propios y extraños que circulan, tal como se aprecia en la imagen 1.



*Imagen 1.- Distribución de plazas comerciales (formales e informales) y no comerciales en la avenida Metropolitana en el año 2020. Elaboración propia.*

Es preciso señalar que este polo en desarrollo, solo posee esta única vía de conexión con el exterior creando un conflicto por todos los comerciantes que desean acaparar este espacio, sugiriendo la informalidad con el uso de aceras, así mismo, la invasión en propiedad ajena, o el descontento con moradores que llevan años con sus productos en exhibición.

En ese sentido, dentro de los conocimientos de una planificación oportuna se pretende alentar y reforzar la vida urbana, creando las condiciones necesarias para fortalecer las actividades sociales que se dan dentro del entorno urbano controlado, recordando que el ser humano por característica propia tiene de por sí la interacción y socialización (Ramírez, 2015).

Por lo que, las actividades complementarias en función del espacio público proponen la aplicación de una mixticidad de usos, fortaleciendo la proliferación de cultura, economía y relaciones sociales activas con múltiples intercambios y experiencia (Gehl, 2014).

Finalmente, dentro de todo este desarrollo ideal de ciudad siempre debe de existir el caos para comprender las verdaderas necesidades de la ciudad, es por ello que ante todo desarrollo económico, como el que posee la ciudad de Montecristi, estas diferentes realidades comerciales, solo se prestan al encuentro inmediato de individuos en carecidos por la adquisición de un bien, pero más allá de eso, hay un pintoresco paisaje que posee raíces asociadas a la cultura de crecimiento poblacional, a las tradiciones inmediatas, realidades conjuntas a una necesidad adquisitiva, buscando mejores condiciones de vida.

Una particular forma de apreciar estos espacios es su conductividad, misma que se debe dar en forma legible, adaptada a cualquier edad, es aquí donde la informalidad no permite la comprensión del espacio y forma una superposición de actividades, encadenando funciones, conduciendo al observador a un desorden de consumo (Lynch, 1960). Al final de cuentas quien hace de vendedor se queda en la mera disposición, pero sin ser encontrado.

## **Ciudad vs Arquitectos**

El urbanismo condiciona la vida del conjunto de los ciudadanos, de los actuales y de los que vivirán más tarde. El urbanismo puede servir para la acumulación de capital o para la reproducción social, puede contribuir a la convivencia entre los ciudadanos de todas las clases o generar la segregación social, favorecer o acentuar las desigualdades, establecer prioridades a favor de unos grupos sociales o económicos u otros, promover el espacio público o la privatización del hábitat, ponerse al servicio del coche privado o priorizar el transporte público, integrar la dimensión ambiental o adaptarse a los usos consumistas (Borja, 2015).

## **Espacio Público**

En un análisis del Ministerio de Vivienda y Urbanismo de Chile (MINVU, 2017), con el apoyo de la Política Nacional de Desarrollo Urbano, precisa que cada espacio urbano permite reflejar una variedad de instancias propias del sitio, en caso de no presentarse estas se condiciona que el espacio no es dinámico o se presenta en condiciones de segregación, en donde no se harán presente grupos sociales coordinados, finalmente se obviará un espacio público que cumple su función es aquel al que todos los grupos sociales pueden acceder, de manera fácil, libre y segura.

La formación de la estructura espacial y la división social existente en el espacio urbano proporciona una visión de cómo la organización del espacio con relación a la distribución del sujeto que se encuentra socialmente posicionado genera una condición respondiendo a los retos que traza la construcción e interacción, al encuentro y la evitación con el “otro” (Saraví, 2008).

El espacio público también denominado como un punto focal de primer orden ante todo desarrollo de ciudad, evidencia como el tiempo lo ha segregado para el descontrol y la mala apropiación del mismo, donde las inconscientes personas sin una postura de control, aprovechan estas zonas para transformar a su conveniencia las circunstancias.

La espacialidad como juego de palabras, representa el uso definido por las actividades de índole prioritarias para el individuo en su entorno de mayor desarrollo, por ello es de suma importancia la contemplación de espacios adaptados o adecuados para este crecimiento personal, las relaciones sociales y el fortalecimiento de actividades sanas, así mismo detonar una transformación en el carácter de los individuos que circulan, adaptando una postura de cuidado y protección personal (Delgado, 2011).

Claramente se evidencia en este espacio la representación de como la sociedad se hace visible, los factores que transforman o trascienden estos espacios son de vital importancia, la valoración de como un espacio permanece en el tiempo a pesar de los cambios físicos, esa es la verdadera ideología de su espacio público. Caracterizar cada individuo y particularizar un espacio con las condicionantes óptimas para su actuar, corresponder a las sugerencias públicas y prestarse



siempre a la participación activa de diferentes edades, conformando en la mente y el espacio un hito de referencia vital en la ciudad.

Montecristi, además de su penumbra ante el uso de este bien denominado espacio público, se cataloga como inconsciente del verdadero valor que tendría su espacio con una visión de control, donde la espacialidad sea un atributo entregado libremente para los usuarios y no un condicionante de circulación o un beneficio para comerciantes.

El desorden prima en esta ciudad, donde las aceras y espacios de circulación son ocupados tanto por locales comerciales, como por trabajadores ambulantes y demás actores, siendo estos protagonistas en el espacio público, mientras que el usuario que circula, vive, visita, compra, es decir, aquel que merece protagonismo, pasa a segundo plano dentro de este caos (Pfeifer, 2003).

Se debe optar por reubicar el comercio informal, puesto que como afirman Avimael et al. (2011), en la Ciudad de México, fue un factor influyente en la apropiación de los espacios públicos, en donde, la política de reubicación que allí se pretende implementar no está elaborada para erradicar la actividad comercial a nivel de las calles, ya que en su caso, únicamente promueve la reubicación del comercio popular en sitios que no contradigan al proyecto de espacio que tienen los empresarios establecidos y el gobierno, quienes en su intención de crear corredores turísticos, áreas verdes y espacios peatonales, pretenden responder a las demandas de la ciudadanía.

### **Informalidad comercial**

La Organización Internacional del Trabajo (OIT, 2002) implementó el término economía informal como:

El conjunto de actividades económicas desarrolladas por los trabajadores y las unidades económicas que, tanto en la legislación como en la práctica, están insuficientemente contempladas por sistemas formales o no lo están en absoluto. Las actividades de esas personas y empresas no están recogidas por la ley, lo que significa que se desempeñan al margen de ella; o no están contempladas en la práctica, es decir que, si bien estas personas operan dentro del ámbito de la ley, ésta no se aplica o no se cumple; o la propia ley no fomenta su cumplimiento por ser inadecuada, engorrosa o imponer costos excesivos. (p. 61)

Este punto caótico es una instancia por la cual, drásticamente, deben pasar sí o sí las ciudades latinoamericanas que no están en conocimiento apropiado en forma social para el manejo oportuno de espacios relacionados a la sociedad en conjunto.

El comerciante en Latinoamérica, por cultura o costumbre, lleva la gracia de aprovechar cada oportunidad presente, donde cada situación se vuelve una oportunidad en manos de un buen pensador, pero esta astucia no contempla las verdades sobre cómo sería un mejor espacio de trabajo o como sacar basto alcance a su potencial.

La realidad del comerciante consiste que, entre más espacio tenga más será su capacidad de venta; no obstante, esto los lleva a infringir su espacialidad o su uso de un bien público y acapararlo, lo cual es un delito a las políticas y planificaciones urbanas, lo que deja a pensar que ninguna persona se encuentra satisfecho con el espacio que poseen, las condiciones le sugieren

acudir a medidas más drásticas, proliferando en el ciudadano un desagrado hacia donde se está convirtiendo la ciudad.

Es aquí donde una pregunta crucial hace su intervención, ¿La ciudad hace al colectivo social o el colectivo social hace al espacio?, cualquier respuesta sugiere el desaplomo de la otra parte en cuestión, pero es claro que la postura debería apuntar a un equilibrio y participación de cada parte para la producción de un espacio integral, funcional y formal (Guzmán, 2015).

### **Paisaje Urbano**

El paisaje urbano es aquel que expresa el mayor grado de transformación de los recursos y paisajes naturales. El paisaje urbano es un fenómeno físico que se modifica permanentemente a través de la historia y paralelamente con el desarrollo de la ciudad. El tipo, forma y estado exterior del paisaje urbano es la expresión física de la estructura material del hábitat urbano, generada en diversos procesos y por factores a lo largo del tiempo (Pérez, 2000).

La formación de un paisaje fuerte y contemplativo en las situaciones del problema en cuestión, es un reto que solo se traduce en la producción espacial de cada área, un paisaje no se conforma solamente con los mejores atributos de la ciudad, es un mosaico de estancias y momentos que hacen del caos un orden, por ello el particular caso de Montecristi sugiere una intervención aguda de lo que hace cada comerciante y como el proyecta el espacio público, además de cómo se sentiría circulando por él.

A la actualidad, si se desea interpretar la ciudad de Montecristi, no es legible, dónde está su particularidad que la hace ciudad, su orden funcional. Su eje de formalidad es un caos, asumiendo la complejidad del paisaje, irregularidades en diseño y proyección, una multiplicidad de usos y el atropello de espacio público, todo en un solo sector; esto alejado de ser un paisaje, es la mera sensación de un comercio de calle.

### **Fundamentos Jurídicos**

Se analiza la parte legal, determinadas normas, como el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI), donde se toma en valor su art. 2 Actividad productiva (Asamblea Nacional Constituyente, 2010); leyes, acorde a la Asamblea Nacional Constituyente (2008) en sus artículos 14 Ambiente Sano y 264 Competencias Municipales de la Constitución de la República del Ecuador, en armonía con el Código Orgánico de Organización Territorial (COOTAD) (Asamblea Nacional Constituyente, 2014) en sus artículos 7 Facultad Normativa, 54 Funciones, 56 Consejo Municipal, 57 Atribuciones del consejo Municipal y 322 Decisiones Legislativas; y acuerdos relacionados al tema de investigación, conforme los 17 ODS, se promueve la comprensión del objetivo 8 Trabajo decente y Crecimiento Económico (Organización de las Naciones Unidas [ONU], 2015).

### **Metodología**

Para el óptimo progreso de la presente investigación, se aplicó un enfoque mixto con un mismo estatus (Hernández Sampieri et al., 2014, p. 535), debido a que la problemática presenta una connotación social – urbana en la que se requirió de técnicas cuantitativas para medir los tipos del comercio y en cuánto afecta e incide su ocupación del espacio público en el sector de análisis,

así como de técnicas cualitativas para conocer los puntos de vistas del usuario (habitante y visitante).

En razón a la temporalidad y a la orientación que presenta la investigación, se la planteó bajo un diseño de corte longitudinal y retrospectivo por medio de una revisión catastral proporcionada por el GAD Municipal, así como una confirmación de registros fotográficos por fuente propia y herramientas informáticas, tales como, Google Earth y ArcGIS, complementada por la recolección de datos e información in situ, reflejados en Microsoft Word, Microsoft Excel y Microsoft Forms.

En este contexto, Sy (2013) menciona que la observación participante, es una técnica importante en un desarrollo de investigación ya que la misma es parte constitutiva de dichos procesos; aunque esta se defina como “método de investigación social”, investigación detallada de patrones de interacción social, esencialmente descriptiva colocando el énfasis en el desarrollo y verificación de teorías.

Basados en Castro Martin y Chías Navarro, (2019) y su estudio realizado conjuntamente por las Universidades de IKIAM y Alcalá de Henares, se elaboró la ficha de observación presentando los casos de estudio (sectorizando la avenida Metropolitana en tramos), realizando el correspondiente análisis de observación e investigación, con la que se categorizó el tipo de comercio existente, respecto a su tipología funcional, estructura, capacidad-ocupación, espacios afectados por la invasión del comercio informal y el tipo en que se clasifique este: vendedores ambulantes, puestos semifijos, puestos fijos, lo que permitió identificar los principales problemas existentes en el entorno, en función de la ocupación del espacio urbano por comerciantes informales. Asimismo, con este instrumento se logró obtener una línea de tiempo desde el 2000 hasta el 2020, estableciendo rangos cada 5 años, mostrando así los comercios que se han venido dando con mayor frecuencia y, por ende, los sectores en donde se ha desarrollado el uso de suelo indiscriminado por ese incremento de actividades comerciales formal e informal en la avenida Metropolitana de la ciudad de Montecristi, a través de un mapa en el que se ilustre lo expresado.

Por otro lado, la ficha de observación se complementó con dos encuestas dirigidas a comerciantes informales y a la comunidad, las mismas que están basadas en el estudio realizado por la Universidad Politécnica de Cataluña (Guzmán, 2015), el cual muestra problemáticas similares, permitiendo establecer una radiografía más a fondo del sector obteniendo apreciaciones respecto al impacto visual provocado por las actividades comerciales sobre el espacio público de la avenida Metropolitana de Montecristi, analizadas con una base de la población del comercio suscitado en el sector, proporcionada por registros de la Comisaría de Servicios Públicos de Montecristi correspondiente a 224 comerciantes, de los cuales 67 son comerciantes informales y a la población económicamente activa de la ciudad de Montecristi, según INEC (2010) 40.064 habitantes, correspondiente al 46% de la población, cuya muestra fueron 269 personas a aplicar el respectivo instrumento.

Paralelo a esta indagación de información de campo, se procedió a la apropiación de teorías en bibliografías o contenidos argumentales válidos sobre esta problemática y las contribuciones por parte de los arquitectos para mejorar esta realidad. Con base a referencias de otras ciudades en estudio, como es el caso de Estelí en Nicaragua, Blandón Montoya et al. (2019), Ambato en Ecuador, Castro Martin y Chías Navarro (2019), y al barrio comercial De la Vega en España,

Guzmán (2015), en donde se muestran estrategias para superar estos desatinos de apropiación del espacio público que tanto incide en el paisaje que refleja el sector, lo que permitirá prever la afectación físico - espacial que estas actividades comerciales causan en el desarrollo urbanístico de la avenida Metropolitana de la ciudad de Montecristi.

## Resultados

Dentro de la investigación realizada por medio de las fichas, encontramos que el sector en análisis consta de 157 predios, los cuales han venido variado paulatinamente sus usos de suelo comercial durante los últimos 20 años, tal como se observa en la imagen 2, basado en que la normativa permite catalogar a la zona como Comercio, Servicio y Vivienda, ante lo cual se desprende la tabla 1:

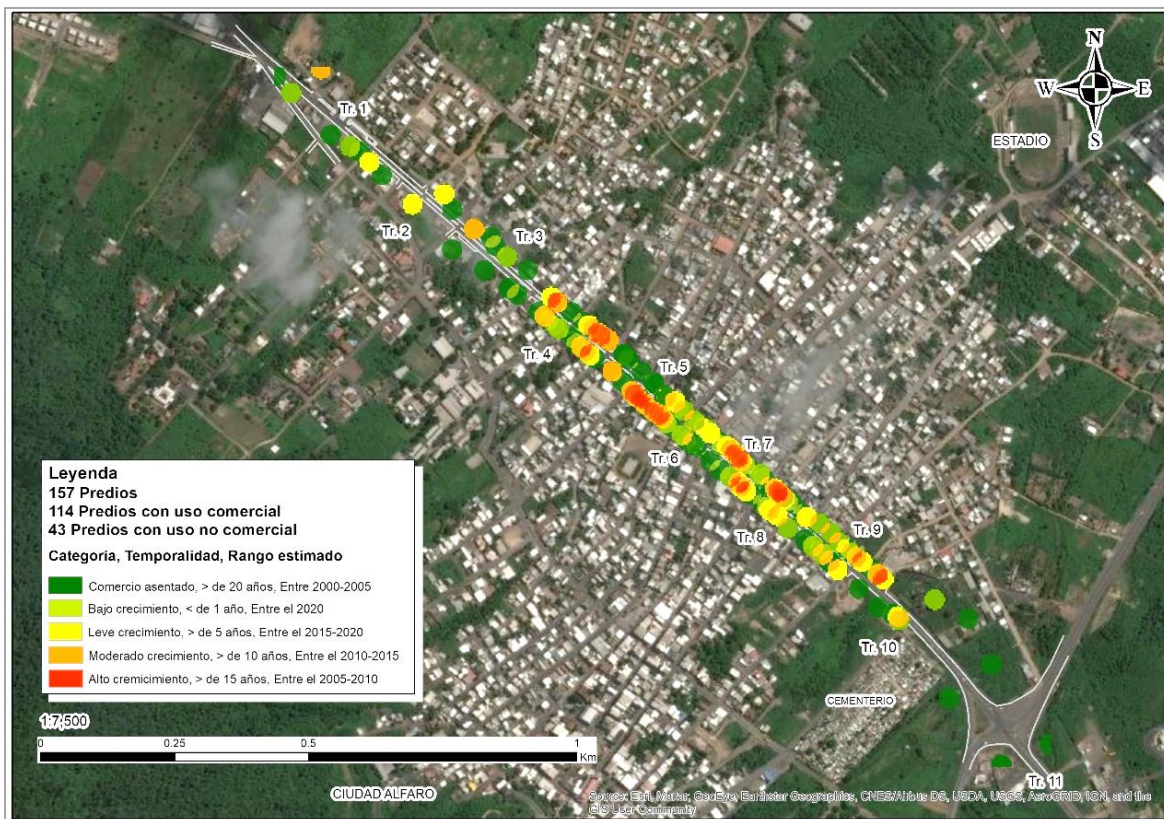
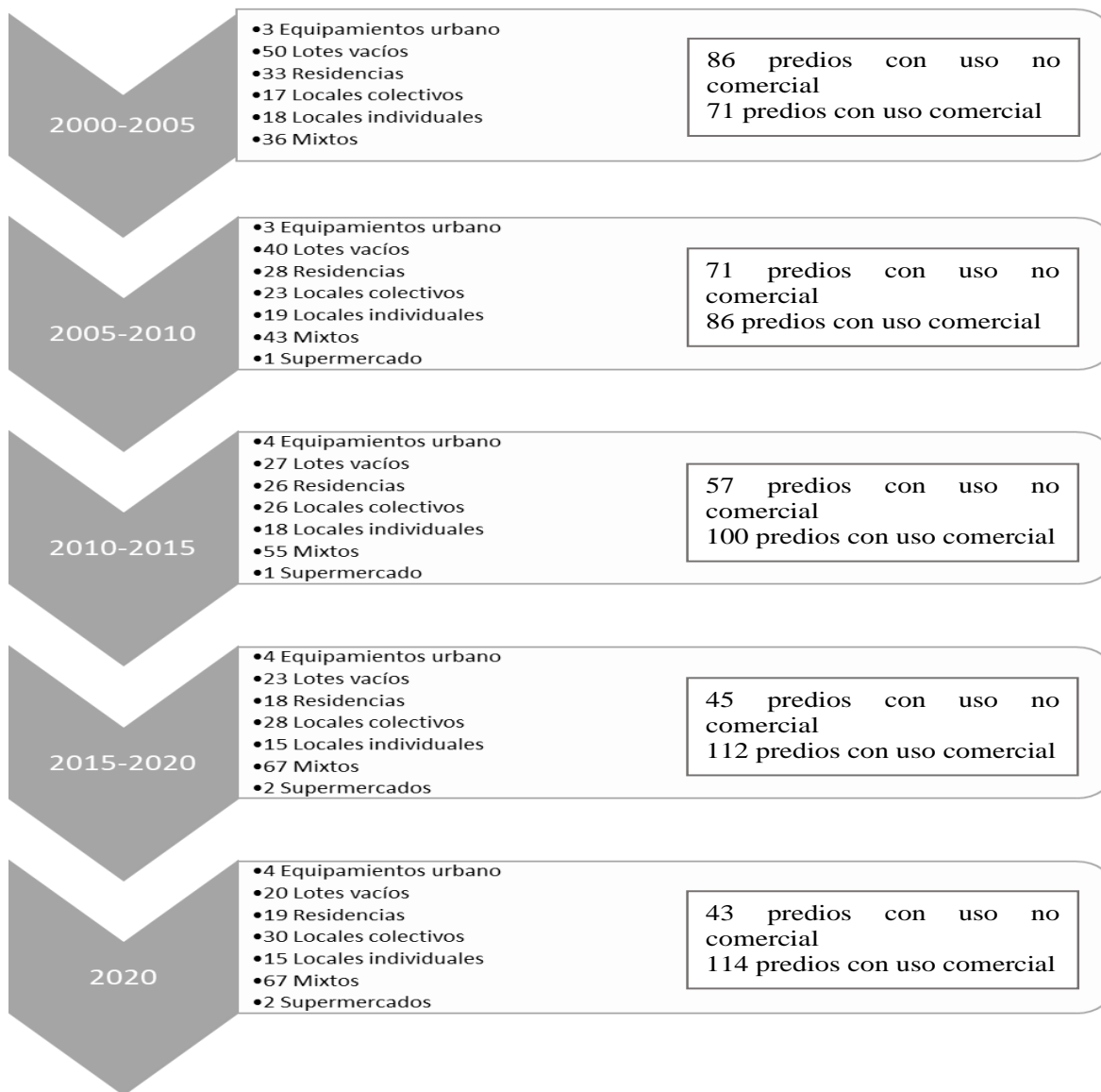


Imagen 2.- Variaciones de usos de suelo en la avenida Metropolitana en los últimos 20 años.  
Fuente: Ficha de observación. Elaboración propia.



*Tabla 1.- Variaciones de uso de suelo en avenida Metropolitana en los últimos 20 años. Fuente: Fichas de observación. Elaboración propia*

Además, se recolectaron datos in situ identificando sus características y registrando la presencia de comercio informal de la avenida Metropolitana del cantón Montecristi, información de vital importancia para la ejecución de un mapa.

En este contexto, se localizaron 67 puestos de comercio informal, 13 puestos ambulantes hacen su recorrido a lo largo de la avenida en cuestión desde el año 2020, y en un contraste a esta modalidad, encontramos a los puestos fijos de los cuales 4 se han asentado durante el año 2020, 1 desde el año 2015 y 1 desde el año 2005, respecto a los puestos semifijos son un total de 48 los que muestran su protagonismo, siendo 31 los que realizan sus actividades desde el año 2020, 10 desde el año 2015, 2 desde el año 2010, 2 desde el año 2005 y 3 desde el año 2000, tal como se muestra en la imagen 3.

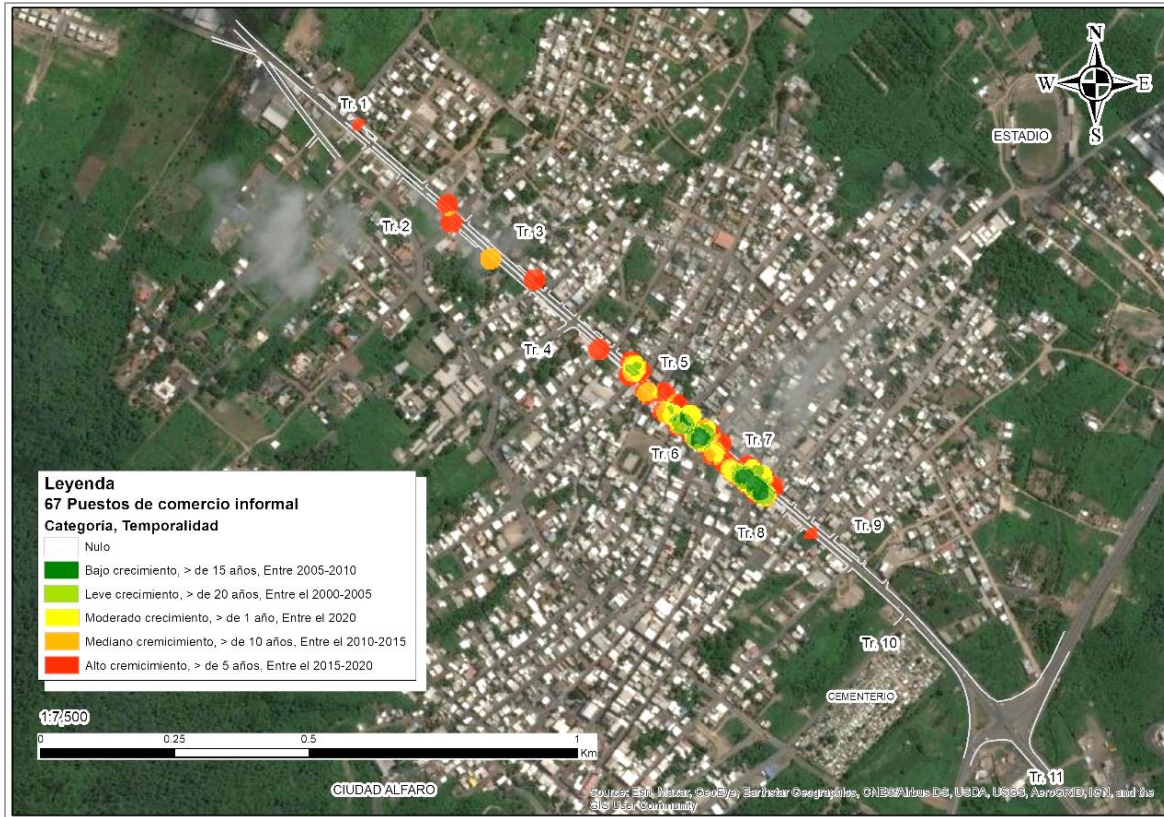
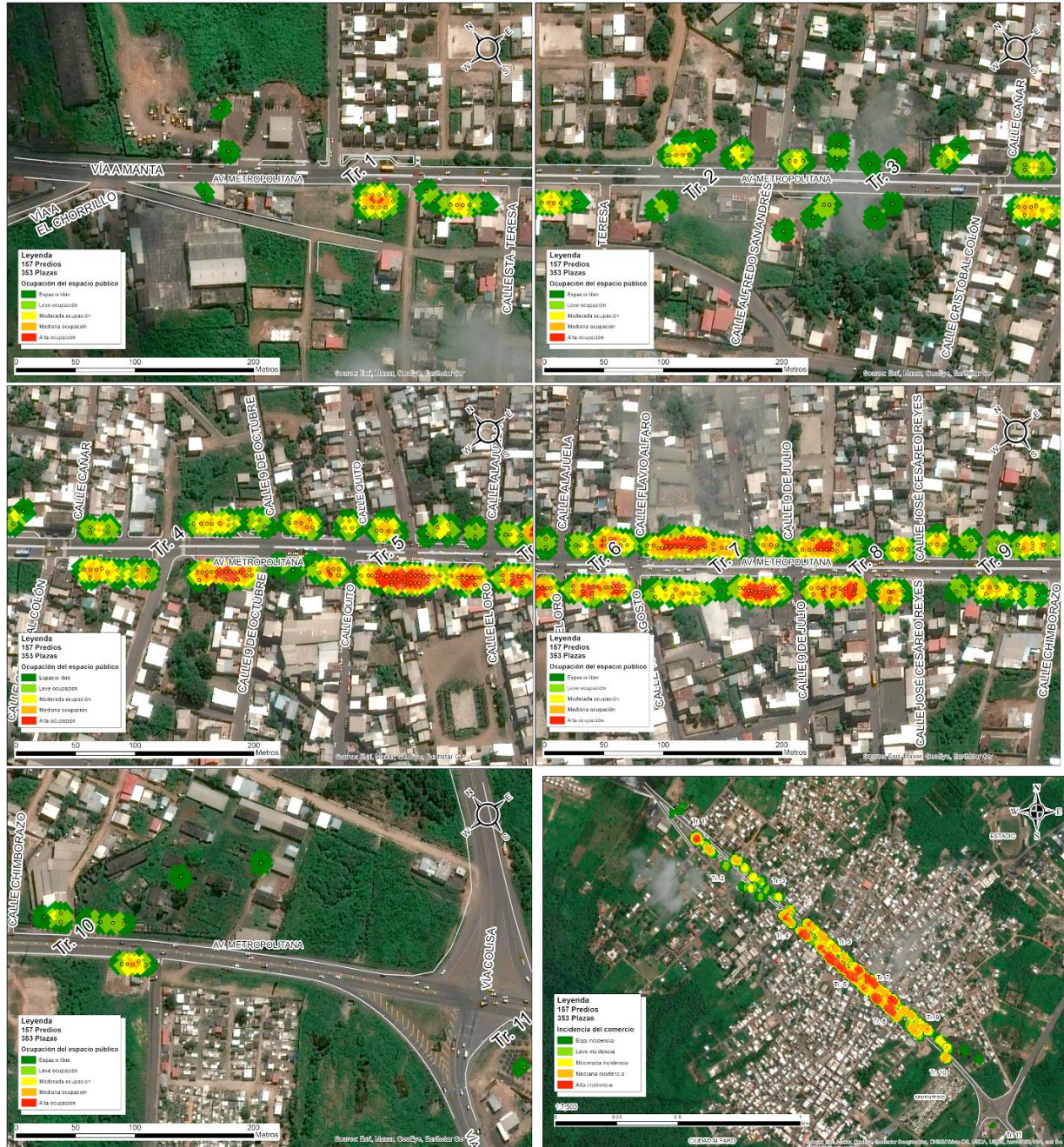


Imagen 3.- Tipo de puesto: temporalidad. Fuente: Ficha de observación. Elaboración propia.

Como se ha podido observar, el uso de suelo comercial del sector va en aumento; pero este crecimiento ha sido espontáneo, por cuanto existen tramos en donde se han subdividido locales aumentando sus plazas y estas actividades se han focalizado en sitios donde existe mayor afluencia de usuarios (habitantes y visitantes), sin crear conflicto con el tráfico vehicular. Como se aprecia en la imagen 4, del tramo 4 al tramo 9 se han vuelto un punto conflictivo, en especial los tramos del 5 al 8 condicionados a esta afectación por existir estaciones de buses intercantonales e interprovinciales, este tramo comprende las calles 9 de octubre y 9 de julio.



*Imagen 4.- Uso de suelo indiscriminado por locales comerciales Fuente: Ficha de observación. Elaboración propia.*

Ligado a esto, existe una ocupación deliberada del espacio público generando un impacto visual provocado por la opacidad en las aceras y soportales, a este análisis nos enfocamos precisamente a los comercios, como apreciamos en la imagen 5, en donde se refleja que 4 viviendas se apropian del espacio público (soportal) y que 123 plazas de comercio realizan sus actividades en el espacio público (88 en los soportales, 20 en acera y 15 en aceras y soportales). Las elaboraciones de estos mapas facilitan el poder dar una dimensión al problema y comprenderlo.

En este contexto, encontramos puestos fijos y tianguis ocupando y obstruyendo espacio público de la avenida Metropolitana, causando que los usuarios no lleguen hasta el mercado central debido a que no tienen la necesidad de, puesto que los servicios y productos los encuentran en la calle.

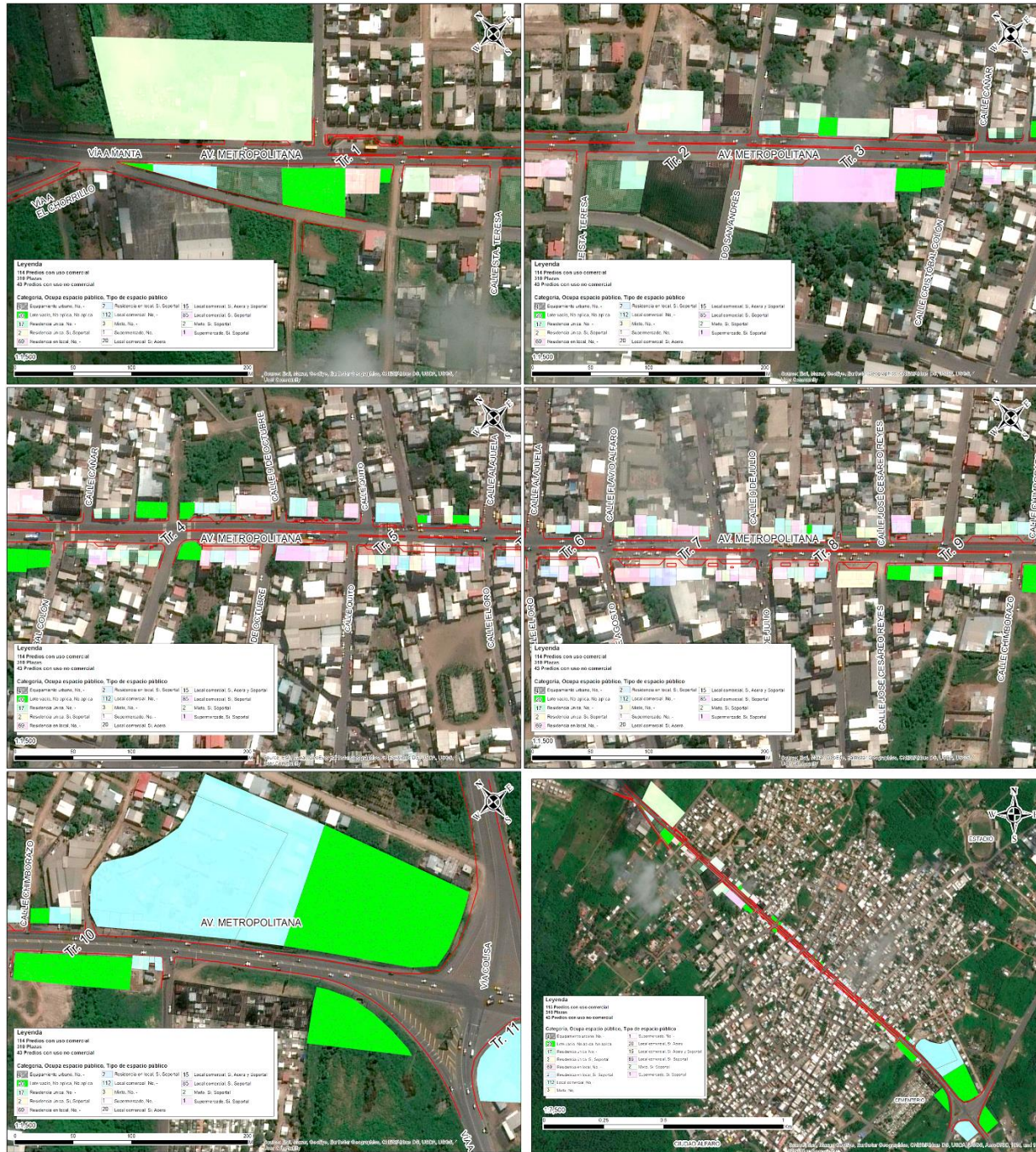


Imagen 5.- Ocupación del espacio público de la avenida Metropolitana. Fuente: Ficha de observación. Elaboración propia.



Asimismo, se realizó el análisis de los 67 puestos informales tenemos la categoría de tipo de puesto/ocupación del espacio público, 13 ambulantes, 6 puestos comerciales fijos y 48 semifijos, ubicados instintivamente en aceras, soportales, lotes vacíos, vía pública y parterre central, estos últimos crean conflicto en el tráfico vehicular; se aprecia en la imagen 6, que en los tramos del 5 al 8, específicamente desde la calle Quito hasta la calle 9 de julio, se genera la mayor concentración de este tipo de comercio.



Imagen 6.- Tipo de puesto: ocupación del espacio público. Fuente: Ficha de observación. Elaboración propia.

Los resultados de estos instrumentos de investigación muestran solo algunas de las caras que tiene el comercio informal en la calle. El comportamiento de estos grupos dependerá siempre de la articulación de diversos factores económicos, culturales, políticos, sociales, entre otros, que influenciarán a su vez en prácticas. Se trata, por tanto, de una dinámica variable que generará situaciones e interpretaciones diferentes del fenómeno.

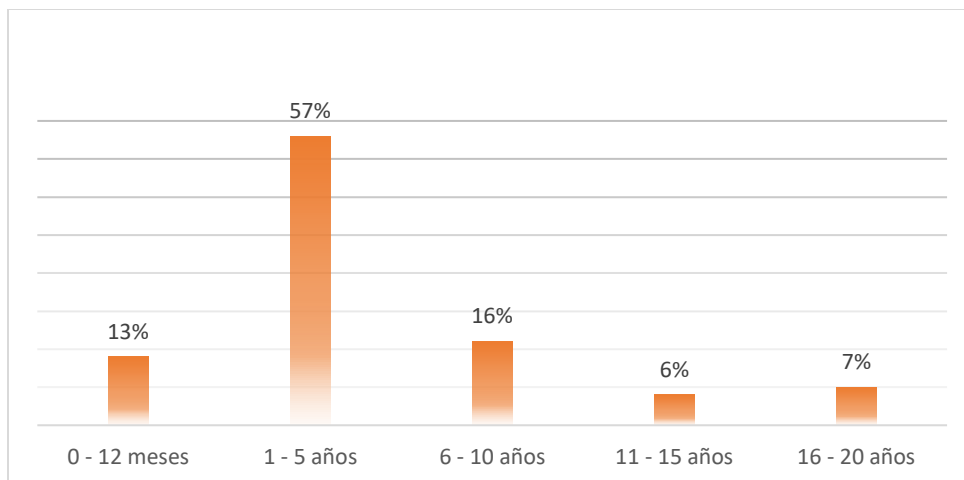
Por otro lado, para el correcto desarrollo del estudio se ejecutó la primera encuesta dirigida a 67 comerciantes informales suscitados a lo largo de la avenida Metropolitana, siendo el 73% pertenecientes al género masculino y el 27% al género femenino; de los cuales, el 99% no pertenecen a ninguna dirigencia o asociación de comerciantes y sólo el 1% afirmó estar en una.

Según el INEC (2010), la población económicamente activa de Montecristi es de 40.064 habitantes, correspondiente al 46% de la población, siendo una de las ciudades en la que se evidencia el comercio informal, dada la rigidez y limitaciones de la economía, esta ciudad ha establecido una forma de empleo particular ejerciendo su actividad en los espacios públicos, en las que, según la encuesta realizada, el 69% de comerciantes informales provienen de Montecristi, cifra seguida de personas extranjeras quienes representan el 15%, comerciantes de Portoviejo en un 7% y el 9% corresponden a Manta, Jipijapa y personas de diferentes partes de la provincia.

De los servicios y productos que se ofertan informalmente en el área de estudio encontramos una diversidad de 67 puestos, de los cuales van desde roscas (24%), a comidas y bebidas (21%), así como de frutas y verduras (19%), a carnes y mariscos (7%), también encontramos puestos de accesorios electrónicos y celulares (6%), pasando a comerciantes dedicados a la venta de periódicos, brebajes, ropa, artículos de higiene, arroz (15%) y personas que comercializan queso, reparan relojes, ambulantes de cigarrillos y mentas, artículos de cocina y lotería (8%).

Dentro la investigación planteada, encontramos que el 73% de los comerciantes informales realizan sus actividades en puestos semifijos, el 19% son comerciantes ambulantes y el restante, correspondiente al 8% tienen puestos fijos.

El 57% de los encuestados tiene de 1 a 5 años realizando sus actividades comerciales en la avenida Metropolitana, mientras que el 16% tiene de 6 a 10 años laborando en el sector, el 13% desarrolló sus actividades en un tiempo menor o igual a 12 meses, de la misma manera el 8% son comerciantes que radican en este sector de 16 a 20 años atrás y de 11 a 15 años el 6%, tal como se muestra en la tabla 2; siendo la avenida Metropolitana con un 96% la preferida para comercializar productos por los vendedores, esto se atribuye a que es la vía principal y más transitada de la ciudad, mientras que el 3% prefiere mercadear sus productos en otros lados debido a que tendrían menor competencia, finalmente, sólo el 1% de los encuestados afirmó que prefiere ofertar sus productos y servicios en el parque central.



*Tabla 2.- Temporalidad de comerciantes informales avenida Metropolitana. Fuente: Encuesta de investigación, elaboración propia.*

Según Blandón Montoya et al. (2019), el comercio informal simboliza hoy en día una actividad económica viable, en la cual la apropiación de la vía pública es vital, principal causa para que el 81% asegure que el comercio informal se desarrolla con mayor énfasis en las calles, el 9% afirmó que los lugares ideales para desarrollar estas actividades es en los mercados, el 6% en las plazas y el 4% en las iglesias; de la misma manera el 76% de los encuestados expresaron estar totalmente de acuerdo en que los puestos ambulantes contribuyen a que el cliente tenga fácil acceso del producto que busca, seguido por el 24% que también estaba de acuerdo.

Delgadillo (2017), concluye que se debe llegar a la adaptación y reformulación de formas más tradicionales de comercio, sobre todo el comercio informal o el que se basa en comunidades de comerciantes más vulnerables, denominando a esto “resiliencia comercial”. En este contexto, el 76% de los comerciantes informales consideran que las actividades que realizan no generan obstrucción en las vías de circulación y sólo el 24% afirma esa moción.

Así también se analizó el producto que genera el comercio informal, por lo que el 28% de los encuestados afirma que provoca una mala imagen urbana, el 22% manifiesta que causa acumulación de basura en el sector donde se realizan estas actividades, el 25% considera que el entorno se vuelve más inseguro y vulnerable, un 9% asegura que el sector informal genera congestión y el 15% atribuye a diversos factores de esta misma índole.

Además, el 63% de los comerciantes informales aceptarían la reubicación del comercio de la avenida Metropolitana a sitios que establezca el GAD Municipal, mismos que garanticen la integración hacia una economía formal organizada y del desarrollo comercial, mientras que el 37% no accedería a dicha reubicación; asimismo el 99% estaría dispuesto a capacitarse y formarse empresarialmente para brindar mejores servicios y productos, mientras que el 1% no estaría interesado.

La reubicación se podría convertir en una oportunidad que contribuya al mejoramiento del ordenamiento de la avenida Metropolitana ya que el 99% de los encuestados están de acuerdo con esta idea a diferencia del 1% que está en desacuerdo.

En un segundo momento, se analizaron las respuestas del cuestionario aplicado a los 269 usuarios (habitantes y visitantes) tomados de la muestra, en la cual los escenarios y puntos de vista evidentemente discrepan, puesto que el 46% no está de acuerdo ante la presencia del comercio informal, el 45% está de acuerdo con que los comerciantes informales realicen sus actividades y el 9% de la población considera que es beneficioso la presencia de los mismos; estos últimos quedando de acuerdo con García-Doménech (2015) quien nos afirma que, los pequeños puestos de venta dispuestos en los espacios públicos “fundamentalmente calles y plazas” producen un intercambio comercial generador de una intensa actividad social que facilita el encuentro ciudadano.

El comercio informal surge de la necesidad de supervivencia económica, razón por la cual los usuarios mayoritariamente en un 51% creen que existe este tipo de comercio por el desempleo, el 34% por falta de organización tanto de los vendedores como de las autoridades municipales, el 7% se lo atribuyen a la carencia de educación y el 8% a diversos factores de características similares a las mencionadas anteriormente.

El 75% de la población cree que los comerciantes informales deben ejercer sus actividades en lugares específicos de la ciudad que sean planificados, no obstante, el 14% considera que deben ubicarse en los mercados, el 5% que deben mantenerse en las calles y el 6% en otros lugares. En el mismo contexto y más específicamente los resultados nos dieron que, el 94% considera que los vendedores ambulantes deben ser ubicados lugares fijos, donde puedan comercializar sus productos sin obstaculizar el espacio público, mientras que el 6% generó inconformidad ante esta situación.

Dentro de las ventajas atribuidas al comercio informal se encuentra con un porcentaje del 36% coincide a la facilidad del usuario al momento de realizar una compra y al bajo costo de los productos, mientras que el 28% afirma que la rapidez comercial los convence para seguir adquiriendo los productos en el sitio analizado produciendo un intercambio comercial generador de una intensa actividad social que facilita el encuentro ciudadano.

Según el criterio de los usuarios, dentro de los aspectos que afectan mayormente al existir comercio informal encontramos en un 28% al congestionamiento, el 26% a la mala imagen urbana, el 18% consideran estos sectores más inseguros, el 17% afirma que estas actividades comerciales contribuyen a la acumulación de basura, el 9% cree que favorece para que aumente la mendicidad y el 2% atribuyen a demás factores.

Además, se analizó si los puestos ambulantes provocan que los peatones perciban un paisaje urbano deteriorado y como resultado se obtuvo que un 47% está totalmente de acuerdo y un 43% está de acuerdo, pese a esto, un 10% está en desacuerdo.

Por esta razón, el 96% de los ciudadanos y visitantes creen que los vendedores ambulantes necesitan ser reubicados en sitios que les permita la integración hacia una economía formal organizada y del desarrollo comercial y un 4% de los mismos piensan que no deberían salir de sus actuales lugares de trabajo.

La reubicación se podría convertir en una oportunidad que contribuya al mejoramiento del ordenamiento de la avenida Metropolitana, esto afirma el 93% de los encuestados frente a un 7% que expresa oposición ante esta situación.

## **Discusión**

La permanencia del comercio en la avenida Metropolitana ha sido característico desde hace ya muchos años, pero con un número bajo respecto a la de la vivienda, por cuanto a la normativa que permite un uso de suelo mixto (Comercio, Servicio y Vivienda), sugiriendo el aporte de beneficios sociales, económicos y de infraestructura. Considerando lo que García-Doménech (2015) expresa:

La mezcla heterogénea de usos urbanos, ha permitido combinar sin apenas conflicto usos compatibles y complementarios “residencia, comercio y ocio” con otros aparentemente incompatibles, como ciertas actividades productivas desarrolladas en el espacio público, lo que se demuestra a través de la pervivencia de tradicionales actividades artesanales de naturaleza preindustrial en pleno espacio público de algunos centros urbanos. (p. 28)

No obstante, en el periodo 2005-2010 el uso de suelo comercial comenzó a primar en el sector y aumentando su número con el pasar del tiempo, mientras que el uso de suelo de vivienda ha ido disminuyendo considerablemente. Este periodo es clave por cuanto este sector en el año 2009 pasó por un proceso de Regeneración Urbana que apostó al ornato de la ciudad, tal como señala el artículo de prensa *Adjudican regeneración de avenida Metropolitana* (2009); sin embargo, este intento de embellecer a la ciudad se ha ido palideciendo; ya que, de acuerdo a la percepción de las personas que residen en la ciudad como por quienes la visitan, este sector muestra características, tales como contaminación visual, desorden, suciedad, mala higiene y falta de estética, todas atribuidas al comercio informal, que ha estado presente en este sector, pero teniendo un incremento en el periodo del 2015 al 2020, como producto del terremoto y la pandemia; que, por la falta de mobiliario urbano y por la falta de arborización, el ciudadano se ha motivado a ocupar espacios públicos destinados para otros fines. Además, los comerciantes formales también acaparan lugar en aceras y soportales, haciendo que lo formal e informal se agrupen de manera desordenada en diferentes sectores de la avenida en cuestión, esa exacerbación ha llegado a afectar el paisaje urbano de una ciudad que apunta al desarrollo.

Es así que, toda apropiación de un espacio o espacios públicos por parte de un usuario comercial, se percibe como una constante entre dos posturas, analizando las particularidades. Se entiende como en primera instancia la pérdida inevitable del espacio destinado al público es el primer acto visible, posterior a esto, también encontramos como factor relevante la diversidad y pluralidad de usos en los mismos, acaparando actividades y sobre explotando sus funcionalidades, terminando en un caos propio que contamina a sus alrededores (Morgan, 2006).

Así mismo observamos a Silva (2007), quien afirma que los conflictos que se han generado con respecto a la premisa en conceptos de dominio y apropiación de los diferentes espacios públicos han suscitado debates a nivel urbanístico además de sociológico. Aquí se ha permitido la intervención de dos posturas referentes a la relación entre el usuario y el uso que le da al espacio público. En primera instancia se muestra al dominio y apropiación por parte de los usuarios como una irremediable pérdida, adicional de la depredación de espacio conocido como público. La

segunda percepción está orientada a mostrar esta relación como una demanda de la pluralidad que se necesita para el enriquecimiento del espacio.

Entre los diferentes autores que optan por la primera percepción, se puede recalcar a Duhau & Giglia (2004), quienes exponen que el orden urbano se caracteriza por “la permanente impugnación y depredación de lo público y por formas de privatización del espacio y de las prácticas urbanas que con diferentes modalidades operan como dispositivo de protección, auto segregación, subsistencia y explotación lucrativa del espacio público” (p. 265).

Este ámbito de estudio dentro de esta urbe concentrada bajo un eje vial único, se presenta como una problemática más allá de solo la composición o distribución arquitectónica, es un problema de seguimiento social, características relevantes de un colectivo, mismo que pretende una economía estable siendo no considerado su estilo de habitabilidad urbana, es evidente como una propuesta de intervención sugiere dar carácter formal, estabilidad, concentración, equitación óptima, seguridad, etc., finalizando en ambientes verdaderos para trabajos de calidad.

En este contexto, se analizaron ciudades en las que plantearon una ocupación oportuna a través de recomendaciones o propuestas de intervención, perturbando 3 opciones respectivamente:

1. El estudio aplicado por Blandón Montoya et al. (2019), presenta una propuesta estratégica, desglosada en la tabla 3, que contribuiría a la mejora de la imagen urbana de la zona céntrica de la ciudad de Estelí. Dicha propuesta de mejora fue diseñada con el fin de realizarse a largo plazo donde el encargado de cumplir las acciones será la Alcaldía municipal y las diferentes instituciones afines.

El plan de acción propuesto sería el siguiente:

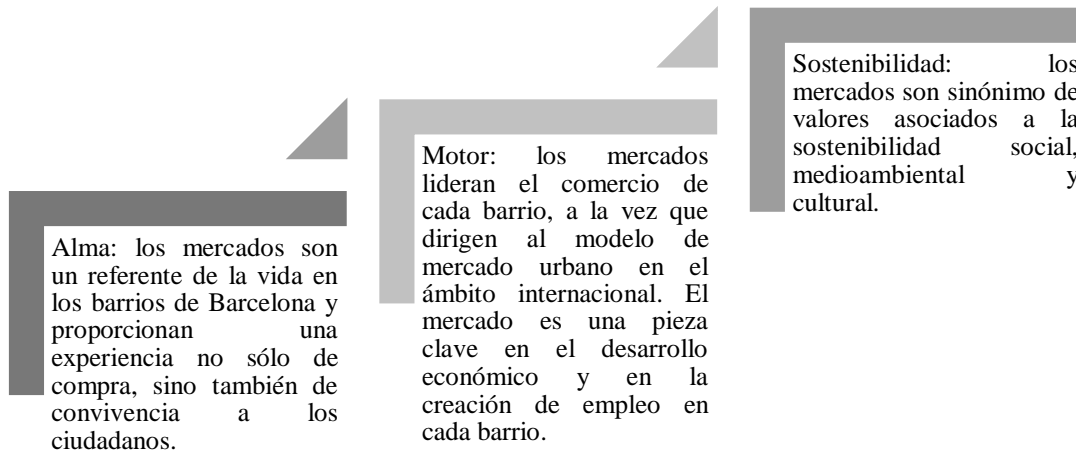
OBJETIVOS	ESTRATEGIAS	ACCIONES
<b>Motivar a los vendedores ambulantes a que acepten la reubicación a los sitios que establezca la alcaldía municipal, además que permitirá la integración hacia una economía formal organizada y del desarrollo comercial de los vendedores ambulantes.</b>	Reorganización.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Realizar campañas de divulgación: con el objetivo de informar a los visitantes y nativos de la ciudad de la ubicación de los vendedores ambulantes.</li> <li>- Realizar capacitación de formación empresarial.</li> </ul>
<b>Convertir la reubicación en una oportunidad que contribuya al mejoramiento del ordenamiento de la zona céntrica de la ciudad.</b>	Creación de una nueva marca de la ciudad.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Divulgar la marca con el fin de rescatar los valores y cualidades de una ciudad a futuros turistas potenciales, y que los habitantes de la misma, se sientan identificados y satisfechos con la marca.</li> <li>- Que los propietarios de negocios formales tomen consciencia y procedan a organizar efectivamente la forma que exhiben sus productos.</li> <li>- Promover la educación ambiental.</li> <li>- Lograr vender mejor el producto para atraer mejores inversores o consumidores.</li> </ul>

*Tabla 3.- Plan de acción Estelí. Fuente: Montoya et al., (2019). Elaboración propia.*

2. En otro estudio realizado en la ciudad de Ambato-Ecuador, realizado por Castro Martín y Chías Navarro (2019), se realizaron tres posibles intervenciones, tales como: Remodelación, la misma que se caracteriza por priorizar las acciones conjuntas para el óptimo uso de actividades, se sugiere la toma real de las necesidades de cada espacio comercial. Repotenciación, transformando todas las particulares desde el interior hasta el exterior, suministrando ideas innovadoras en gestión administrativa y espacial. Como una tercera intervención tenemos, la reubicación, optando por una óptima espacialidad que comunique una centralidad comercial sin la interrupción del tránsito peatonal o el colapso de actividades por parte de los usuarios.
3. Finalmente, en el estudio realizado por Guzmán (2015), en el apartado casos estrategias referenciales, menciona el Plan estratégico de Mercados de Barcelona 2015-2025, mismo que responde a:

La necesidad de renovar un modelo que, a pesar de ser exitoso, debe hacer frente a nuevos retos económicos, sociales y tecnológicos, por ello fue fundamental la participación y el trabajo en conjunto con los agentes involucrados, comerciantes, logística, turismo, administración, sectores públicos y privado, de esta forma haciendo más sólido el fundamento del plan. (p. 98)

Además, Guzmán (2015) establece líneas estratégicas estructuradas a su vez “en los tres ejes descritos en la misión y visión. Estos tres ámbitos se desglosan en doce objetivos, en 39 medidas y en 153 actuaciones a desarrollar en los próximos diez años” (p. 102), de donde se desprende la tabla 4.



*Tabla 4.- Plan de acción Barrio comercial de la Vega. Fuente: Guzmán (2015). Elaboración propia.*

## Conclusiones

Sin duda alguna, el crecimiento del comercio en los últimos 20 años en la avenida Metropolitana de la ciudad de Montecristi ha pasado a primer plano y va en aumento; el estudio es un reflejo de que este fenómeno puede y debe abordarse desde múltiples perspectivas. La relación entre los modos de producción del espacio urbanizado, las formas de organización de dicho espacio que resultan de estos métodos con especial atención a la relación entre el espacio

público y el espacio privado, además de los índices de producción y reproducción de un determinado orden urbano.

Es así que, las actividades comerciales se han focalizado en un tramo de 400 metros, prácticamente lo que es el centro de la avenida, aquí es donde se han asentado de manera proliferada el comercio formal e informal, por el simple hecho de no planificar su crecimiento, siendo este el resultado de lo espontáneo, que con el tiempo ha marcado una tendencia firme en apego con su entorno, acaparando el espacio público y haciendo de este una zona de confort sin opción a expandirse. Las dinámicas políticas asociadas con este fenómeno nos recuerdan una vez más que la demarcación entre lo público y lo privado es principalmente un ejercicio práctico. Como ya se mencionó, el uso de esta dicotomía en su sentido normativo y como un rasgo inherente de la modernidad ha prevalecido en la literatura que vincula el comercio en la vía pública y el uso de los espacios públicos urbanos. El ejercicio de la carrera, sin embargo, en el que permite excluir a algunos actores frente a otros, nos muestra lo importante que es incluir el equilibrio de poder y resistencia contra él en los análisis del espacio.

Toda relación social y urbana debe ser tomada como una interacción con propósito de mejora y desarrollo, cada actividad comercial será sujeta a interpretación por parte de cada usuario, por más de que se encuentre al tanto de las normativas y las condiciones de lo urbano, en este espacio latinoamericano se evidencia cómo los protagonistas del hecho urbano; es decir, del espacio, ve la manera de implantarse en este, diversificando un área sin contemplar su entorno, delimitando su espacio con elementos impropios del sitio que rompen armonía, dando la espalda al orden; no somos más que egoístas y codiciosos ante un bienestar general como es la entrega del espacio al público conforme lo demanda la ley vigente y los ejemplos de control por parte de grupos o agremiados nacionales e internacionales.

Todo cumplimiento a la ley es de carácter obligatorio con fines de regulación, sobreponiendo intereses personales para poder concebir logros en grupo, por ello el disponer de un marco legal faculta poder rigidizar y sancionar en forma escrita a quienes están incumpliendo los artículos legales en la avenida Metropolitana de la ciudad de Montecristi, no se ejemplifica con palabras sino con acciones, además se detalla que en desconocimiento de la ley no salvaguarda su accionar ya que todo es aplicable por parte de las entidades encargadas como lo detalla los art. 54, 56 y 57 de la COOTAD.

Las autoridades competentes, con base a la recomendaciones o propuestas de intervención expuestas, podrían plantear estrategias que se ocupen de las nuevas intervenciones que se realizan dentro de la ciudad de Montecristi, planes que integren todas las redes de comercio formal e informal, optando por medidas que han funcionado en ciertas ciudades, como por ejemplo medidas de control que limiten horarios, con la finalidad de que se sientan parte del espacio urbano, mas no dueños; además, una posible readecuación y reubicación, como sugiere la ciudadanía, generaría una demanda potencial y factible, accesibilidad a transporte urbano y usos urbanos adecuados.



## Bibliografía

Adjudican regeneración de avenida Metropolitana. (2009, 01 de Febrero). El Diario. <https://www.eldiario.ec/noticias-manabi-ecuador/107347-adjudican-regeneracion-de-avenida-metropolitana/>

Asamblea Nacional Constituyente. (2008). Constitución de la República del Ecuador. <https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2020-06/CONSTITUCION%202008.pdf>

Asamblea Nacional Constituyente. (2010). Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones [COPCI]. <https://www.correosdelecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/11/COPCI.pdf>

Asamblea Nacional Constituyente. (2014). Código Orgánico de Organización Territorial [COOTAD]. <https://site.inpc.gob.ec/pdfs/lotaip2020/COOTAD.pdf>

Avimael Vázquez, C., Medrano González, R., Tapia Quevedo, J., & San Martín Barrios, P. (2011). Espacio público e informalidad: El caso del programa de apoyo para la reubicación del comercio popular en la ciudad de México. *Antropología Experimental*, (11), 139-158.

Bartorila, M. Á., & Rosas Lusett, M. A. (2019). Revitalización urbana. Aportaciones para la ciudad vertical. Colofón, S.A. de C.V.

Blandón Montoya J.I., Blandón Montoya M.J. & Arauz Olivas L. (2019). Efectos de la contaminación visual de puestos ambulantes en la imagen Urbana de la zona céntrica de la ciudad de Estelí en el primer trimestre del año 2019. [https://1library.co/document/zxn91odq-efectos-contaminacion-visual-puestos-ambulantes-centrica-esteli-trimestre.html?utm\\_source=search\\_form](https://1library.co/document/zxn91odq-efectos-contaminacion-visual-puestos-ambulantes-centrica-esteli-trimestre.html?utm_source=search_form)

Borja, J. (16 de Julio de 2015). Jordi Borja. Ciudades y Arquitectos. <https://www.jordiborja.cat/ciudades-y-arquitectos/>

Castro Martin, V. & Chías Navarro, P. (2019). Comercio Informal y el espacio urbano en el centro de Ambato. *Eídos*, (14), 33-43. <http://cici.ute.edu.ec/index.php/eidos/article/view/605/468>

Comisión Económica para América Latina y el Caribe [CEPAL] y Organización Internacional del Trabajo [OIT]. (2020). El trabajo en tiempos de pandemia: desafíos frente a la enfermedad por coronavirus (COVID-19). [https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45557/4/S2000307\\_es.pdf](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45557/4/S2000307_es.pdf)

Delgadillo, V. (2017). Markets of La Merced: New frontiers of gentrification in the historic centre of Mexico City. In *Contested Markets, Contested Cities*, 17-35. <http://contested-cities.net/wp-content/uploads/2018/08/Chapter-2.pdf>

Delgado, M. (2011). El espacio público como ideología (2.<sup>a</sup> ed.). Los libros de la Catarata.

Duhau, E., & Giglia, Á. (2004). Conflictos por el espacio y orden urbano. Estudios demográficos y urbanos, (56), 257-288. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=31205601>

García-Doménech, S. (2015). Espacio público y comercio en la ciudad contemporánea. Dearq. Revista de Arquitectura, (17), 26-39. <http://dx.doi.org/10.18389/dearq17.2015.02>

Gehl, J. (2014). Ciudades para la gente (1.<sup>a</sup> ed.). Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Infinito.

Guzmán Salas, D. (2015). Externalidades de la apropiación del espacio público por el comercio formal e informal: barrio comercial de La Vega, Santiago. [Tesis de Máster Gestión y Valoración Urbana]. Repositorio Institucional - Universidad Politécnica de Cataluña. [https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2117/80062/GUZMAN\\_TESIS.pdf](https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2117/80062/GUZMAN_TESIS.pdf)

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). Metodología de la investigación (6.<sup>a</sup> ed.). McGraw-Hill, 92,535.

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos [INEC]. (2010). Censo de Población y Vivienda. [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wpcontent/descargas/Libros/Memorias/memorias\\_censo\\_2010.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wpcontent/descargas/Libros/Memorias/memorias_censo_2010.pdf)

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos [INEC]. (2019). Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU): Indicadores laborales. [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2019/Marzo/032019\\_Mercado%20Laboral\\_final.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2019/Marzo/032019_Mercado%20Laboral_final.pdf)

Lynch, K. (1960). La Imagen de la Ciudad (1.<sup>a</sup> ed.). Gustavo Gili, SL, Barcelona, 1984, 1998.

Ministerio de Vivienda y Urbanismo de Chile [MINVU]. (2017). La dimensión humana en el espacio público: recomendaciones para el análisis y el diseño. <http://biblioteca.digital.gob.cl/handle/123456789/232>

Morgan Ball, D. (2006). Los usuarios del espacio público como protagonistas en el paisaje urbano. Revista de Arquitectura, 8; 34-41. <https://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/15246/1/RevArq08%2034%20Daniel%20Morgan.pdf>

Organización Internacional del Trabajo [OIT]. (2002). Resolución relativa al trabajo decente y la economía informal. <https://www.ilo.org/public/spanish/standards/relm/ilc/ilc90/pdf/pr-25res.pdf>

Organización de las Naciones Unidas [ONU]. (2015). Objetivos de Desarrollo Sostenible. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>

Pérez, E. (2000). Paisaje urbano en nuestras ciudades. Bitácora urbano territorial, 4 (1), 33-37. <https://revistas.unal.edu.co/index.php/bitacora/article/view/18810/19703>

Pfeifer, J. (2003). Arquitectura para el comercio. *Summa+*, (62), 62-69. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4398058>

Ramírez Ibarra, R. (2015). Cityscape and fragmentation in the city. *Bitácora Urbano Territorial*, 25(1), 123-130. <https://doi.org/10.15446/bitacora.v1n25.47449>

Sandoval Betancour, G. (2014). La informalidad laboral: causas generales. *Equidad y desarrollo*, 1(22), 9-45. <https://doi.org/10.19052/ed.3247>

Savari, G. (2008). Mundos aislados: segregación urbana y desigualdad en la ciudad de México. *EURE*, vol. XXXIV, núm. 103, diciembre, 2008, pp. 93-110. Pontificia Universidad Católica de Chile. Santiago, Chile. <https://www.redalyc.org/pdf/196/19611481005.pdf>

Silva Londoño, D. A. (2007). Conflictos por el espacio público urbano y el comercio en vía pública: percepciones acerca de la legitimidad sobre su uso. *El Cotidiano*, 22(143), 48-56. <https://www.redalyc.org/pdf/325/32514307.pdf>

Sy, A. (2014). La observación participante como técnica privilegiada en el acceso a la ritualización de prácticas en torno a la salud: A propósito de la propuesta del frente de artistas del Borda. *Papeles de Trabajo*, 26, 144. <http://biblioteca.puntoedu.edu.ar/bitstream/handle/2133/3428/n26a08.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Anexos

Mapas



Imagen 7.- Predios de la avenida Metropolitana año 2020. Fuente: Ficha de observación. Elaboración propia.

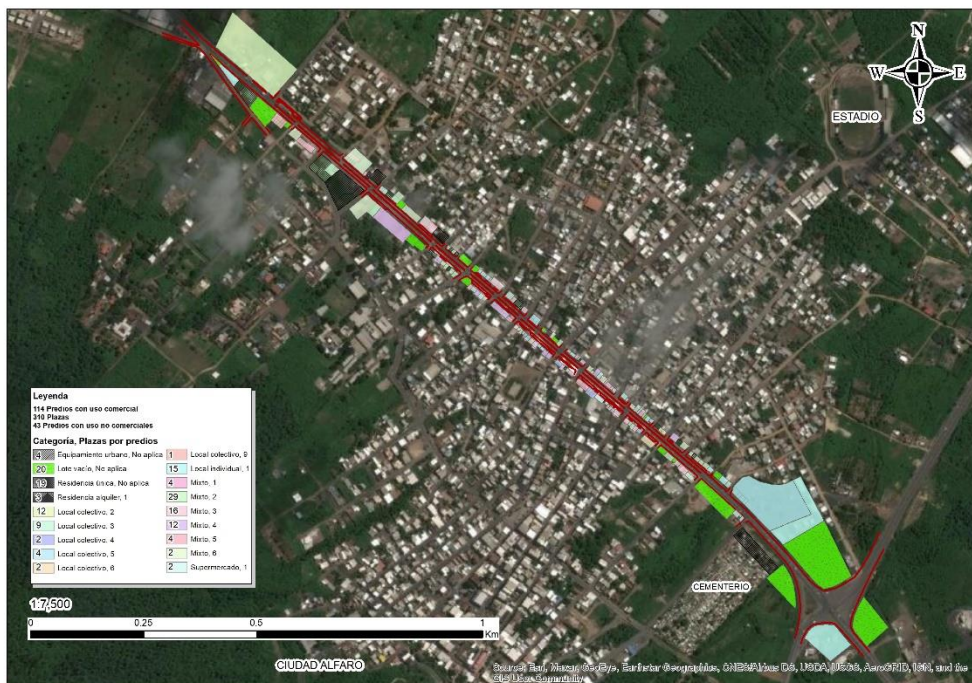


Imagen 8.- Plazas por predios. Fuente: Ficha de observación. Elaboración propia.

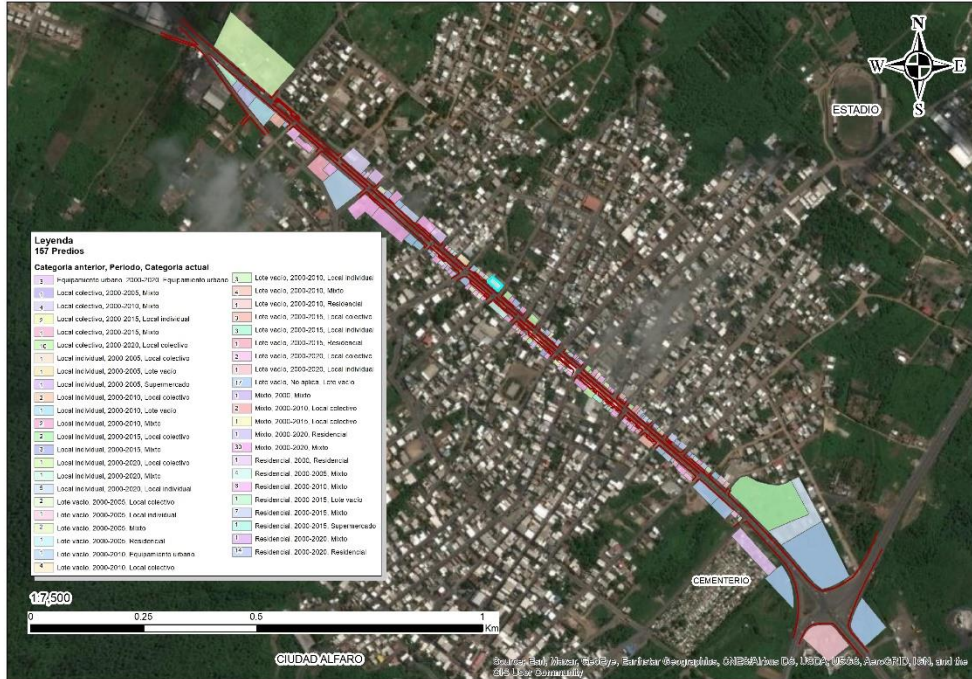


Imagen 9.- Temporalidad del comercio informal de la avenida Metropolitana. Fuente: Ficha de observación. Elaboración propia.

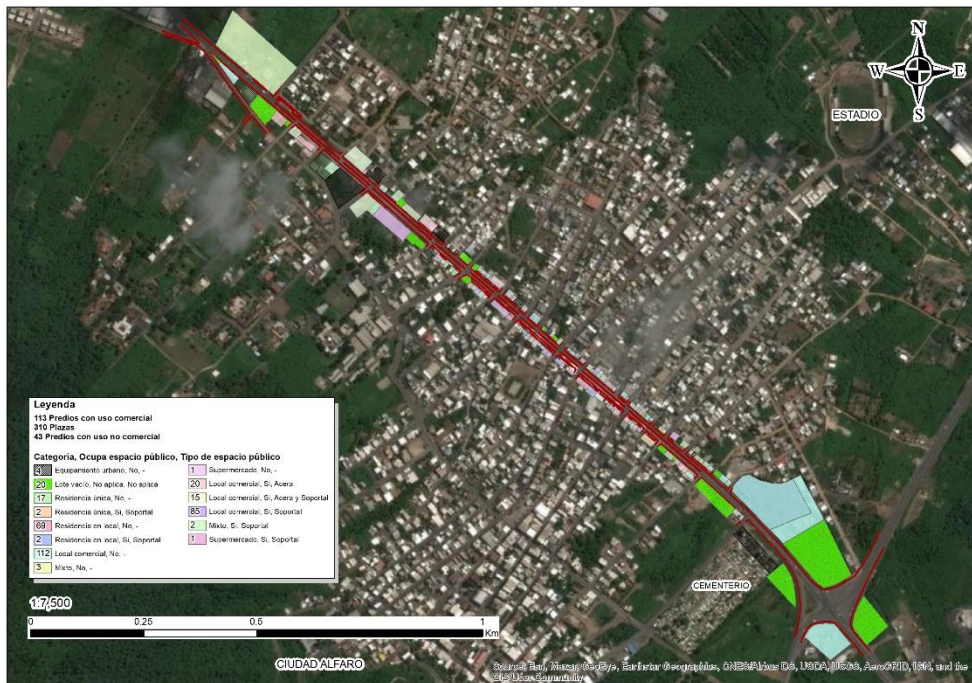


Imagen 10.- Ocupación/tipo de espacio público de la avenida Metropolitana. Fuente: Ficha de observación. Elaboración propia.



Imagen 11.- Tipo de puesto/ temporalidad. Fuente: Ficha de observación. Elaboración propia.



Imagen 12.- Categoría tipo de puesto/ocupación del espacio público. Fuente: Ficha de observación. Elaboración propia.



Imagen 13.- Mapa de calor temporalidad crecimiento comercio formal. Fuente: Ficha de observación. Elaboración propia.

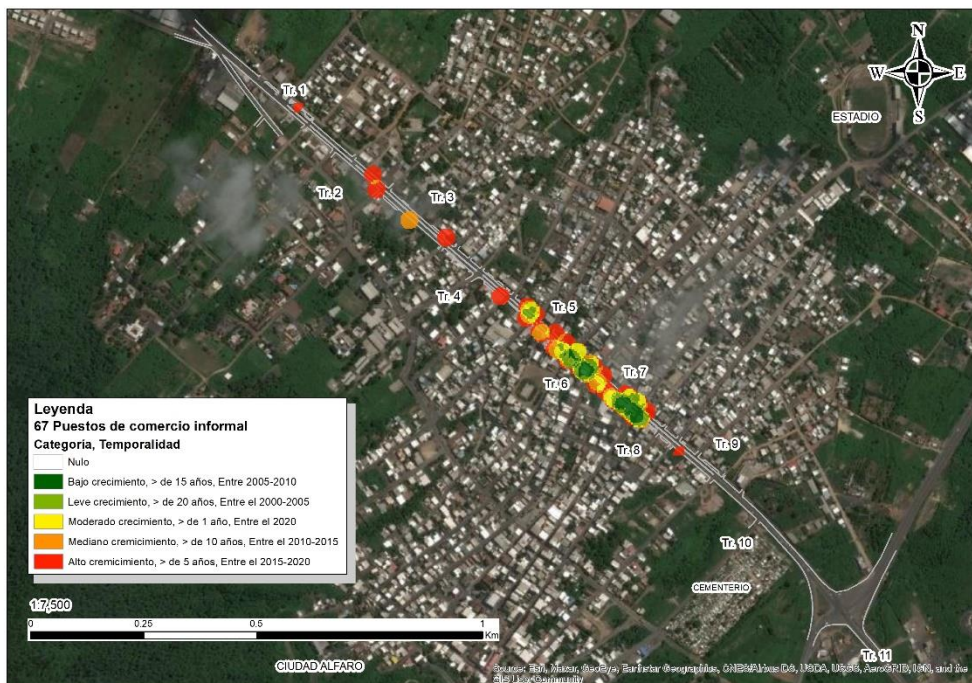


Imagen 14.- Mapa de calor temporalidad crecimiento comercio informal. Fuente: Ficha de observación. Elaboración propia.



Imagen 15.- Mapa de calor concentración de comercio formal. Fuente: Ficha de observación. Elaboración propia.



Imagen 16.- Mapa de calor concentración de comercio informal. Fuente: Ficha de observación. Elaboración propia.





Imagen 17.- Mapa de calor ocupación del espacio público comercio formal e informal.  
 Fuente: Ficha de observación. Elaboración propia.

### Gráficos

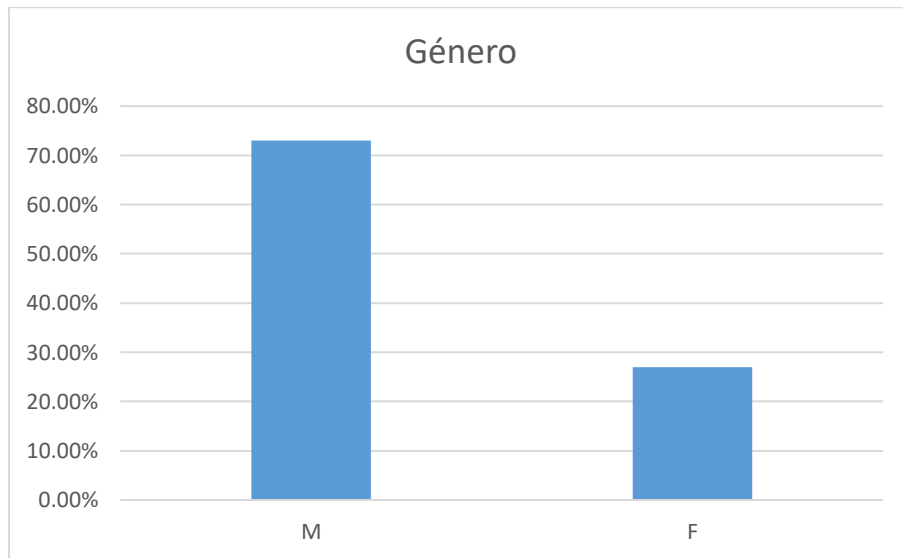


Gráfico 1 Encuesta dirigida a comerciantes informales: Género

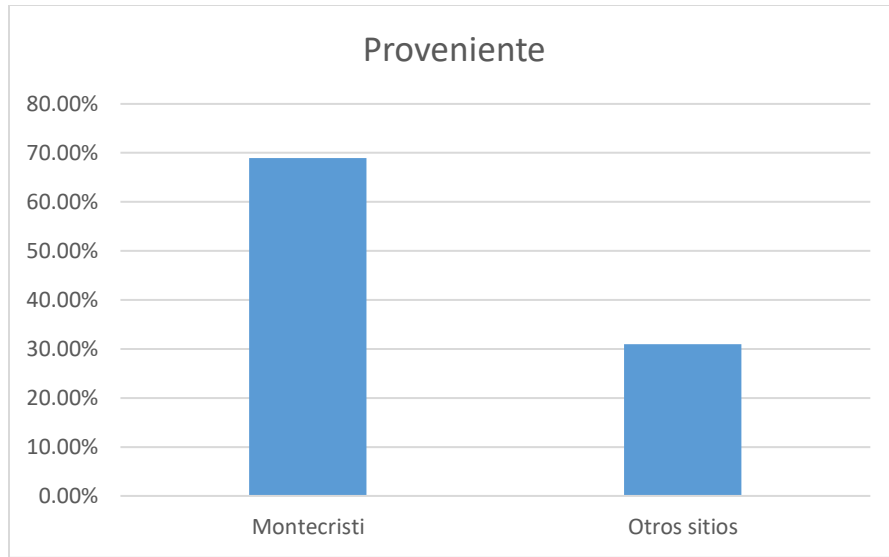


Gráfico 2 Encuesta dirigida a comerciantes informales: ¿De qué sitio proviene?

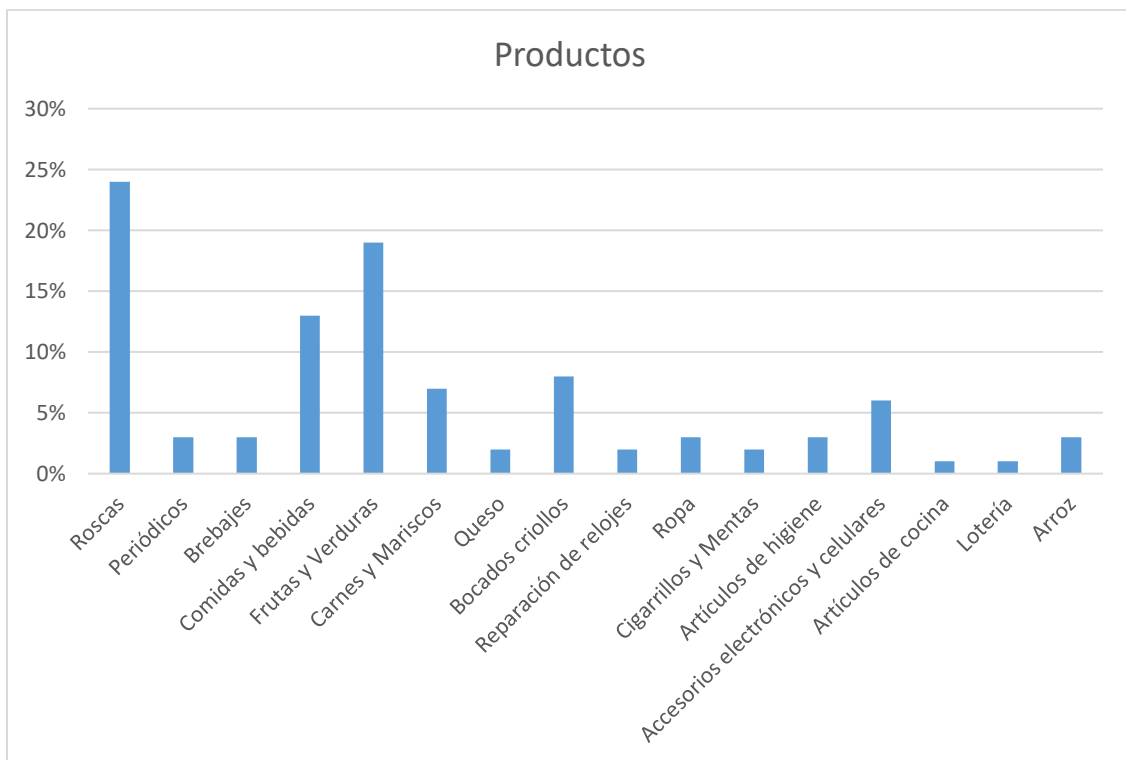
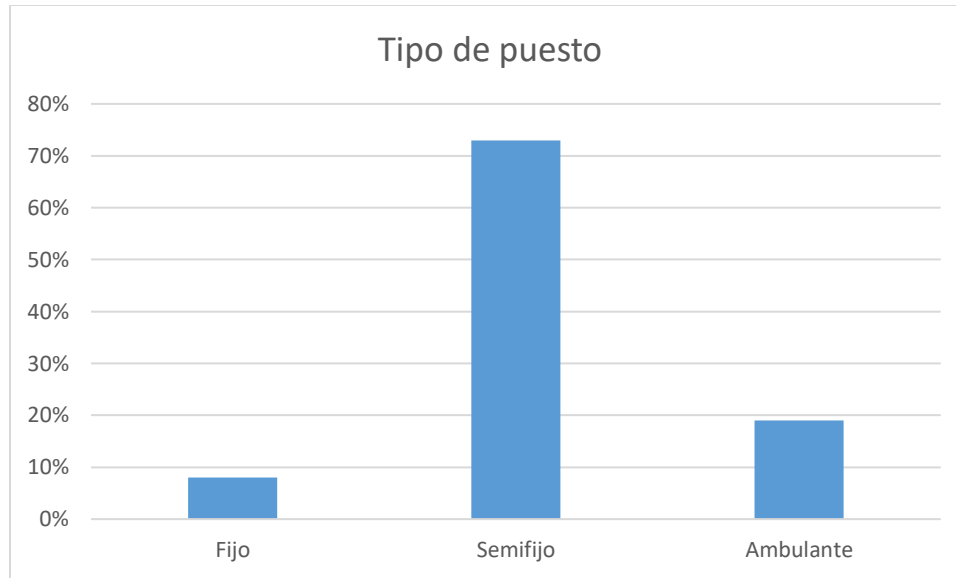
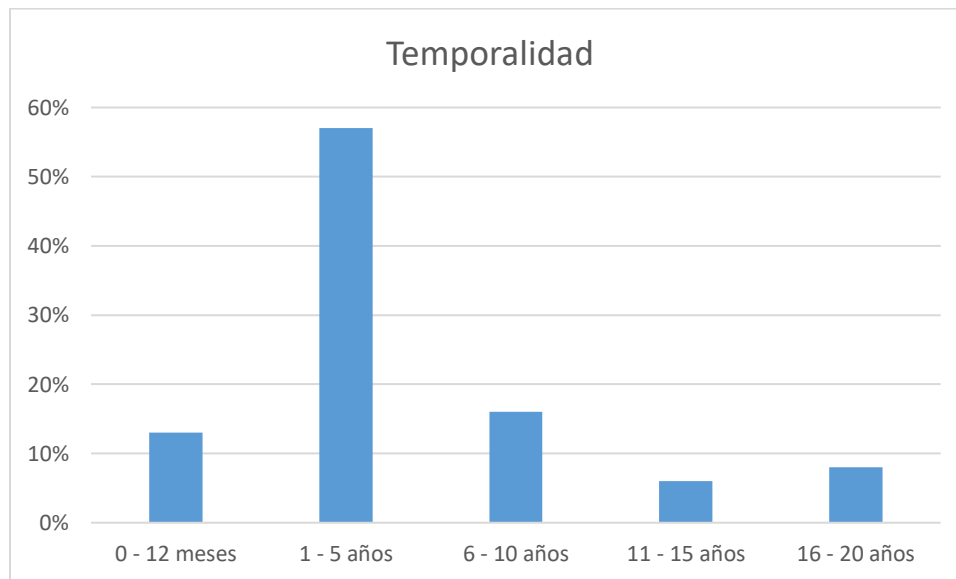


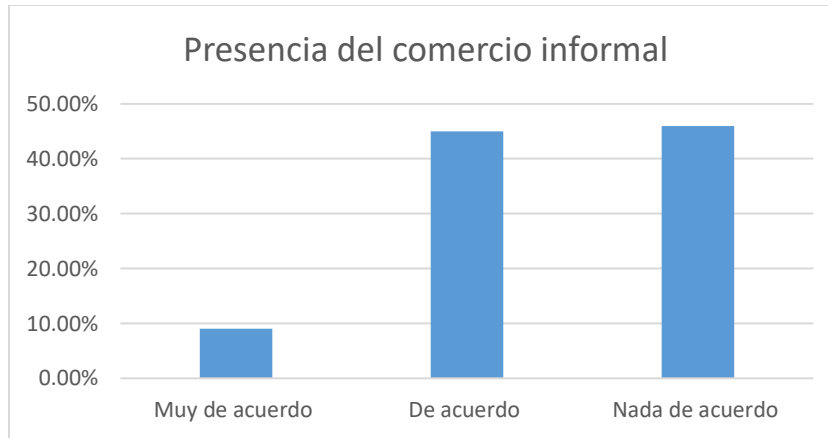
Gráfico 3 Encuesta dirigida a comerciantes informales: Productos que ofrece



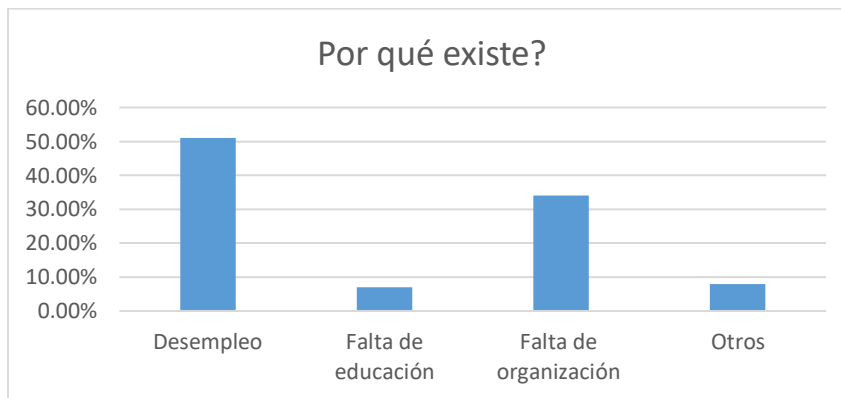
*Gráfico 4 Encuesta dirigida a comerciantes informales: Cuál es el tipo de puestos en que realiza sus actividades*



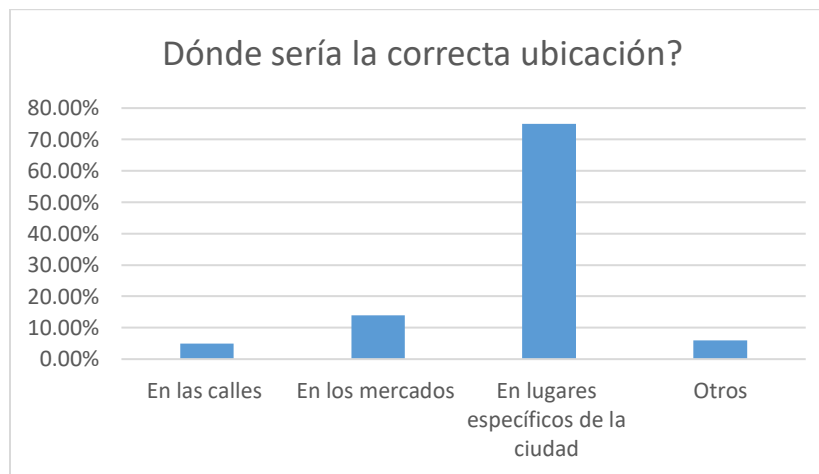
*Gráfico 5 Encuesta dirigida a comerciantes informales: ¿Cuánto tiempo tiene realizando la actividad?*



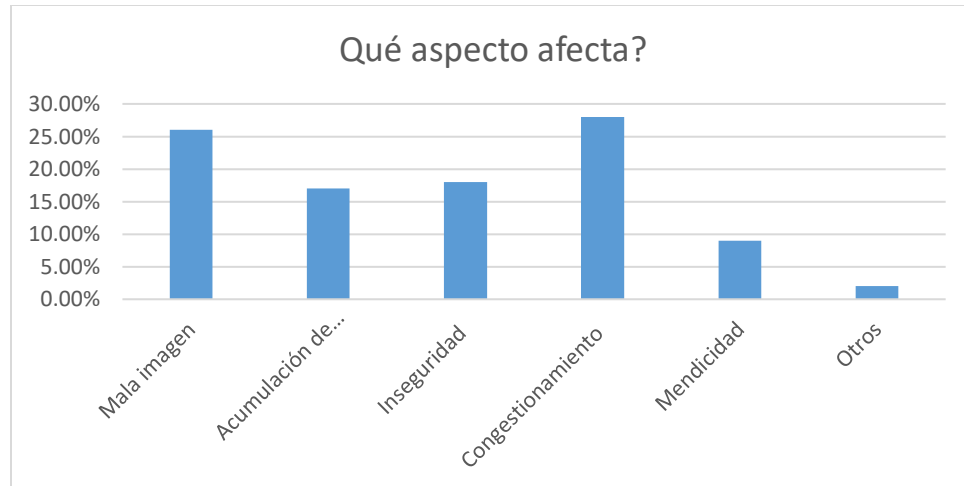
*Gráfico 6 Encuesta dirigida a consumidores o usuarios: ¿Cómo se siente con la presencia del comercio informal?*



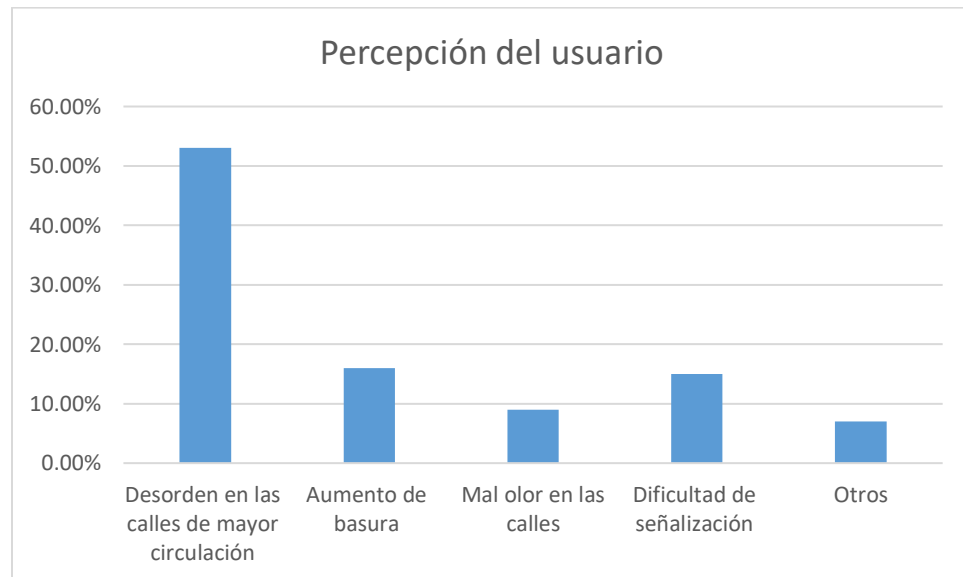
*Gráfico 7 Encuesta dirigida a consumidores o usuarios: ¿Por qué cree que existe el comercio informal?*



*Gráfico 8 Encuesta dirigida a consumidores o usuarios: ¿Cuál cree usted que sería la correcta ubicación del comercio informal?*



*Gráfico 9 Encuesta dirigida a consumidores o usuarios: ¿Qué aspecto afecta mayormente el comercio informal?*



*Gráfico 10 Encuesta dirigida a consumidores o usuarios: ¿Qué percepción tiene como usuario de los puestos ambulantes?*