



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**  
**FACULTAD DE DISEÑO ARQUITECTURA Y ARTES**  
**CARRERA DE ESPACIOS ARQUITECTÓNICOS**

Proyecto de investigación previo a la obtención del Título de Arquitecto de Interiores.

TEMA:

---

**Diseño de los puestos de expendio de comida tradicional de Atocha y su impacto en el bienestar de los actores sociales.**

---

Autora: Estefanía Carolina Velásquez García

Tutor: Arq. Oswaldo Jara

Ambato-Ecuador

Octubre, 2015

## APROBACIÓN DEL TUTOR

En calidad de Tutor del Trabajo de Investigación sobre el tema "DISEÑO DE LOS PUESTOS DE EXPENDIO DE COMIDA TRADICIONAL DE ATOCHA Y SU IMPACTO EN EL BIENESTAR DE LOS ACTORES SOCIALES.", de la Señorita **Estefanía Carolina Velásquez García**, Egresada de la Carrera de **Diseño de Espacios Arquitectónicos** de la Universidad Técnica de Ambato, considero que dicho trabajo de Graduación reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometidos a Evaluación del Tribunal de Grado, que el H. Consejo Directivo de la Facultad designe, para su correspondiente estudio y calificación.

Ambato 19 de Agosto del 2015

.....  
ARQ. OSWALDO JARA  
TUTOR

## APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los Miembros de Tribunal de Grado, APRUEBAN el Trabajo de Investigación sobre el tema: “DISEÑO DE LOS PUESTOS DE EXPENDIO DE COMIDA TRADICIONAL DE ATOCHA Y SU IMPACTO EN EL BIENESTAR DE LOS ACTORES SOCIALES.”, presentado por la Señorita **Estefanía Carolina Velásquez García**, de conformidad con el Reglamento de Graduación para obtener el Título Terminal de Tercer Nivel de la U.T.A.

Ambato, Octubre del 2015

Para constancia firman:

.....

Presidente

.....

Miembro

.....

Miembro

## **AUTORÍA**

Los criterios emitidos en el trabajo de investigación titulado: “DISEÑO DE LOS PUESTOS DE EXPENDIO DE COMIDA TRADICIONAL DE ATOCHA Y SU IMPACTO EN EL BIENESTAR DE LOS ACTORES SOCIALES.”, como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuestas son de absoluta responsabilidad de la autora.

Ambato, Octubre del 2015

## **AUTORA**

.....  
ESTEFANÍA CAROLINA VELÁSQUEZ GARCÍA  
CI. 180475597-1



## **DERECHOS DE AUTOR**

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de ésta tesis o parte de ella un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los Derechos en línea patrimoniales de mi tesis, con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de esta tesis, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autora.

Ambato, Octubre del 2015

AUTORA

.....  
ESTEFANÍA CAROLINA VELÁSQUEZ GARCÍA  
CI. 1804755971

## **DEDICATORIA**

A mis padres:

Los que en todo momento supieron darme ayuda moral y material a base de sacrificio y amor, han hecho posible este trabajo.

Estefanía Velásquez

## **AGRADECIMIENTO**

A mis padres por su ayuda incondicional. A los docentes de la FDAA por impartir sus conocimientos. Al departamento de Cultura del GADMA por su apoyo en este proyecto. Y a todas las personas que han estado a mi lado en este proceso.

Gracias  
Estefanía Velásquez

## ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS

<b>Contenido</b>	<b>Página</b>
PORTADA.....	i
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO .....	iii
AUTORÍA.....	iv
DERECHOS DE AUTOR.....	v
DEDICATORIA .....	vi
AGRADECIMIENTO.....	vii
ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS.....	viii
ÍNDICE DE CUADROS.....	xii
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	xiv
RESUMEN EJECUTIVO .....	xv
SUMMARY .....	xvi
INTRODUCCIÓN .....	xvii
<b>CAPÍTULO I.....</b>	<b>1</b>
<b>EL PROBLEMA .....</b>	<b>1</b>
1. Planteamiento del problema .....	1
1.1. Tema .....	1
1.2. Contextualización .....	1
1.3. Análisis crítico .....	3
1.4. Delimitación del objeto de investigación.....	6
1.5. Justificación .....	6
1.6. Objetivos.....	8
1.6.1. Objetivo general .....	8
1.6.1. Objetivo específicos .....	8
<b>CAPÍTULO II.....</b>	<b>9</b>
<b>MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>9</b>
2.1. Antecedentes de la investigación.....	9

2.2. Bases teóricas. ....	11
2.3. Definiciones conceptuales. ....	14
2.3.1. Diseño de modulares. ....	17
2.3.1.1. Diseño. ....	17
2.3.1.2. Tipología de modulares. ....	20
2.3.1.3. Mercado. ....	23
2.3.1.4. Ergonomía. ....	24
2.3.1.5. Puestos ambulantes. ....	29
2.3.2. Construcciones efímeras. ....	31
2.3.3. Arquitectura de Interiores. ....	31
2.3.4. Entorno Social y cultural. ....	33
2.3.5. Condiciones para el desarrollo humano. ....	33
2.3.6. Bienestar de los actores sociales. ....	34
2.3.6.1. Condiciones Físicas. ....	35
2.3.6.2. Usuario/ Propietario. ....	40
2.3.6.3. Consumidor/ Cliente. ....	43
2.4. Señalamiento de Variables. ....	45
2.4.1. Variable Dependiente ....	45
2.4.2. Variable Independiente ....	45
<b>CAPÍTULO III.....</b>	<b>46</b>
<b>MARCO METODOLÓGICO.....</b>	<b>46</b>
3.1. Diseño metodológico.....	46
3.1.1. Enfoque de la investigación.....	46
3.1.2. Modalidad de la investigación.....	46
3.1.3. Niveles y tipos de investigación.....	47
3.2. Población y muestra.....	47
3.5. Técnicas de recolección de datos.....	52
3.5.1. Análisis de los resultados.....	52
3.5.1.1. Encuesta realizada a los Integrantes de la Asociación 2 de Noviembre.....	53
3.5.1.2. Encuesta realizada a los clientes de la Asociación 2 de Noviembre. .....	64

3.5.1.3. Análisis de la entrevista realizada a integrantes del Departamento de Turismo y Cultura, y del Departamento de Planificación del GADMA.	71
3.5.1.4. Análisis FODA.....	75
<b>CAPÍTULO IV .....</b>	<b>78</b>
<b>PROPUESTA.....</b>	<b>78</b>
4.1. Memoria descriptiva y justificativa. ....	78
4.1.1. Descripción del proyecto .....	78
4.1.2. Antecedentes y referencias .....	79
4.1.3. Contextualización .....	81
4.1.4. Objetivo del proyecto.....	82
4.2. Memoria técnica .....	82
4.2.1. Características técnicas .....	82
4.2.1.1. Módulo de expendio de comida. ....	83
4.2.1.2. Detalles Técnicos. ....	94
4.2.2. Normativas marco legal .....	96
4.3. Condiciones económicas y/o comerciales. ....	100
4.3.1. Presupuesto .....	100
4.3.2. Financiamiento.....	101
4.3.3. Impacto Comercial.....	103
4.4. Representación en planos Arquitectónicos.....	103
<b>CAPÍTULO V.....</b>	<b>104</b>
<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</b>	<b>104</b>
5.1. Conclusiones.....	104
5.2. Recomendaciones.....	105
<b>CAPÍTULO VI.....</b>	<b>107</b>
<b>PARA LA EJECUCIÓN Y/O CONSTRUCCIÓN.....</b>	<b>107</b>
6.1. Condiciones económicas y sociales.....	107
6.1.1. Presupuesto .....	107
6.1.2. Financiamiento.....	107
6.1.3. Impacto social .....	108
<b>CAPÍTULO VII.....</b>	<b>109</b>
7.1. Bibliografía.....	109

7.2. Bocetos .....	113
7.3. Entrevistas, encuestas .....	116
<b>ANEXOS .....</b>	<b>121</b>

## ÍNDICE DE CUADROS

<b>Contenido</b>	<b>Página</b>
<b>Tabla N°1:</b> Elementos del Diseño Bidimensional. ....	19
<b>Tabla N°2:</b> Elementos de la Forma Bidimensional.....	20
<b>Tabla N°3:</b> Elementos del Diseño Tridimensional. ....	20
<b>Tabla N°4:</b> Clasificación vendedores ambulantes, por la afectación que generan en el espacio que se encuentran. ....	30
<b>Tabla N°5:</b> Clasificación vendedores ambulantes, por el tiempo que permanecen. ....	30
<b>Cuadro N°1:</b> Muestra resultante de la población.....	48
<b>Cuadro N°2:</b> Operacionalización; Variable Dependiente.....	49
<b>Cuadro N°3:</b> Operacionalización; Variable Independiente .....	50
<b>Cuadro N°4:</b> Recolección de la información.....	51
<b>Cuadro N°5:</b> Áreas prioritarias dentro del puesto de venta.....	53
<b>Cuadro N°6:</b> Dificultades para armar su módulo. ....	54
<b>Cuadro N°7:</b> Aspectos de limpieza.....	55
<b>Cuadro N°8:</b> Adaptación del puesto a todas las actividades que realiza.....	56
<b>Cuadro N°9:</b> Actividades difíciles de realizar dentro del puesto.....	57
<b>Cuadro N°10:</b> Frecuencia de ayuda dentro del puesto de venta. ....	58
<b>Cuadro N°11:</b> Aspectos que más se apreciaría dentro del puesto. ....	59
<b>Cuadro N°12:</b> Aspectos prioritarios dentro del módulo. ....	60
<b>Cuadro N°13:</b> Factores que han afectado a la salud. ....	61
<b>Cuadro N°14:</b> Tipos de fatigas que se siente al final de la jornada. ....	62
<b>Cuadro N°15:</b> Mensaje visual de los puestos de venta de Colada Morada. ....	63
<b>Cuadro N°16:</b> La calidad es mejor por la imagen que transmiten los puestos. ...	64
<b>Cuadro N°17:</b> Creación de módulos trasportables mejorará la apariencia del sector. ....	65
<b>Cuadro N°18:</b> Ambiente adecuado para satisfacer las necesidades de los turistas. ....	66
<b>Cuadro N°19:</b> Entorno sociocultural es fomentado por el ambiente.....	67
<b>Cuadro N°20:</b> Factores ambientales generan más incomodidad. ....	68
<b>Cuadro N°21:</b> Elementos y aspectos que más incómoda. ....	69
<b>Cuadro N°22:</b> Tradición y el ambiente familiar. ....	70



<b>Cuadro N°23:</b> Matriz de estrategias FODA.....	76
<b>Cuadro N°24:</b> Matriz de estrategias y políticas.....	77
<b>Cuadro N°25:</b> Presupuesto. ....	101
<b>Cuadro N°26:</b> Recursos Humanos.....	102
<b>Cuadro N°27:</b> Recursos Materiales. ....	102
<b>Cuadro N°28:</b> Recursos de Oficina. ....	102
<b>Cuadro N°29:</b> Recursos Tecnológicos.....	102
<b>Cuadro N°30:</b> Otros recursos.....	103
<b>Cuadro N°31:</b> Total de recursos. ....	103

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>Contenido</b>	<b>Página</b>
<b>Gráfico N° 1:</b> Árbol de Problemas.....	<b>4</b>
<b>Gráfico N° 2:</b> Red de inclusiones conceptuales.....	<b>14</b>
<b>Gráfico N° 3:</b> Constelación de ideas de la variable dependiente. ....	<b>15</b>
<b>Gráfico N° 4:</b> Constelación de ideas de la variable independiente. ....	<b>16</b>
<b>Gráfico N°5:</b> Áreas prioritarias dentro del puesto de venta. ....	<b>53</b>
<b>Gráfico N°6:</b> Dificultades para armar su módulo. ....	<b>54</b>
<b>Gráfico N°7:</b> Aspectos de limpieza. ....	<b>55</b>
<b>Gráfico N°8:</b> Adaptación del puesto a todas las actividades que realiza. ....	<b>56</b>
<b>Gráfico N°9:</b> Actividades difíciles de realizar dentro del puesto.....	<b>57</b>
<b>Gráfico N°10:</b> Frecuencia de ayuda dentro del puesto de venta. ....	<b>58</b>
<b>Gráfico N°11:</b> Aspectos que más se apreciaría dentro del puesto. ....	<b>59</b>
<b>Gráfico N°12:</b> Aspectos prioritarios dentro del módulo. ....	<b>60</b>
<b>Gráfico N°13:</b> Factores que han afectado a la salud. ....	<b>61</b>
<b>Gráfico N°14:</b> Tipos de fatigas que se siente al final de la jornada. ....	<b>62</b>
<b>Gráfico N°15:</b> Mensaje visual de los puestos de venta de Colada Morada.....	<b>63</b>
<b>Gráfico N°16:</b> La calidad es mejor por la imagen que transmiten los puestos.....	<b>64</b>
<b>Gráfico N°17:</b> Creación de módulos trasportables mejorará la apariencia del sector. ....	<b>65</b>
<b>Gráfico N°18:</b> Ambiente adecuado para satisfacer las necesidades de los turistas. ....	<b>66</b>
<b>Gráfico N°19:</b> Entorno sociocultural es fomentado por el ambiente. ....	<b>67</b>
<b>Gráfico N°20:</b> Factores ambientales generan más incomodidad. ....	<b>68</b>
<b>Gráfico N°21:</b> Elementos y aspectos que más incómoda. ....	<b>69</b>
<b>Gráfico N°22:</b> Tradición y el ambiente familiar.....	<b>70</b>
<b>Gráfico N° 23:</b> Constelación de ideas características técnicas .....	<b>82</b>

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**  
**FACULTAD DE DISEÑO, ARQUITECTURA Y ARTES**  
**CARRERA DE DISEÑO DE ESPACIOS ARQUITECTÓNICO**  
**MODALIDAD: PRESENCIAL**

**TEMA:**

**“Diseño de los puestos de expendio de comida tradicional de Atocha y su impacto en el bienestar de los actores sociales.”**

**AUTORA:** Estefanía Carolina Velásquez García

**TUTOR:** Arq. Oswaldo Jara

**RESUMEN EJECUTIVO**

El problema central de estudio es la deficiente planificación urbana en lugares históricos como es el sector de Atocha, en donde existen problemas de circulación vehicular y peatonal, dado estas circunstancias los puestos de venta actual de colada morada ocasionan problemas de bienestar tanto para los expendedores como para los clientes. Por esta razón se realizó una definición de las causas, para posteriormente establecerlas en los resultados. La presente investigación se basa en el paradigma crítico-propositivo, es también de carácter cualitativo, cuantitativo, de campo, bibliográfico y descriptivo. La población de investigación es la Asociación 2 de Noviembre conformado por 21 personas y los clientes que mensualmente son alrededor de 1050, al aplicar las encuestas se obtuvo como resultado la existencia de problemas con los aspectos físicos de los puestos que afectan en especial a los vendedores, y causa desconfianza en los clientes. Por otro lado los puestos de venta al ser improvisados carecen de algunas áreas como la de limpieza, así como también los espacios de almacenamiento y preparación están a la vista. Para cubrir todas las necesidades que poseen los expendedores y de esta manera generar confianza en los clientes, se plantea el diseño de un módulo desplegable de fácil transporte, con los espacios y elementos que son necesarios para facilitar la venta de comida tradicional, en este caso de colada morada, para el sector de Atocha del cantón Ambato, Provincia de Tungurahua para brindar un mejor servicio a los clientes.

**Palabras claves:** Diseño de interiores, carro de comida, sistemas plegables, comida tradicional.

**TECHNICAL UNIVERSITY OF AMBATO  
FACULTY OF DESIGN, ARCHITECTURE AND ARTS  
CAREER DESIGN ARCHITECTURAL SPACES  
MODE: CLASSROOM**

**TOPIC:**

**“Design of the stand of traditional food sale and its impact on the social actor’s welfare.”**

**AUTHOR:** Estefanía Carolina Velásquez García

**TUTOR:** Arq. Oswaldo Jara

**SUMMARY**

The main problem of study is the deficient urban planning in historic places such as Atocha, where exist problems of vehicular and pedestrian circulation, whit this circunstances the actual stand to sale colada morada are causing many problems of welfare for both the retailers and the customers. For this reason a definition of causal subsequently established in the results was performed. The present research is based in the critic-propositive paradigm, is also quantitative qualitative, field, bibliographic and descriptive research. The research poblacion is the Asociación 2 de Noviembre conformed by 21 people and customers who are monthly around 1050, the customers filled a survey with evidence problems with the physics aspects of the stand that affect specially to the seller and generates distrust in customers. In the other side the improvised stands have a lack of some areas as the cleaning area, and the storage and preparations spaces are not adecuated. To cover all the needs that dealers have and generate more confidence in the customers its planted a design for a module easy to transport and with all the facilities to expend traditional food, in this case colada morada, in Atocha, Canton Ambato, province of Tungurahua, and improve the quality of this service.

**Keywords:** Interior design, food car, folding system, traditional food.

## INTRODUCCIÓN

El presente proyecto realiza un análisis de los puestos de venta de comida tradicional (colada morada) del sector de Atocha, del cantón de Ambato, provincia de Tungurahua, y como estos impactan en el bienestar de los actores sociales, con el objetivo de mejorar el espacio público de una manera organizada y ofreciendo a los vendedores espacios confortables para de esta manera dar confianza y seguridad alimentaria a los clientes. Este estudio contiene seis capítulos, los mismos que se han distribuido de la siguiente manera:

**El Capítulo I, Planteamiento del problema**, cita el problema de investigación, así como también la contextualización y delimitación del objeto a investigar, de igual manera su respectiva justificación y los objetivos a plantearse para la investigación

**En el Capítulo II, Marco Teórico**, se encuentran los antecedentes de la investigación como también las bases teóricas que permitirá detectar normativas que los puestos actuales incumplen. Por otro lado tenemos definiciones conceptuales las cuales nos ayudará en cada uno de los aspectos que se requiere del problema, por último el señalamiento de las variables.

**En el Capítulo III, Marco Metodológico**, se establecen los métodos, técnicas e instrumentos de investigación, se determina la población y muestra como también los cuadros de operacionalización de variables. Al establecerse los instrumentos de recolección de datos se analiza los resultados obtenidos de los mismos mediante gráficos y porcentajes.

**En el Capítulo IV, Diseño**, se establece la propuesta de diseño con los planos y detalles constructivos, al igual que la memoria descriptiva y justificativa en donde encontramos la descripción del proyecto y sus objetivos, memoria técnica de materiales del diseño propuesto, como las condiciones económicas y/o comerciales.

**En el Capítulo V, Conclusiones y recomendaciones,** se muestran las Conclusiones y Recomendaciones en base a los resultados de las encuestas realizadas a los integrantes de la Asociación 2 de Noviembre y los clientes de los mismos.

**En el Capítulo VI, Para la ejecución y/o construcción,** se presenta los posibles resultados al implementar la propuesta, ya sea en aspectos financieros o al impacto social que se pueda dar.

**En el Capítulo VII,** se muestra la bibliografía empleada, los bocetos que se realizó para llegar a la propuesta definitiva, por último el formato de encuesta y entrevista aplicadas.

## **CAPÍTULO I**

### **EL PROBLEMA**

#### **1. Planteamiento del problema**

##### **1.1. Tema**

Diseño de los puestos de expendio de comida tradicional de Atocha y su impacto en el bienestar de los actores sociales.

##### **1.2. Contextualización**

Las ciudades latinoamericanas poseen una gran riqueza cultural, en donde el ámbito gastronómico es muy amplio, los platillos preparados por los ancestros son los que normalmente se encuentran en la venta informal de cada país en donde se evidencian las raíces. Las crecientes poblaciones suburbanas marginales han sido la causa del aumento de la venta informal de alimentos en las afueras de la ciudad constituyéndose en un elemento necesario de la vida urbana cotidiana, incrementando la demanda de alimentos baratos y culturalmente apropiados, pero de una forma intuitiva y rudimentaria; a pesar de los efectos negativos que conllevan, como son los aspectos higiénicos y la congestión vehicular, “reducen el difícil problema de proporcionar alimentos baratos y sabrosos en los lugares de trabajo, además de ofrecer a los turistas la oportunidad de probar a bajo costo la comida local” (Arámbulo, 1995, p.98).

Por otro lado los puestos de venta informal en latinoamérica generan desorden pero por la acogida que estos han tenido no muestra ningún indicio de que desaparezcan, más bien por las condiciones económicas que pasan algunos países estos con el paso de años y por el aumento de desempleo aumentarán, razón por lo cual las autoridades están buscando la manera de apoyar y fomentar este tipo de

venta como es la callejera, mediante reglamentaciones y aplicando medidas que fomenten la organización y la higiene para garantizar la salud de los consumidores.

En países como el Ecuador las autoridades no han podido evitar que se proliferen los puestos de venta informal de comida, así como también la contaminación auditiva que es provocada por los vendedores y la congestión vehicular. El objetivo es impedir que nuevos negocios se coloquen en las veredas y calles, pero a pesar de los esfuerzos de las autoridades estos siguen en incremento, el Diario Manabita (2012) expresa: “las personas deben de tener cuidado cuando comen en estos puestos informales, sobre todo tomar en cuenta la higiene para evitar problemas de salud”, recomiendan; ya que a pesar de no haber garantía en el aseo los consumidores prefieren estos alimentos considerándolos un verdadero manjar, así como también son de acceso inmediato cuando se ubican cerca de terminales que dan servicio en horas de la madrugada.

Los puestos de venta de alimentos informales denigran la imagen de la ciudad, y a la inexistencia de control sanitario se suma la falta de condiciones de comodidad que el vendedor y el usuario tienen que soportar para la venta y consumo de los alimentos. Por esta razón las autoridades municipales de cada provincia han buscado alternativas de reubicación para combatir el desorden dentro de las ciudades, como se lo realizó en la ciudad de Quito ubicando a estos puestos de expendio de comida tradicional dentro de mercados y creando paseos comerciales como es el centro de comercialización popular Michelena (Ulloa, 2003).

En la provincia de Tungurahua, en especial la ciudad de Ambato se puede encontrar varias opciones en cuanto a comida tradicional se trata. Los famosos agachaditos\*<sup>1</sup> se ubicaban anteriormente en las aceras obstruyendo las calles principales, se consideró su situación dándoles una ubicación en los nuevos y remodelados mercados del centro de la ciudad en donde disponen de los servicios básicos y dan un mejor servicio a los consumidores, pero a pesar de los esfuerzos

---

<sup>1</sup> Agachaditos: Lugar económico para comer, se denomina así ya que las personas comen sentados y presurosamente.



de parte de las autoridades municipales no se ha podido erradicar definitivamente la venta improvisada y rudimentaria de alimentos.

En el sector de Atocha la venta de colada morada con empanadas se realiza de esta manera improvisada; generando malestar a los moradores en especial los fines de semana que es cuando hay más demanda; por tales circunstancias las autoridades han decidido reubicar a las personas de la Asociación 2 de Noviembre en el parque central de Atocha para que sea únicamente peatonal los fines de semana para el expendio de los productos. Por este motivo la infraestructura actual de los puestos de venta de colada morada no son apropiados para la comodidad del usuario y del consumidor, generando lesiones laborales y malestar, determinando que se necesita intervenir en los mismos.

### **1.3. Análisis crítico**

### 1.3. Análisis crítico

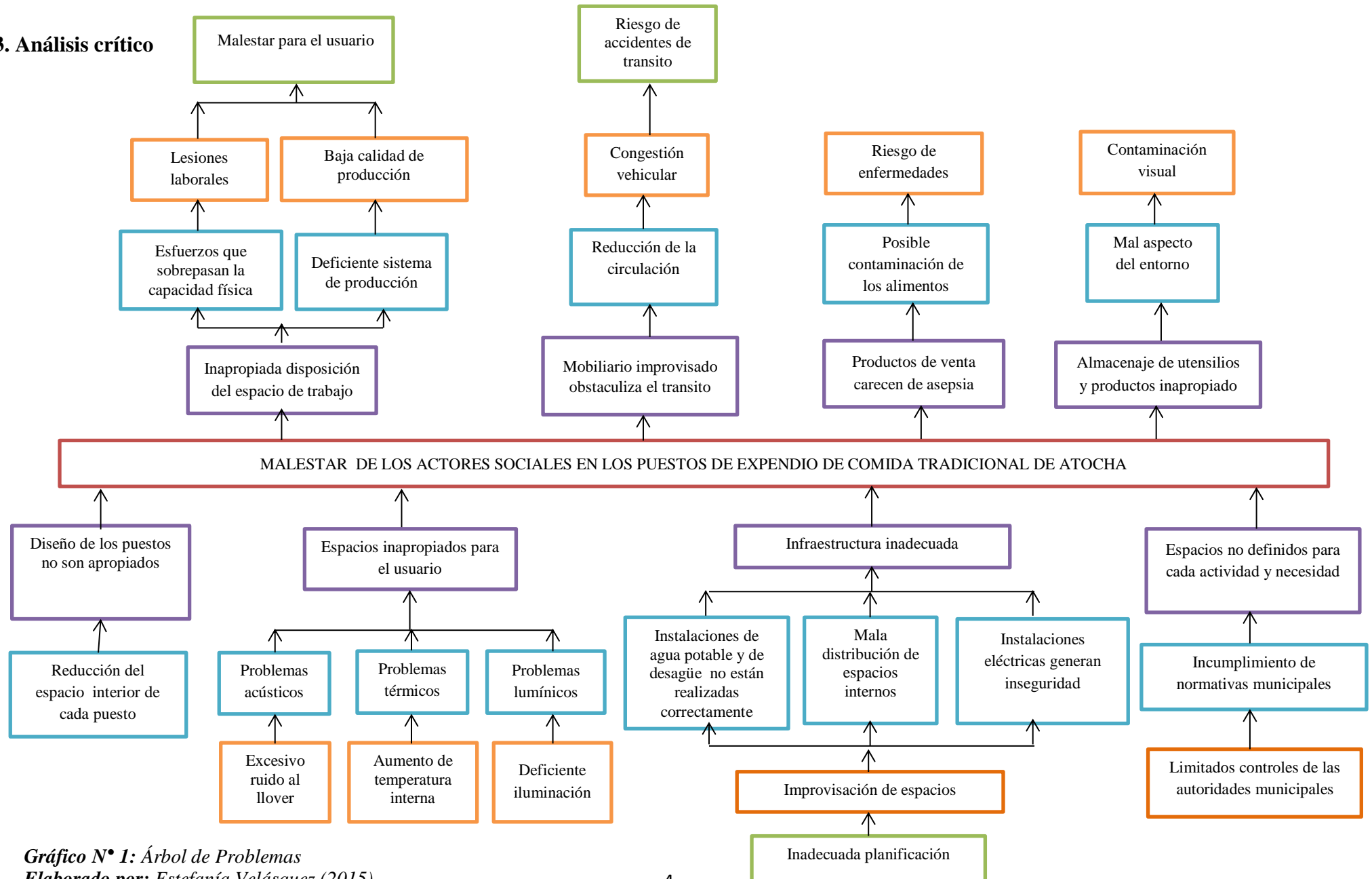


Gráfico N° 1: Árbol de Problemas  
Elaborado por: Estefanía Velásquez (2015)

El sector de Atocha es característico por la venta de colada morada y de los platillos que acompañan a este, en donde la planificación por parte de los usuarios al momento de instalar los puestos y poner a la venta su producto es inadecuada, improvisando espacios en la vía pública en donde complican el tránsito y los productos se ven afectados por el CO<sub>2</sub>, dando como resultado que los puestos de venta tengan una mala distribución de espacios internos. Además considerando que las instalaciones de agua potable, de drenaje e instalaciones eléctricas no están realizadas correctamente y generando inseguridad, se puede observar que la infraestructura de los espacios de venta no son adecuados y poco seguros para este fin, todos estos aspectos mencionados ocasionan problemas de bienestar de los actores sociales dentro de los puestos.

Como ya se mencionó existen aspectos físicos dentro del puesto que ocasionan malestar, uno de estos aspectos son los causados por el material que se emplea para las cubiertas, siendo este el excesivo ruido al llover o la incomodidad de los clientes cuando no existe una cubierta, el aumento de temperatura interna es generado por producto de los materiales que se utiliza para la construcción improvisada de los puestos. Otro aspecto es la iluminación deficiente tanto para los usuarios como para los clientes, y muchas veces peligros. Estos aspectos ocasionan problemas acústicos, térmicos y lumínicos generando incomodidad en los clientes y por ende problemas de bienestar.

El incremento de puestos de venta de comida tradicional en el sector es muy notorio por la demanda que existe, reduciendo así el espacio funcional interno entre un puesto y otro, generando que el diseño actual de cada puesto no sea el apropiado. Por esta razón existen problemas de bienestar de los usuarios al momento de la venta en la ubicación de los utensilios que se necesitan, como de los consumidores al momento de degustar el producto, de esta manera los puestos de expendio de comida tradicional no son apropiados.

Las autoridades han realizado limitados controles en lo que respecta a resguardar la salud de los consumidores de este sector, por esta razón los usuarios pasan por

alto normativas que se debe cumplir cuando se trata del expendio de alimento y de igual manera con el espacio físico, por este motivo dentro de los puestos no existen espacios definidos para cada actividad que se realiza y necesidad que se debe cubrir, provocando más problemas y contribuyendo a la falta de bienestar de los actores sociales dentro de los puestos de expendio.

#### **1.4. Delimitación del objeto de investigación**

- CAMPO: Arquitectura
- ÁREA: Construcciones efímeras.
- ASPECTO: Puestos de expendio de comida tradicional
- TIEMPO: Agosto 2014- Febrero 2015
- ESPACIO: Sector Atocha
- UNIDADES DE OBSERVACIÓN: Asociación 2 de Noviembre.

#### **1.5. Justificación**

La parroquia Atocha del cantón Ambato de la provincia de Tungurahua siempre se ha caracterizado por la venta de comida tradicional como es la colada morada, se considera conveniente realizar la investigación por el motivo de que el sector es un punto muy importante dentro de la ruta gastronómica de la ciudad de Ambato como también de la ruta turística ya que es unos de los sectores más antiguos y tradicionales debido a que en el mismo se encuentra las Quintas de Ilustres ambateños como son Juan Montalvo y Juan León Mera además del parque botánico La Liria, por tales motivos la investigación servirá para darle un mejor aspecto visual al sector.

En el sector la venta de colada morada se la realiza de diferentes maneras, una de ellas es la improvisación de espacios como garajes o incluso dentro de los jardines de las casas que se encuentran en la calle Dr. Rodrigo Pachano Lalama. Otras personas han preferido instalar restaurantes en las viviendas patrimoniales cercanas al parque en donde preparan y expenden únicamente este producto, así como también las guaguas de pan y las empanadas de viento, y por otro lado

tenemos a los vendedores informales que se ubicaban en los alrededores del parque de Atocha.

Los vendedores ambulantes para evitar problemas con la municipalidad hace 10 años decidieron asociarse, conocidos hoy como Asociación 2 de Noviembre, se ubican en carpas principalmente en la calle Mentor Mera entre las calle Himno Nacional y Dr. Rodrigo Pachano Lalama. Actualmente son los representantes turísticos de este sector y de la ciudad de Ambato, por lo tanto el aporte investigativo tiene el propósito de ayudar y mejorar la venta de los integrantes de la Asociación dando un nuevo aspecto a los representantes gastronómicos de la ciudad de Ambato para diferenciarlos de los demás puestos.

Los beneficios que el proyecto brindará al sector como se mencionó es darle realce a las tradiciones y costumbres de la ciudad de Ambato dando una buena impresión a los turistas solucionando los problemas de tránsito que se genera en el sector mediante nuevos sistemas que ayudarán a establecer espacios más adecuados para la venta de colada morada. Los usuarios los consumidores y el sector turístico serán los principales beneficiarios ya que con la investigación se tendrá un conocimiento más a fondo de las necesidades que se deben cumplir para brindar un mejor servicio y de esta manera brindar un mejor aspecto visual al sector dándole la importancia histórica que se merece.

Mediante la investigación se permitirá resolver los problemas de congestión de tránsito para que de esta manera exista una mejor fluidez en la circulación vehicular, dando más importancia a los espacios peatonales y socioculturales. De igual forma se prevé cambiar el sistema de producción en cuanto se refiere a la preparación y almacenamiento de los productos generando más acogida de parte de los consumidores, siendo significativo para los usuarios ya que este es su medio de sustento, por lo tanto se les brindara organización, un mejor servicio y clientes más satisfechos; así como también el sector se verá atractivo a los turistas y digno de ser visitado con más frecuencia.

La población y el problema serán estudiados adecuadamente para poder establecer correctamente la causa de los aspectos que se mencionaron anteriormente y así poder generar soluciones efectivas y acordes a las necesidades que se presenta tanto para el sector como para la Asociación 2 de noviembre. Para este mismo motivo se cuenta con el tiempo necesario para la realización de la investigación y en especial con el apoyo del Departamento de Cultura del GADMA quienes están dispuestos a apoyar la investigación, y de igual manera con los integrantes de la Asociación 2 de noviembre los cuales se han prestado para realizar los análisis necesarios.

## **1.6. Objetivos**

### **1.6.1. Objetivo general**

- Determinar y analizar el impacto del diseño actual de los puestos de expendio de comida tradicional de Atocha en el bienestar de los actores sociales.

### **1.6.1. Objetivo específicos**

- Identificar qué aspectos del diseño de los puestos de expendio de comida tradicional de Atocha no son los apropiados.
- Determinar el nivel de bienestar de los actores sociales que confluyen en los puestos de expendio de comida tradicional de Atocha
- Establecer qué sistema sería posible implementar para mejorar el bienestar de los actores sociales dentro de los puestos de comida tradicional.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.1. Antecedentes de la investigación.**

Con respecto a los puestos de comida ambulante Camacho (2010) realiza el “diseño y construcción de un puesto ambulante para las ventas de comida rápida cumpliendo parámetros ergonómicos y normas de higiene vigentes”, con el objetivo de diseñar y construir puestos de venta ambulantes para la venta de comida rápida investigando los puestos de venta existentes que funcionan dentro de la urbe de la ciudad de Ambato. La investigación se basa en los términos que corresponden al diseño industrial y sus parámetros orientándose al diseño de objetos y orgánico. En cuanto a los puestos ambulantes se analiza la ergonomía que debe existir dentro de estos considerando los aspectos antropométricos. Referente a los alimentos se analiza las características de la comida y los locales en donde se los vende y como son preparados, como también las normativas que se deben cumplir.

Se realiza un enfoque cualitativo ya que interpreta aspectos y necesidades de los propietarios, además la modalidad es una investigación de campo en donde se utiliza la técnica de la observación. En cuanto a la propuesta se presenta el diseño de una estación de alimentos móvil con una estructura metálica y utilizando materiales como son: el melamínico tropicalizado, acero inoxidable y láminas de acrílico. Por lo tanto para la presente investigación se plantea el análisis de diferentes tipos de ventas de alimentos en especial al considerar los espacios mínimos que deben tener los puestos ambulantes, conociendo de igual manera los materiales más propicios a utilizar y que lleguen a cumplir con las necesidades que se desea cubrir aplicando con normativas de higiene y mejorando la calidad de los productos.

Al tratar comidas tradicionales y su venta informal García (2012) desarrolla el “puesto de trabajo para la venta de arepas de maíz en espacios públicos de la ciudad de Pereira”, en donde el objetivo es diseñar un puesto de trabajo transportable y asequible para los vendedores de arepas y así mejorar las condiciones de su actividad, cumpliendo con medidas ergonómicas que faciliten la utilización del espacio en donde se labora así como su desplazamiento proporcionándole todas la herramientas necesarias, considerando normativas para la manipulación de alimentos para contribuir a la mejora de calidad, presentación y organización del producto.

Basándose en la preparación, método de almacenamiento y venta de la arepa, se analiza el factor humano en donde la biomecánica y los movimientos corporales están inmersos, además de los sindicatos organizacionales en la ciudad y la utilidad de la arquitectura temporal en estos casos. Se utiliza para la solución un puesto de trabajo móvil para la realización y venta de las arepas, mediante una estructura de perfiles metálicos, contribuyendo a fomentar la identidad de la ciudad mediante lo producción y venta de arepas. Por tales aspectos en la presente investigación y la ya mencionada comparten la importancia de realizar un diseño de puestos de comida tradicional por el motivo que estos deben cumplir con ciertas especificaciones, en estos debe predominar la preparación tradicionalista para que el producto sea original.

En cuanto a reconocimiento turístico del sector de Atocha Guerra (2013) realiza la investigación sobre “la gastronomía tradicional y su influencia en el desarrollo turístico de la parroquia Atocha-Ficoa “, en donde determina el aporte de la gastronomía tradicional hacia el turismo, y de igual manera siendo este diagnosticado en la parroquia y el desarrollo turístico que promueve. Teóricamente hablando se analiza la gastronomía y todo lo que ella implica, sobresaliendo los platillos étnicos de nuestros antepasados, de igual manera hablar del desarrollo turístico, como es: su origen y su clasificación, en donde encontramos inmerso al turismo gastronómico siendo este generador de empleo.



Este trabajo es realiza cualitativamente mediante la técnica de la observación y la encuesta, y cuantitativamente por medio de la recolección y tabulación de datos.

La gastronomía es el eje principal para el turismo siendo considerado este un imán para atraer a los turistas, de igual manera se reconoce que existe ciertas deficiencias técnicas en el óptimo desarrollo de las actividades y por esta razón el turismo es poco potenciado y valorado. Por este motivo en la presente investigación se busca la manera de fomentarla en el sector de Atocha mediante un análisis de la situación actual y la afluencia de gente que se observa, como también de preservar las tradiciones y manteniendo las costumbres gastronómicas que distinguen a la ciudad y en especial a Atocha.

## **2.2. Bases teóricas.**

- *Constitución del Ecuador*

Título II de los derechos.

Capítulo II derechos del buen vivir.

Sección primera agua y alimentación.

“Art. 13.-Las personas y colectividades tienen derecho al acceso seguro y permanente a alimentos sanos, suficientes y nutritivos; preferentemente producidos a nivel local y en correspondencia con sus diversas identidades y tradiciones culturales. El Estado ecuatoriano promoverá la soberanía alimentaria.” (Cordero, 2008, p.24)

El preservar las tradiciones del país en cuanto se refiere a los platos típicos, se debe procurar que sean elaborados con productos de buena calidad y mejor aún si estos son producidos o cultivados a nivel local, como menciona el artículo anteriormente mencionado. De igual manera los productos deben cumplir con las normativas de limpieza, y todos los aspectos que respecta a la manipulación de los alimentos de los puestos de venta, garantizando la salud de los consumidores, promoviendo así un producto local con el cual se apoya a la preservación de la cultura del sector y la ciudad.

- *NTE INEN 2458 Turismo. Seguridad alimentaria para personal operativo. Requisitos de competencia laboral.*

“El personal operativo debe demostrar competencia en seguridad alimentaria, a través de los siguientes resultados:

- a) Mantener la higiene personal observando los procedimientos operacionales para no causar la contaminación de los alimentos.
- b) Mantener la higiene adecuada del local de trabajo, equipos y utensilios de acuerdo a las buenas prácticas higiénico – sanitaria.
- c) Identificar el apareamiento de roedores y plagas y aplicar procedimientos operacionales para prevenir la infestación, de acuerdo con las buenas prácticas higiénico – sanitarias.
- d) Prevenir la contaminación de los alimentos a través de la aplicación de las buenas prácticas higiénico – sanitarias.
- e) Mantener los recipientes de basura limpios, forrados, tapados y en lugares apropiados.” (Walther, 2010, p.2)

Las Instituto Ecuatoriano de Normalización al decretar las normas antes mencionadas busca que los productos que se expende públicamente sean elaborados de la mejor manera para preservar la salud de los ciudadanos y resguardando así la seguridad alimentaria. Para que los productos sean de calidad este no debe estar contaminado, además deben ser manipulados con la higiene adecuada mediante buenas prácticas y un espacio y utensilios adecuados para poder cumplir con estas normativas y así el poder ofrecer al cliente un producto de calidad, asegurando la confianza de los mismos.

- *CPE INEN 001 Código de práctica para manipulación de alimentos*

“3.1.2.1 Técnicas. Los métodos y procedimientos que se empleen en la recolección y producción deberán ser higiénicos y no habrán de constituir un riesgo potencial para la salud ni provocar la contaminación del producto.

3.2.1 Emplazamiento. Los establecimientos deberán estar situados en zonas exentas de olores objetables, humo, polvo y otros contaminantes y no expuestas a inundaciones.

3.2.3.1 Los edificios e instalaciones deberán ser de construcción sólida y habrán de mantenerse en buen estado.

3.2.3.2 Deberá disponerse de espacio suficiente para cumplir de manera satisfactoria todas las operaciones.” (Walther, 2010, p.3)

Para la venta de alimentos en el sector público los espacios disponibles son reducidos, mas las áreas para la elaboración y venta del producto deben mantener la higiene necesaria, por lo cual cada una de estas áreas debe cumplir con especificaciones de limpieza y de almacenamiento. En la presente investigación se

busca satisfacer el conocimiento de los espacios que se considera necesarios y que estos tengan las dimensiones suficientes para realizar con los métodos y procedimientos dentro de los puestos de venta de la mejor manera para no poner en riesgo la salud de los consumidores y de los usuarios.

- *Plan Nacional del Buen Vivir 2013.2017*

“Promover entre la población y en la sociedad hábitos de alimentación nutritiva y saludable que permitan gozar de un nivel de desarrollo físico, emocional e intelectual acorde con su edad y condiciones físicas.” (p.147)

n. “Articular la producción local/nacional, su distribución y su consumo a las necesidades nutricionales de la población, a fin de garantizar la disponibilidad y el acceso permanente a alimentos nutritivos, sanos, saludables y seguros, con pertinencia social, cultural y geográfica, contribuyendo con la garantía de la sostenibilidad y soberanía alimentarias.” (p.148)

o. “Fomentar la producción de cultivos tradicionales y su consumo como alternativa de una dieta saludable.” (p.148)

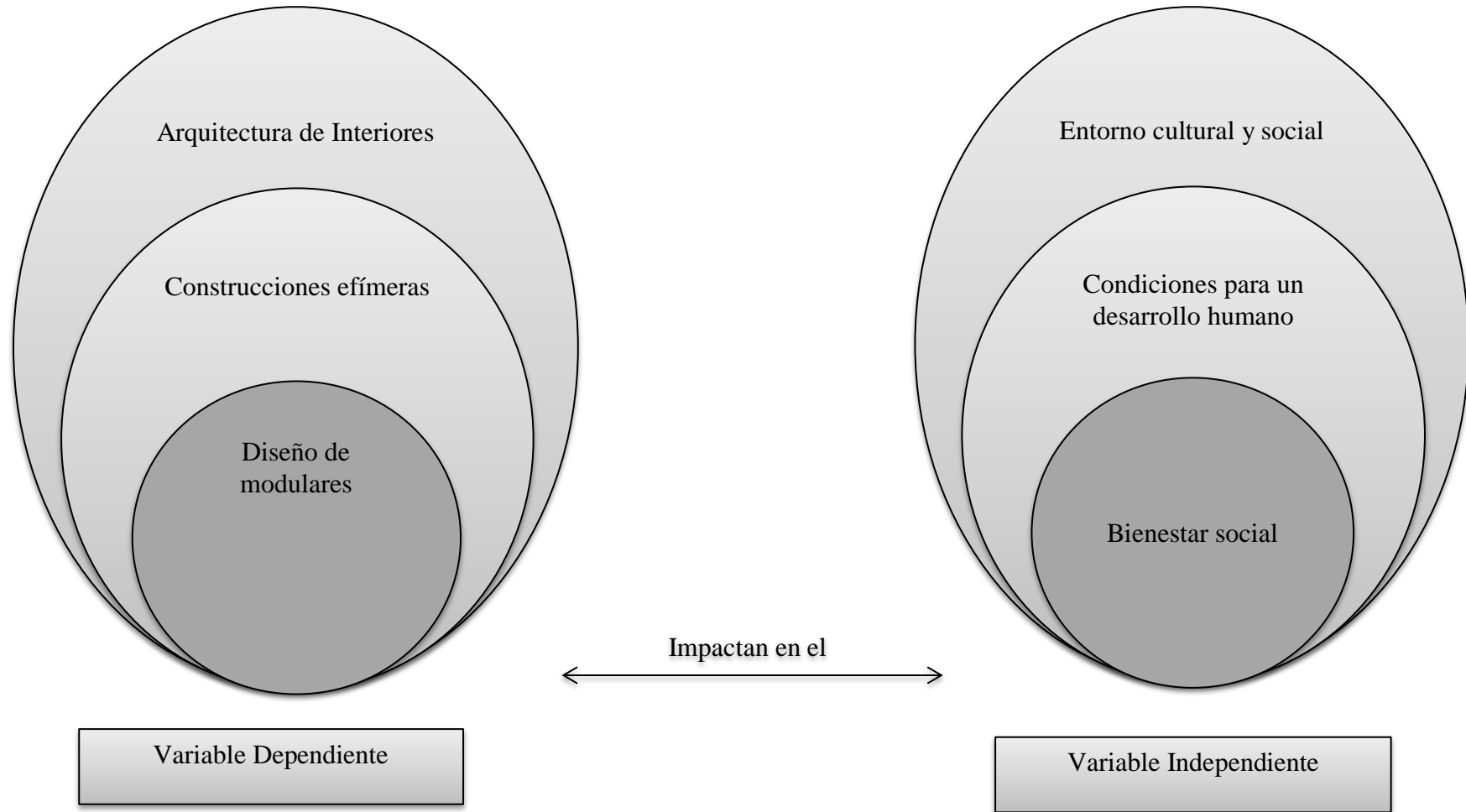
“Promover la democratización del disfrute del tiempo y del espacio público para la construcción de relaciones sociales solidarias entre diversos.”

f. “Ampliar y diversificar los espacios públicos seguros y cálidos, para el disfrute colectivo y el aprovechamiento del ocio liberador, con pertinencia cultural y geográfica en su diseño y gestión.” (p.189)

x. “Fomentar medidas de regeneración urbana incluyentes que fortalezcan las economías locales, a través de un diseño del espacio participativo y comunitario.” (Correa, 2013, p.190)

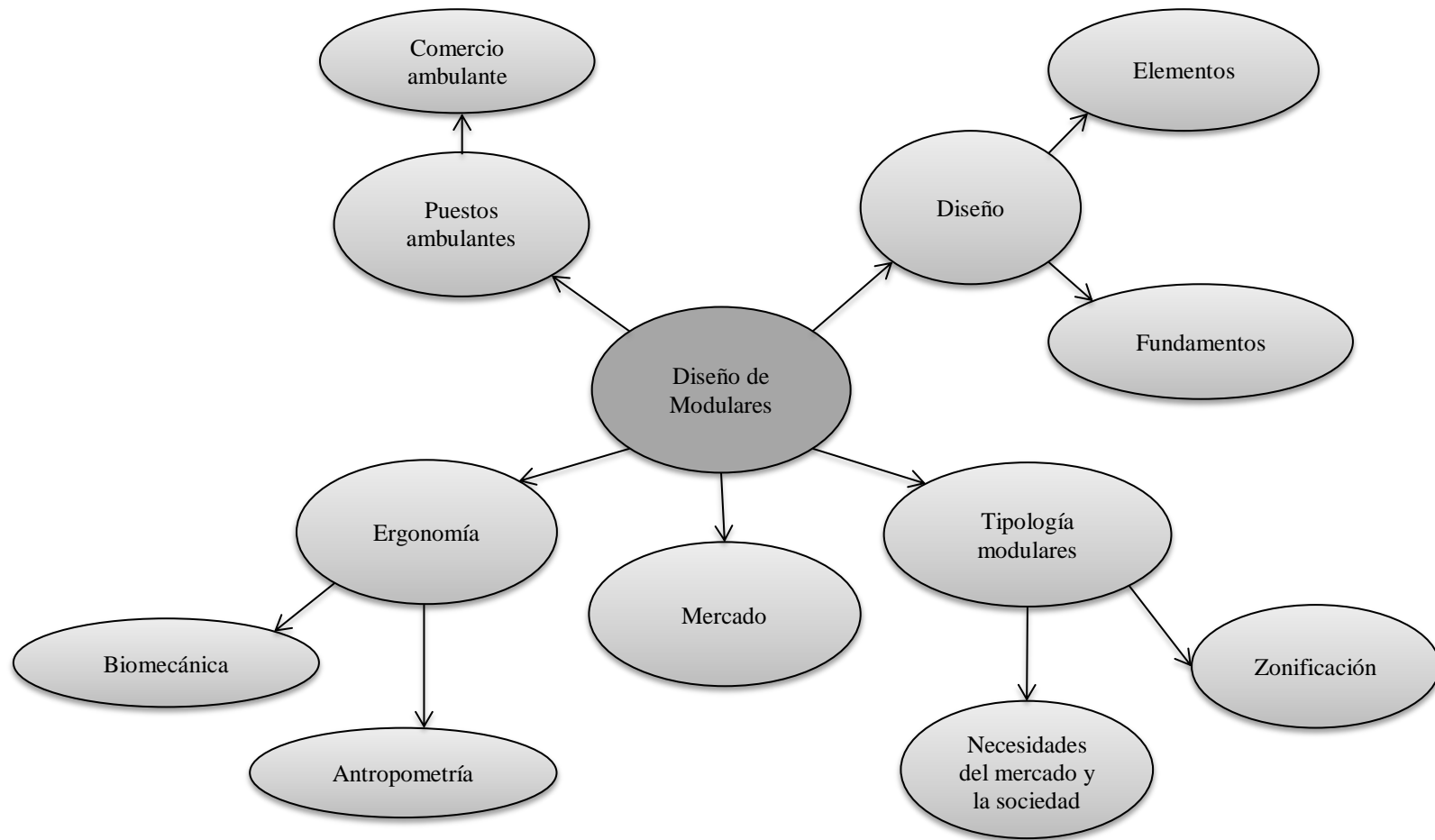
Los objetivos planteados en el documento anterior nos ayudan a tener una perspectiva de hacia a donde va proyectada la investigación, siendo estas: brindar un mejor producto al usuario mientras se promueve el consumo de productos nacionales, fomentar las tradiciones ecuatorianas rescatando la pertenencia social y cultural de la soberanía alimentaria, e incentivar a la producción de cultivos tradicionales. De igual forma el promover espacios públicos de disfrute ayudara a incrementar las relaciones sociales con pertinencia cultural generando un espacio participativo fortaleciendo la economía local y por ende una regeneración urbana.

### 2.3. Definiciones conceptuales.



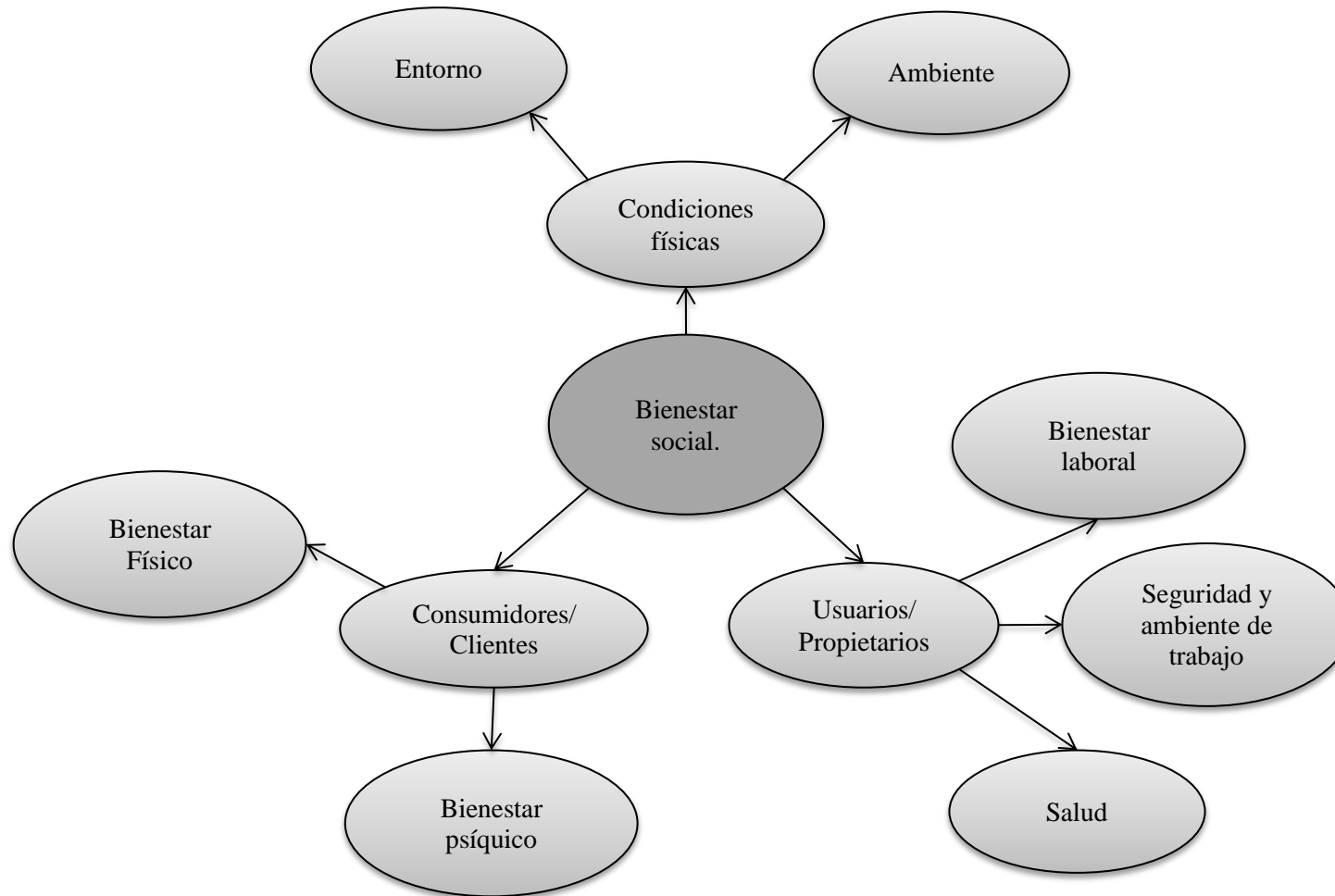
*Gráfico N° 2: Red de inclusiones conceptuales.  
Elaborado por: Estefanía Velásquez (2015)*

Variable Dependiente



**Gráfico N° 3:** Constelación de ideas de la variable dependiente.  
**Elaborado por:** Estefanía Velásquez (2015)

Variable Independiente



**Gráfico N° 4:** Constelación de ideas de la variable independiente.  
*Elaborado por: Estefanía Velásquez (2015)*

### **2.3.1. Diseño de modulares.**

Los modulares destinados a la venta de alimentos son espacios que están conformados por una estructura más simple al hablar de los productos que se ofertan, así como también en cuanto al sistema de servicio se trata ya que estos son momentáneos para el consumidor. El diseño de estos es en su mayoría es compacto considerando los espacios mínimos que son necesarios para cada necesidad y al tratarse de comida tradicional deben cumplir con ciertas especificaciones para la preparación y almacenaje sin poner en riesgo la calidad de los productos que se expenden. Plazola (2001), lo define como “sitio determinado para realizar alguna actividad con relación al comercio. Tienda ambulante, instalación desmontable en donde se vende al por menor” (p.603).

#### **2.3.1.1. Diseño.**

Considerando que el hombre se adapta a las circunstancias que se le presente, se dice que desde sus principios ha diseñado por la necesidad de llegar a dar soluciones a los problemas cotidianos y de esta manera mejorar su calidad de vida. En la actualidad el diseño está presente en casi todos los ámbitos laborales, por lo que dependiendo del ámbito o campo que se encuentre su significado varia, pero teniendo como objetivo principal dar solución a problemas para generar mayor eficacia en un sistema o producto. El diseño en la actualidad es considerado como una actividad creativa de proyectar objetos innovadores que cubre exigencias prácticas, y ya que no solo está relacionado con la parte estética, sino que también busca dar un confort adecuado mientras que cumple una función según la actividad humana que se realice, “con el fin de crear productos o sistemas que tengan interacción directa con el usuario”. (Rodríguez, 1997, p.9).

Como hemos mencionado el diseño surge de los problemas y los resuelve por lo que los datos no pueden ser alterados más bien busca dar soluciones a los mismos. Para llegar a un resultado tenemos que considerar que la creación del diseño está basada en el lenguaje visual según Wong (2005) para que un diseño sea bueno este debe expresar su esencia visualmente, ya sea esto un mensaje o un producto, para hacerlo fiel y eficazmente el diseñador debe buscar la mejor

forma posible para que ese “algo” sea conformado, fabricado, distribuido, usado y relacionado con su ambiente.

### **Elementos.**

Los elementos del diseño nos permiten sintetizar las partes importantes de un objeto para definir los límites, analizar su situación y forma, y considerando todas las opciones disponibles. En nuestra experiencia visual se generaliza un solo objeto, por lo que los elementos no pueden ser fácilmente separados, por este motivo estos se encuentran relacionados entre sí, separados pueden verse de manera abstracta, pero conjuntamente determinan una apariencia visual y el contenido de un diseño que transmite un mensaje el cual la percepción la reinterpreta.

Estos son:

- Elementos Conceptuales: Estos elementos no son visibles, por decirse así no existen son creados por la percepción, confundiéndolos con puntos, líneas, planos y volúmenes.
  
- Elementos Visuales: Los elementos visuales son los que realmente vemos, los que están presentes en el diseño de manera que forman la parte prominente del diseño, estos poseen forma, medida, color y textura.
  
- Elementos de Relación: Estos determinan la ubicación y relación espacial entre las formas que conforman el diseño, siendo percibidos como dirección, posición, espacio y gravedad.
  
- Elementos Prácticos: Estos elementos están presentes en el contenido del diseño y guardan un enlace entre ellos. Está conformado por representación, significado y función.



## Fundamentos.

Los fundamentos del diseño están basados en principios, reglas y conceptos. Los principios están determinados por las relaciones y estructuras específicas de los elementos tanto como la forma y figura. Todos estos tienen como propósito fomentar el lenguaje visual para que este sea igual o más aceptado por la percepción visual o cognitiva. Según Wong (1995) los fundamentos del diseño se dividen en diseño bidimensional, forma bidimensional, y diseño tridimensional, los cuales se detalla a continuación:

Diseño Bidimensional	
Forma	Cuando un punto, línea o plano son visibles se convierten en forma, formando interrelaciones.
Repetición	Se forma mediante módulos dispuestos más de una vez.
Estructura	Dispone la posición de las formas en el diseño.
Similitud	Las formas pueden parecerse entre sí pero no son idénticas.
Gradación	Ordena el cambio gradual de manera ordenada de módulos.
Radiación	Módulos repetidos que giran alrededor de un centro común.
Anomalía	Presencia de una irregularidad, formado por un elemento irregular, interrupción o desviación de un diseño ordenado
Contraste	Es muy flexible, es una clase de comparación en donde las evidencias son muy claras.
Concentración	Distribución tenue de formas que se convierte en el centro de interés
Textura	Es un aspecto visual y físico que incentiva al tacto.
Espacio	Puede ser positivo o negativo, liso o ilusorio, ambiguo conflictivo.

**Tabla N°1:** Elementos del Diseño Bidimensional.  
**Fuente:** Wong, W., (2005). *Fundamentos del Diseño. Resumen.* Naucalpan, México. Editorial Gustavo Gili S.A.

Forma Bidimensional	
Aspectos de la forma	Todo lo visible tiene forma, esta señala posición e indica una dirección por lo que está siempre transmite un significado.
Composiciones de la forma	Estas están determinadas por el conjunto de los aspectos del diseño bidimensional como pueden ser repetición, gradación, radiación etc., de una forma sencilla o compleja.
<p><b>Tabla N°2:</b> Elementos de la Forma Bidimensional.  <b>Fuente:</b> Wong, W., (2005). Fundamentos del Diseño. Resumen. Naucalpan, México. Editorial Gustavo Gili S.A.</p>	

Diseño Tridimensional	
Planos seriados	Están constituidos de módulos en repetición o gradación que de cierta manera generan un volumen.
Repetición de módulos	Presume que todos los elementos visuales sean los mismos, relacionándose entre sí por radiación o repetición.
Estructura	La estructura está formada por módulos tridimensionales que empieza como un cubo, columna y por ultimo pared.
Estructuras lineales	La estructura también puede ser lineal en donde los módulos lineales forman los vértices y los filos de los elementos.
Líneas enlazadas	Se genera este tipo de diseño cuando se une los puntos de una línea con la de otra, ya sea por sus extremos o por en medio de las dos generando un punto.
<p><b>Tabla N°3:</b> Elementos del Diseño Tridimensional.  <b>Fuente:</b> Wong, W., (2005). Fundamentos del Diseño. Resumen. Naucalpan, México. Editorial Gustavo Gili S.A.</p>	

### 2.3.1.2. Tipología de modulares.

Las diferencias entre un módulo de venta de alimento y otro se da dependiendo de los productos y la necesidades que se debe cubrir, estos determinan la capacidad de movilidad, el implemento de artículos para conservar la sanidad, las herramientas y utensilios necesarios para la venta de los productos, el material empleado para la fabricación incluyendo el color y por otra parte la funcionalidad. A continuación se detalla aspectos de módulo de venta de comida tradicional y por decirlo así los aspectos tanto negativos como positivos que poseen los mismos:

En el módulo de venta de hornado (Ver anexo 1 p.121), para mantener los productos calientes conservando su sabor fresco, se usa una cocina industrial pequeña en donde se encuentran los alimentos, esta es transportada diariamente y ubicadas un tiempo prolongado hasta terminar de vender el producto. No existe un área de lavado ya que los platos para la clientela son desechables, muchas de las veces para el aseo de los utensilios, se utiliza un balde con agua que debe ser renovado. Los productos se sirven en una mesa de estructura metálica o plástica cubierta con material plástico. La cubierta es una carpa plástica que muchas de las veces no existe la seguridad adecuada o se encuentran en mal estado.

Las Naciones Unidas para la alimentación y la agricultura conjuntamente con los expendedores de pescado han diseñado un módulo de venta de ceviches (Ver anexo 2, p.121), el cual posee compartimientos para la colocación y conservación del producto en como por ejemplo contenedores de hielo para mantener los mariscos frescos. El área de exhibición está cubierta por un contenedor de plástico o de vidrio en donde se lo aísla de agentes contaminantes del ambiente, adyacente a este el mesón de preparación del producto en donde se dispone de una abertura para los desechos y otro destinado al lavado del producto y de los utensilios. El espacio determinado para los clientes es versátil y practico facilitando el servirse el producto, como el transporte del módulo de una forma más agradable.

En cuanto a la manera de comercializar y promocionar sus productos la Asociación 2 de Noviembre dentro del módulo de venta de Colada Morada (Ver anexo 3, p.122), posee espacios para complacer al cliente disponiendo de mobiliario plástico en donde no posee una cubierta fija por lo que deben improvisar para que los agentes climáticos no ahuyenten a las personas. En el área de preparación de los productos se permite que este se mantenga caliente mediante un pondo de barro, dejando de necesitar de cocinas a gas. El área de lavado es improvisado, por tal motivo el almacenamiento de agua potable se maneja mediante baldes, así como también no existe área de almacenamiento

para los productos y utensilios; siendo la cubierta para este espacio una carpa plástica.

### **Zonificación.**

El diseño del interior como el exterior de un espacio arquitectónico destinado a la venta de comida parte del menú, ya que por este motivo se determina qué tipo de cocina se necesita y los requerimientos que esta debe cumplir para poder preparar y mantener con eficacia la calidad de los productos, por otro lado marca las necesidades específicas de los equipos a utilizarse y de su posición estratégica dentro del espacio destinado a la cocina. Plazola (2001) recomienda distribuir las áreas de la siguiente manera: recepción, comedor, acceso de circulación, área de servicios, cocina, área de recepción de productos y área de elaboración (Plazola,).

#### Cocina.

- Área de preparación y cocción: En donde la materia prima empieza su proceso de elaboración.
- Área de almacén: Bodega, este espacio permite la conservación exacta de los productos. Su dimensión depende del tamaño que tengan los productos y de la cantidad de los mismos.
- Mesas de trabajo: Sus dimensiones estándar se las establece de la siguiente manera, 0,61m a 0,76m de ancho, 0,91m de largo esta puede ser variable, y 0,86m de alto.
- Lavado de vajilla: Debe ser un espacio ventilado e iluminado, con un espacio para vajilla sucia y vajilla limpia y de utensilios.

#### Comedor.

- Mesas y sillas: Se debe considerar la cantidad de comensales y el tiempo de consumo de los productos.
- Circulación: La disposición asimétrica diagonal de las mesas optimiza la circulación.

- Mostradores: Para la exposición de productos e incluso almacenamiento de los mismos. Debe ser de 0,61m de ancho mientras que el largo depende de las necesidades.

Administración.

- Caja: Espacio donde se maneja y efectúa el pago del consumo.

### **Necesidades del mercado y de la sociedad.**

En la sociedad actual los espacios públicos son proyectados y fundamentados por la creatividad y la interpretación del espacio urbano según la ubicación en la ciudad. El mobiliario urbano, sin embargo, no satisface las necesidades de todos los usuarios, están más enfocados en la creatividad pero al mismo tiempo son rígidos y carentes de versatilidad (Bravo, 2013). Una interrelación entre los transeúntes y el espacio público es muy escasa siendo este solamente considerando un paso obligatorio mas no uno para ser admirado y mucho menos uno en el que el mobiliario pueda ser de utilidad para una relación usuario-espacio. Por lo que podemos decir que existen espacios públicos subutilizados con mucho potencial en el que el mobiliario urbano podría aportar para actos de diversa índole acoplándose este a las necesidades de la población en general.

#### **2.3.1.3. Mercado.**

Estos establecimientos forman parte del comercio organizado que está compuesto por diferentes tipos de puestos ya sean estos de productos agrícolas, alimentos e incluso de productos domésticos, cumpliendo con una función social. Una de las clasificaciones de los mercados es por su organización, en donde una de sus características es que los puesto son sobre ruedas o por decirlo así son móviles, o también llamado tianguis, los espacios turísticos y de especialidades necesitan un programa arquitectónico ya que se ubican en las calles o en terrenos determinados, muchas veces los puesto son armables. Al tratarse de mercados de alimento los platillos característicos de lugar o de especialidades (Plazola, 2001).

Dentro de un mercado los puestos se delimitan por líneas amarillas o son fabricados con material tubular, otros a su vez son fijos de fierro, madera, mampostería u hormigón armado; su estructura es sencilla o a su vez son desarmables, la circulación entre los puestos debe permitir que los pasillos tengan un paso libre para preservar la seguridad de los clientes y los usuarios. La modulación de los puestos su profundidad debe ser de entre 1,80m a 3,60m, y su frente entre 2,40m a 4,20m (Ver anexo 4, p.122).

En cuanto a los puestos de servicio de alimentos (Ver anexo 5, p.122, 6, p.123, 7, p.124), su construcción se aconseja debe ser sencilla de fácil mantenimiento así como también los materiales empleados para su construcción. El área de preparación debe estar dispuesta al extremo, al fondo en el centro del espacio, para que de esta forma el área de comensales rodee el área de preparación con mesas, Las circulaciones dentro del puesto deben tener entre 1,05m, 1,30m hasta 1,80m, y los pisos con una pendiente del 1% hacia los desagües. Los puestos deben estar distribuidos en forma lineal.

#### **2.3.1.4. Ergonomía.**

Para realizar un buen diseño se debe anticipar el comportamiento de las personas frente a la situación de relación que estas tienen con el producto diseñado, por esta razón se dice que la ergonomía estudia y busca la adaptación del trabajo al hombre. Es la “ciencia aplicada que trata de las características del individuo que deben ser consideradas en el diseño de aparatos o sistemas, para que las relaciones recíprocas entre los individuos y las cosas se establezcan con efectividad y seguridad” (Ching, 2002, p.91). Mediante el comportamiento del hombre en su medio y según las condiciones ambientales en las que se encuentra, se recomienda realizar un estudio cuantitativo y cualitativo de las condiciones laborales de una empresa para así mejorar la productividad e incrementando el grado de fiabilidad humana, en donde habrá eficacia, seguridad y confort, protegiendo la salud física, psíquica y social.

La ergonomía se clasifica en:

- Ergonomía de diseño y evaluación: Se enfoca en aumentar la productividad mediante un sistema de trabajo y el espacio de trabajo considerando aspectos antropométricos biomecánicos y sociológicos, tomando en cuenta a las personas con diferencias de tamaño, fuerzas y capacidades visuales.
- Ergonomía cognitiva: Se basa en la recepción de señales e información procesando la interacción hombre-máquina, se aplica en el diseño y evaluación de programas informáticos, tableros de control y señalética.
- Ergonomía preventiva: Determina el tiempo de descanso y fatiga muscular, buscando seguridad e higiene en el puesto de trabajo mediante un análisis de las condiciones de seguridad y confort laboral.
- Ergonomía de necesidades específicas: Diseño y desarrollo de espacios para personas con capacidades físicas como también para la población infantil escolar.
- Ergonomía ambiental: Se encarga de las condiciones físicas que rodean al ser humano como son ambiente sonoro, lumínico, térmico y vibraciones, ayudando a incrementar el desempeño en el puesto de trabajo.

Según Mondelo (1999) para intervenir ergonómicamente en cualquier proyecto se sigue los siguientes pasos:

- Análisis de la situación: Se analiza el conflicto que existe.
- Diagnóstico y propuesta: Detectado el problema se analiza lo latente de lo manifestado, según los aspectos más relevantes del caso.
- Experimentación: Se realiza simulaciones o modelaje de las posibles propuestas.
- Aplicación: De las propuestas que cubran las necesidades.
- Validación de los resultados: Mediante la efectividad y una valoración económica se analiza la fiabilidad.

- Seguimiento: Se debe comprobar y ajustar las diferencias de valores mediante programas.

La ergonomía está relacionada estrictamente con la antropometría, biomecánica, fisiología y psicología. Por este motivo a continuación se analizará las que están enfocadas a estudiar los espacios y movimientos que se realiza dentro de estos, para de esta manera adaptar el trabajo al hombre previniendo por lo tanto lesiones laborales, mejorando la calidad de vida y de trabajo de los colaboradores, estableciendo espacios más confortables y que ayuden a optimizar el sistema de producción, dar un confort adecuado tanto a clientes como usuarios mediante un buen servicio y un espacio agradable para compartir.

### **Antropometría.**

La antropometría busca la compatibilidad del objeto de diseño con la persona que lo usa mediante relaciones dimensionales para llegar a una interacción armoniosa durante el tiempo que se realice una actividad garantizando el bienestar físico y psíquico; esto se logra aplicando y considerando medidas dinámicas así como también medidas de forma y estructura del cuerpo humano. Mediante la antropometría se busca adaptar las actividades a las capacidades y limitaciones del ser humano ya que este determina las dimensiones del puesto de trabajo, otro aspecto que se debe considerar es que el hombre fue diseñado para estar en constante movimiento, por lo que al momento de realizar una actividad debe tener la facilidad de cambiar de postura sin dejar de realizar dicha actividad permitiéndole así un descanso activo.

Para un estudio antropométrico adecuado se debe considerar las dimensiones humanas (Ver anexo 8, p.125). En cuanto se refiere a los aspectos antropométricos en un puesto de trabajo de venta de alimentos se considera las siguientes relaciones dimensionales que se debe aplicar en el diseño. Al hablar del área de preparación de los alimentos, la circulación, como la altura del mobiliario guardan relación con las dimensiones humanas, ya que debe haber



una accesibilidad a espacios de almacenaje tanto bajos como altos sin omitir la holgura entre armarios, y en cuanto al mobiliario debemos recordar que al momento de estar abierto ocupa espacio de la circulación.

En la zona crítica de una área de trabajo (Ver anexo 9, p.125) al momento de preparar alimentos el perímetro del mismo está definido por la extensión horizontal de la punta de la mano, por lo tanto todo lo que se necesite se encuentra accesible a la persona que se encuentra de pie. En ciertas actividades, en especial las que conllevan periodo de tiempo prolongado, el área de trabajo debe tener la facilidad de cambio de posición, aunque esto dependerá de la actividad que se realice si es que esta demanda esfuerzo en los músculos de la espalda y brazos, como amasar, es mejor que este trabajo sea realizado de pie, así se tendrá un confort adecuado y más eficacia al realizar esta acción.

Todo el mobiliario para el diseño del área de preparación de alimentos debe estar enfocado en las bases antropométricas para las holguras (Ver anexo 10, p. 126), ya sea para el acceso de una sola persona o de dos al mismo tiempo. La circulación dentro del espacio dependerá de cuantas personas laboren, esta debe permitir que el individuo tenga acceso a todas las zonas y mobiliario de esta área, ya sea en altura como en los muebles bajos y como ya se mencionó antes que permita la actividad de otro individuo en la manipulación del equipamiento.

Otra área con relevancia es el espacio para los comensales (Ver anexo 11, p.126), en donde se consume el producto, estas deben conservar las holguras admisibles entre los obstáculos que se encuentran en el espacio detrás de la silla que se ubica frente a la mesa, esta holgura será apropiada si se considera a la silla lo más lejos de la mesa y de igual manera el espacio que ocupa la silla, por otro lado la silla no permanecerá en una sola posición ya que mientras el producto es servido la persona puede estar sentado y conversando manteniendo una distancia con la mesa y esta distancia será más grande al momento de que

la persona se levante; de igual forma la superficie central de la mesa debe tener las dimensiones necesarias para la colocación de elementos que se comparten.

El área de la mesa se separa en dos zonas, la primera es la zona plaza- servicio individual esta se encuentra al frente de la zona de asiento, considerada una zona de actividad es donde se colocan los alimentos en vajillas así como también los cubiertos, en esta zona la postura que le cuerpo toma para alimentarse es variable como por ejemplo la postura de los codos al momento de descansar como al momento de ingerir los alimentos. La segunda zona denominada acceso compartido es la que se encuentra opuesta a la zona de asiento en donde se coloca objetos de decoración así como también productos que se comparte entre todos los comensales, su dimensión es mínima y óptima dependiendo del número de comensales; esta zona varía según las circunstancias como pueden ser el tipo de alimentos que se sirva o de la formalidad del lugar en donde se encuentre.

Al momento de la colocación de una silla se debe analizar que objetos o circulaciones se van a encontrar detrás de la silla, ya que la distancia varia al momento que el individuo se levanta o al momento en que se realiza el aseo de la mesa para de esta manera evitar accidentes tanto para el vendedor como para el cliente (Ver anexo 12, p.127). Las holguras que no se debe olvidar es entre el espacio de preparación y el espacio destinado para comer, esta debe permitir la facilidad y acceso de una persona en silla de ruedas (Ver anexo 13, p.127), y detrás de ella una persona de pie ya sea empujando la silla de ruedas o preparando los alimentos para consumir.

### **Biomecánica.**

Una de las ciencias que de igual manera fundamenta y apoya la ergonomía es la biomecánica, para el estudio y análisis del movimiento corporal se aplica principios de mecánica, en donde se analiza las fuerzas y sus efectos, y de biomecánica que se trata de la aplicación de principios mecánicos, antropométricos, anatómicos y fisiológicos, estos juntos permiten el estudio de

la persona en movimiento o en reposo. Por decirlo así la biomecánica aplica las leyes del movimiento mecánico en los seres vivos, es decir enfocándose en el aparato locomotor.

Mediante la biomecánica se puede evaluar diferentes actividades que realiza el hombre, como el transporte de cargas en donde se analiza la efectividad para realizar dicha acción así como la eficacia y el grado en que se involucra el individuo físicamente al efectuar la fuerza. En el puesto de venta y preparación de alimentos el individuo debe efectuar movimientos constantes y muchas veces conllevan una gran carga, ya que debe manipular herramientas para la elaboración del producto los movimientos serán determinados por el espacio y las dimensiones de la persona, de esta manera se logra que no se realice posturas que obliguen al cuerpo a forzarse previniendo dolores de las extremidades, musculares y complicaciones de salud en un futuro.

Como ya se mencionó una persona dentro de un puesto de venta y preparación de alimentos está en constante movimiento en donde se ven implicadas las articulaciones realizando estas actividades repetitivas, Estrada (2011) establece los tipos de movimientos de los miembros del cuerpo (Ver anexo 14, p.128).

#### **2.3.1.5. Puestos ambulantes.**

Para determinar que es un puesto ambulante se debe considerar las características que estos poseen, una de estas y la más relevante es que se los encuentra en los espacios públicos cerca de centros de actividad como son centros comerciales, grandes edificios, fabricas, talleres, entre otros, cubriendo así las necesidades alimentarias existentes. Su estructura es más simple en cuanto a los productos que se expenden, por lo tanto su tiempo de consumo es corto. Por lo general estos puestos son transportables, está conformado por espacios mínimos destinados a cada actividad, estos varían según los productos que se oferten así como también la calidad de los mismos.

Los vendedores ambulantes se clasifican según:

La afectación que generan en el espacio público que se encuentran.	
Vendedores informales estacionarios	Kioscos, toldos, casetas. Ocupan un lugar permanente en el mismo lugar.
Vendedores informales semiestacionarios	Carretas, cajones rodantes, tapetes, plásticos. Colocan la mercancía sobre los objetos mencionados antes y se trasladan de un lugar a otro.
Vendedores informales ambulantes	Colocan la mercancía en sus manos o partes del cuerpo no necesitan un sitio físico específico para comercializar.

**Tabla N°4:** Clasificación vendedores ambulantes, por la afectación que generan en el espacio que se encuentran.  
**Fuente:** Coroto, G. (26 de Mayo del 2011). Clasificación de vendedores ambulantes [Mensaje en un blog].

El periodo de tiempo que permanecen	
Vendedores informales permanentes	Todos los días de la semana se encuentran realizando ventas.
Vendedores informales periódicos	Únicamente en días específicos como fines de semana, en sitios turísticos o espectáculos públicos.
Vendedores informales ocasionales	O de temporada, se realiza únicamente en épocas específicas el año.

**Tabla N°5:** Clasificación vendedores ambulantes, por el tiempo que permanecen.  
**Fuente:** Coroto, G. (26 de Mayo del 2011). Clasificación de vendedores ambulantes [Mensaje en un blog].

### Comercio ambulante

Los puestos ambulantes de alimentos forman parte del comercio ambulante, siendo este una actividad económica en pequeña escala ya que trabaja con pocos pero específicos productos. Plazola (2001) los define como “puestos armables que pueden transportarse de un lugar a otro con facilidad y no tienen un sitio fijo” (p.603). Estos están ubicados en campos feriales, locales informales o en la vía pública, su forma simple es debido a que son improvisados ya que ayudan a generar auto empleo por lo que en su mayoría las instalaciones son precarias. Pero a pesar de su lado negativo posee aspectos positivos que han sido establecidos por los consumidores, uno de estos aspectos es el bajo costo de los productos, así como también la gran exhibición

y la diversidad de productos que podemos encontrar ya que se adapta a las necesidades, y su ubicación es privilegiada.

### **2.3.2. Construcciones efímeras.**

Las construcciones efímeras se refiere a aquellas estructuras que son montadas únicamente por un corto espacio de tiempo, en la antigüedad los altares y construcciones destinadas al culto y la religión fueron realizadas con este propósito que tengan la posibilidad de ser trasladadas y ensambladas en otro lugar. En la actualidad se enfocan más en construcciones de emergencia, acciones urbanas y lúdicas, de igual manera este principio tiene los mercados, calles y plazas para alterar los espacios públicos de forma temporal, López (2013) opina que las construcciones efímeras actúa comúnmente como materia de sostenibilidad ya que:

“Es la proyección de espacios flexibles adaptables a los usos cambiantes del lugar y en los que la facilidad es la reposición de componentes constructivos sea lo más fácil posible, para una reutilización tanto de materiales como de espacio”.

Viéndolo de otra forma las construcciones efímeras permiten generar envolturas y espacios públicos más flexibles utilizando técnicas tradicionales de construcción reinterpretados, como lo hacían los nómadas en su tiempo, el sentido de la arquitectura efímera es la defensa ecológica y la versatilidad en donde uno de sus principios es la modulación de estos espacios ya que buscan cumplir únicamente las necesidades básicas del hombre, aprovechando los avances tecnológicos y permitiendo la movilidad y la reutilización de espacios (Broto, 2010).

### **2.3.3. Arquitectura de Interiores.**

A principios de los años 80 según Matamoros Mabel (2013), considera que nace la materia Arquitectura de interiores a partir de la necesidad de intervenir en espacios internos generados por la arquitectura, de igual forma menciona:

La arquitectura debe conciliar convenientemente las dinámicas diferenciadas que existen entre su estructura física y el universo de objetos de la producción industrial lo que existe hoy en día, una arquitectura más flexible y una mayor cohesión en el pensamiento del espacio fragmentado por las condiciones de la producción industrial. (p.119)

Por otro lado el interiorismo comparte lógica y análisis con la arquitectura diferenciándose por la escala que se aplica y la percepción sensorial, mientras que las une la relación que tienen con el arte y el diseño. La Arquitectura de interiores es la encargada de la supervisión y ejecución de la aplicación de colores, mobiliario, accesorios, acabados y de igual manera de ciertos elementos arquitectónicos. Debido a la creciente población nace la necesidad de adaptar espacios mínimos en lugares habitables y en ciertas circunstancias en espacios públicos. Los interiores no han avanzado como se esperaba, hacia un forma de vida futurista dominando los espacios domóticos, más bien se ha llegado a una etapa de regresión direccionada al arts and crafts y la sostenibilidad, en donde los materiales como la madera, la piedra y las fibras naturales son más valoradas (Serrats, 2012).

Al momento de referirse a la funcionalidad como un aspecto importante del diseño nos referimos a la interrelación Producto-Usuario según el fenómeno analizado, decimos que la utilización del producto por parte del usuario está delimitada por una relación fiso-químico-técnico de funcionamiento, considerando aspectos como son el mecanismo, la confiabilidad en el producto, los acabados, la versatilidad para distintas funciones y la resistencia de los materiales. En el proceso de diseño la funcionalidad debe ser considerada con la estética y la estructura ya que estas en conjunto determinaran la forma del producto. Se puede decir que la funcionalidad de un producto no dependerá únicamente de sus aspectos estéticos o de sus dimensiones, sino más bien busca aprovechar cada parte del material empleado y cada centímetro del diseño para que sea practico y eficaz y logre brindar varias maneras de utilizarlo a la vez o una tras otra, refiriéndonos al principio de la versatilidad para ocupar espacios mínimos en donde se permita realizar acciones diferentes en un solo espacio.

#### **2.3.4. Entorno Social y cultural.**

Las ciudades tradicionales están llenas de espacios públicos generados por la necesidad social que el ser humano posee, estos espacios públicos dan identidad y carácter a la ciudad permitiendo a sus habitantes expresarse y apropiarse socialmente de los espacios creando así una vida colectiva, estos espacios pueden ser naturales, culturales, patrimoniales. Los espacios públicos permiten la participación de los ciudadanos, espacios destinados al paseo, equilibrio físico y mental de los adultos, el propósito de incrementar recorridos peatonales es para que los habitantes tengan acceso a encuentros sociales informales sin obstaculizar el tránsito.

Por otro lado al hablar de los factores que influyen socioculturalmente Guerrero (2014) dice que “el desarrollo social tiene entre sus principales factores el progreso del capital humano y el capital social, es decir que, esto implica el desarrollo económico y humano, su evolución o cambio en las relaciones del individuo, grupo o instituciones dentro de una sociedad para alcanzar el bienestar social.” Entonces podemos decir que los proyectos culturales nacen del entorno social, por esta razón si construimos multiplicidad cultural podremos fortalecer nuestra sociedad contemporánea.

#### **2.3.5. Condiciones para el desarrollo humano.**

Las condiciones para un desarrollo humano dependerán de aspectos psicológicos e inclusive de aspectos físicos del entorno, uno de estos por ejemplo es la aprobación que buscamos dentro de un grupo aceptando las normas del grupo social para satisfacer y sustentar aspectos emocionales y dar significado, por decirlo así, a las funciones y deberes que realizamos diariamente. El ser humano siempre buscara satisfacción en todos los aspectos de su vida y esto dependerá del rendimiento que este demuestre dando como resultado el éxito y tratando de evitar el fracaso, para de esta forma tener un reconocimiento de las labores que está realizando.

Otro aspecto para un desarrollo humano según Cruz (2003) es “la sensación de seguridad ya que es indispensable para nuestra estabilidad psíquicas. Debemos sentirnos seguros de nuestro trabajo, del amor de nuestra familia, de nuestra integridad física, nuestro sentimiento de seguridad depende también de los que creemos que nos ofrece el entorno” (p.127). De esta forma para un trabajador el sentirse seguro es más importante que un estímulo monetario, ya que se influye en el bienestar psíquico de la persona haciéndola sentir apreciado y como una pieza fundamental dentro de un equipo de trabajo, optimizando el sistema de trabajo.

Al hablar colectivamente y al Plan Nacional del Ecuador nos remitimos al aporte cultural ancestral indígena Sumak Kawsay o Buen Vivir, el cual busca una buena calidad de vida y una sociedad justa respetando la diversidad cultural para de esta manera establecer el derecho a las futuras generaciones al bienestar. Esta permite la participación activa de individuos y colectividades a la construcción de su destino y felicidad. Esta antigua tradición de los pueblos antiguos Latinoamericanos tiene los siguientes principios: “Sin conocimiento o sabiduría no hay vida (Tucu Yachay), Todos venimos de la madre tierra (Pacha Mama), La vida es sana (Hambi Kawsay), La vida es colectiva (Sumak Kamaña) y Todos tenemos un ideal o sueño (Hatun Muskuy)” (Bustos, 2013).

#### **2.3.6. Bienestar de los actores sociales.**

El ser humano siempre buscara el bienestar en diferentes etapas de su vida ya sea físicamente y psicológicamente dentro de un grupo social. Se llama bienestar al estado de sentirse bien determinado por la felicidad, satisfacción con la vida y aspectos positivos y negativos, para sentirnos bien las dimensiones psicológicas que establecemos son nuestra autonomía, los objetivos vitales que posee el hombre, la auto aceptación, la búsqueda de relaciones positivas el dominio ambiental y nuestro crecimiento tanto personal como espiritual. Al hablar de bienestar social nos orientamos en la necesidad individual y social que posee el hombre, las dimensiones que tiene el bienestar social son: integración social, aceptación social, contribución social, actualización social y coherencia social. (Blanco, 2005).



La integración social se refiere a la necesidad de sentirse parte de la sociedad. Para que exista una aceptación social la persona debe sentir que pertenece a un grupo y disfrutar de ello, por este motivo empieza a incrementar la confianza en los otros y a sentir que tiene una utilidad y valor en el grupo, y en conjunto lograr un bien común, esto se lo llama contribución social. La actualización social a su vez busca una sociedad dinámica que se pone metas y objetivos que permiten el crecimiento del desarrollo para producir bienestar, mientras que la coherencia social refina la confianza en la sociedad buscando su organización y funcionamiento del mundo social para encontrar su lógica.

Por esta razón se puede decir que los problemas de la comunidad están ligados a cada uno de los individuos que lo conforman ya que el bienestar individual no puede ser independiente del bienestar social. Toda organización está compuesta de dos elementos que son los individuos y la necesidad de establecer relaciones psicosociales, entonces para establecer las características y necesidades de un individuo se lo analiza desde el entorno social en el que se desenvuelve. “Este grupo debe ser culturalmente aceptable a la sociedad para que de esta forma los individuos que lo componen tengan una interrelación interna en función de sus conductas” (Maradei, 2009, p.213).

#### **2.3.6.1. Condiciones Físicas.**

Las condiciones físicas se refiere al ambiente físico en el que se desarrolla un individuo ya sea en su aspecto laboral como en su aspecto social, dentro de este tema se encuentran las condiciones del clima, el ruido, la temperatura, la luz solar o artificial así como también la percepción visual de signos y colores, y de qué manera afectan al bienestar de los individuos. En la actualidad al momento de generar un diseño se debe considerar todos estos puntos como menciona Vargas (2005) el hecho de que “la sociedad actual exige lugares seguros, limpios y bien climatizados, para lo que es necesario integrar percepciones y exigencias de los habitantes y alcanzar un óptimo equilibrio entre estándares sociales (...) buscando confort sin contaminar y sin aumentar el consumo de fuentes energéticas” (p. 243).

**Entorno.**

El entorno está determinado por los factores naturales y sociales que presenta el lugar en donde se encuentra un individuo influyendo en su vida de manera biológica y sociológica y en la manera de captación fisiológica o psicológica, como por ejemplo, los espacios interiores con gran altura, como las catedrales o edificios públicos, nos dan una sensación de pequeñez y euforia, de igual forma una altura menor en un espacio más amplio nos incomoda. El entorno también está determinado por el efecto espacial que percibimos con nuestros sentidos, siendo otro factor la luz que el espacio proyecta a su interior, en espacios altos hay posibilidad de ingreso de luz natural complementada en las noches por luz artificial, mientras que un espacio más bajo necesitaría un uso constante de luz artificial siendo el espacio percibido como poco saludable (Coles, 2008).

Cruz (2003) menciona dos tipos de entorno el macroentorno y el microentorno: El macroentorno posee características físicas y sociológicas que afecta a un grupo, está establecido por la posición geográfica y el nivel del mar estos dos determinan el clima, la cantidad de oxígeno, la humedad, los vientos y la lluvia, estos aspectos establecen la manera de como solucionan los problemas un grupo social. Mientras que el microentorno es considerado como una burbuja imaginaria, eso quiere decir que se limita al espacio que rodea al individuo, este entorno es variable ya que se crea para cada actividad que se realiza y su espacio es limitado únicamente a la actividad que se realiza en ese momento.

**Ambiente.**

Los factores ambientales se enfocan en la percepción de las señales físicas del mismo y a la adaptación de las respuestas que demuestran los órganos sensoriales del cuerpo humano. Nuestro cuerpo reacciona mediante estímulos, estos son producidos por los cambios físicos que encontramos en el ambiente. De esta manera “el gusto y el olfato captan la energía química; los órganos del

calor y el frío perciben la energía térmica; el tacto y el dolor reaccionan a la energía mecánica, eléctrica y térmica; el oído recibe las ondas acústicas; y el sentido vestibular se activa por la energía mecánica, el ojo recibe las imágenes.” (Cruz, 2003, p.75).

Los tipos de ambientes según los cambios físicos son:

### **Ambiente Térmico.**

Se refiere a la temperatura ya sea del aire o de su humedad como también de su circulación y a la temperatura que toman los objetos por su composición física o el calor que captan del sol, formando parte de los elementos físicos de un espacio como las paredes, techos, suelos, etc. Para poder reducir los efectos nocivos o molestos de la temperatura sobre un individuo se puede modificar los elementos que conforman un espacio, reduciendo las fuentes de calor para mejorar la relación espacio operador, o mediante un sistema de rotación de personal o proveyendo bebidas a los mismos.

Las condiciones inadecuadas de ambiente térmico puede influir negativamente en la salud de un individuo dentro del puesto de trabajo causando incomodidad y estrés térmico, los aspectos que se debe considerar son la relación entre el trabajador y la vestimenta que debe llevar, y el esfuerzo físico que debe realizar, como también el intercambio térmico entre el individuo y el ambiente como lo menciona Asensio-Cuesta (2012, p.10). La temperatura corporal interna de una persona es de 37°C, externamente se dice que va desde los 25°C a 29°C, cuando esta temperatura baja el cuerpo empieza a sentir frío, y cuando está por encima de las mencionadas anteriormente “empieza el proceso de evaporación de líquidos que se demuestra mediante el sudor, puede darse variaciones dependiendo de la geografía en la que se encuentre debido a que el cuerpo tiende a adaptarse con el tiempo” (Montmollin, 1971, p.113).

### **Ambiente Acústico.**

El ambiente acústico está determinado por los efectos de ruido que se percibe en el medio, los ruidos fuertes pueden ocasionar patologías al oído, mientras que otros pueden ayudar a llevar más amablemente el trabajo como la música es un estimulante en ciertos casos; disminuir el ruido intensifica la percepción acústica de ciertos aspectos dentro del puesto de trabajo así como también mejora la ejecución del mismo ya que al tener la presencia de un ruido desagradable ocasiona perturbaciones visuales y cenestésicas generando un estrés psicológico.

El ruido cuando es impulsivo genera otros efectos sobre el hombre a más de los mencionados anteriormente, Maradei (2009) dice que “provoca una modificación del ritmo cardiaco, lo acelera unos segundo y luego lo desacelera lentamente. Esta falta de confort acústico produce fatiga, estrés, disminución de rendimiento, (...), acción compleja sobre la actividad cerebral, alteraciones en el aparato digestivo, alteraciones del metabolismo e influencia sobre la tonicidad muscular” (p.281). Para el diseño de un espacio interior es necesario tomar en consideración los materiales que se van a emplear ya que estos crean el ambiente acústico.

### **Ambiente Lumínico.**

“La luz y los efectos lumínicos son vitales para el disfrute y el éxito funcional de los espacios. Es la luz la que nos hace discernir diferencias de color y tono” (Coles, 2008, p.119). La manera en que la luz se proyecta sobre un objeto permite distinguir entre la forma y la textura que este posee, por otro lado existe dos tipos de luz: la luz solar y la luz artificial. La luz solar contiene todos los colores y estos son incluso más brillantes, las formas son más definidas y las sombras más intensas.

La luz solar afecta psicológicamente y físicamente tanto en un clima cálido como en un clima frío, por lo que refuerza el bienestar del hombre, por este

motivo se debe permitir que los espacios dejen ingresar a la luz solar, ya que a pesar de los problemas de salud que puede ocasionar la exposición al sol el hombre siempre buscara su calor, por este motivo se debe controlar la cantidad de luz solar que ingresa a un espacio. De igual manera el sol deteriora algunos materiales, por este motivo los espacios se deben iluminar indirectamente mediante la reflexión de los rayos solares sobre superficies.

Al hablar de iluminación artificial existe dos tipos la funcional y la de ambiente, la de ambiente se refiere a la iluminación general la que reemplaza la luz solar, dando luz a todo el espacio, esta se puede complementar con luces puntuales, mientras que la iluminación funcional tiene como propósito enmarcar una actividad que requiere una cantidad más puntual de luz, para que exista un confort lumínico estas dos deben estar equilibradas para no tener un espacio saturado o dificultades para ver dentro del mismo. Coles (2008) destaca la tecnología actual con la cual podemos simular el calor y luz solar como también la calidez y tenue iluminación de una vela, dependiendo de las necesidades que se desee realizar en el espacio.

### **Confort Visual.**

Gran parte de la relación espacial es visual, los colores formas y texturas pueden llegar a definir la percepción psicológica sobre aquel lugar debido al previo conociendo de los materiales que están presentes, por tal motivo la percepción visual puede definir el nivel de bienestar que ocasiona en una persona. Con respecto al color Maradei (2009) analiza la percepción y las sensaciones que tenemos frente a un color, “el significado de un color depende directamente del contexto donde nos encontremos” (p.15), el significado o simbolismo del color llega a variar con las personas ya sea por su cultura o por la región geográfica que se encuentran, por su estrato social así como también por su edad.

### **2.3.6.2. Usuario/ Propietario.**

Se denomina de esta manera ya que “es el locatario o personal empleado por el mismo que da atención a los compradores” (Plazola, 2001, p. 607). La persona encargada de preparar y brindar el servicio es el que se encuentra diariamente dentro del módulo de venta exponiéndose a diferentes factores físicos ambientales como también a la labor que debe realizar, la experiencia que tiene respecto a su actividad y el ambiente sociocultural crea modelos mentales que se debe tomar en consideración antes de proponer un diseño como nos explica Rincón (2008) cuando proponemos “un producto o sistema que esta concebido bajo modelos mentales diferentes a los que hemos construido, existe un proceso de adaptación y aprendizaje en la que muchas veces se presenta un choque con los modelos que las personas tiene establecido” (p. 31).

### **Bienestar laboral.**

El bienestar dentro del puesto de trabajo implica resguardar la integridad física y psicológica de los que están dentro del lugar de operación. Este lugar de operación es considerado un entorno variable ya que depende de las actividades que se realice, el mobiliario o los equipos para las actividades de cocina, por ejemplo, varían de tamaño forma y de materialidad para realizar la actividad de amasado, “así como también el ingreso de aire y la intensidad de iluminación creando un ambiente variado” (Cruz, 2003, p.159). En cuanto al puesto de trabajo es el espacio que se puede intervenir para proporcionar un ambiente seguro y confortable para el individuo controlando los “límites de temperatura seca húmeda relativa, temperatura radiante media y movimiento del aire” (Ching, 2002, p.91).

La actividad que se realice en un puesto de trabajo afecta de forma significativa al funcionamiento normal del cuerpo humano, considerando que el hombre no es diseñado para permanecer en una sola posición debido, a esto la actividad debe ser una manifestación de la interrelación entre el medio ambiente y el sujeto trabajando, eso quiere decir que se debe mejorar la relación trabajo – beneficio por parte del usuario. Rueda (2013) establece los principios que

determina las condiciones que deben presentar para desarrollar un trabajo alrededor del diseño centrado en el usuario:

- La implicación activa de los usuarios en el proceso y una comprensión clara de los requerimientos y tareas del mismo.
- Una distribución apropiada de la funciones entre los usuario y la tecnología.
- La iteración de las soluciones de diseño.
- Diseño multidisciplinar. (p.32)

El cansancio mental es otro factor que al parecer no parece tener influencia sobre la productividad pero cuando una persona está expuesta a un prolongado tiempo de trabajo su rendimiento es menor por causa de la fatiga, ocasionando perdida de sus reflejos y de la percepción del entorno (Cruz, 2003, p.30). La rotación de los puestos permite que esta fatiga sea menor ya que se realiza actividades diferentes además de que minimiza el absentismo y favorece a la flexibilidad de posibles variaciones de la demanda, de esta manera al conceder esta oportunidad de adquirir conocimientos nuevos reduce la monotonía y evitar el aburrimiento a los colaboradores.

### **Seguridad y ambiente de trabajo.**

Para evaluar las condiciones de trabajo en las que se encuentra un individuo se debe analizar los aspectos ergonómicos, las actividades como la manipulación de cargas, las posturas, repetitividad, aplicación de fuerzas, la carga mental y los factores psicosociales pueden llegar a ocasionar lesiones agudas o crónicas. Existen factores según Rueda (2013) que intervienen en el trabajador que determinan la capacidad de realizar una actividad que son:

- Género: Hay límites permisibles de manipulación de peso con respecto al género ya que las mujeres pueden realizar  $2/3$  partes de la fuerza muscular de los hombres debido distribución de la masa.
- Edad: Las personas menores de 18 y mayores de 45 tiene un límite en cuanto a la carga de pesos se trata debido al desgaste de las vértebras que presentan.
- Biomecánica: Al realizar manipulación de cargas todo el cuerpo se ve involucrado, las piernas hacen el papel de propulsor, la columna vertebral es el tronco o estructura, y los brazos realizan la sujeción y transmisión de fuerzas.(p.15)

De igual manera la zona de trabajo (Ver anexo 15, p.131) debe permitir los movimientos de los miembros superiores, ya sea de pie o sentado, admitiendo el rango de comodidad postural en donde todos los equipos, elemento o materiales deben estar en esta zona, de esta manera se tiene acceso a todos los implementos que se encuentran en la superficie de trabajo, evitando sobreesfuerzos y optimizando el sistema de producción. Las acciones preventivas de ergonomía y seguridad que debe tomar como menciona Rueda (2013) son:

Empresa.

- Facilitar pausas periódicas y cambios de posturas para disminuir las posibles molestias que causan al permanecer demasiado tiempo de pie o sentado.
- Revisar el comportamiento seguro del trabajador, controlando por ejemplo, el almacenamiento de elementos debajo de la superficie de trabajo, el aseo y el orden.
- Cambiar oportunamente los componentes dañados del mobiliario que el trabajador hace uso.
- Controlar que el trabajador sobrecargue la superficie de trabajo.

Trabajador.

- Realizar ejercicios de calentamiento y estiramiento especialmente brazos y piernas.
- Mantener comportamientos seguros en la interacción con el puesto de trabajo y los equipos de trabajo.
- Realizar las labores más frecuentes sobre una zona de trabajo óptima y habitual que permita que el individuo este en los rangos de comodidad.
- Utilizar la zona de trabajo máxima únicamente para tareas de poca frecuencia. (p.235)

## **Salud**

Es la “actividad que tiene como finalidad fomentar y mantener el más alto nivel de bienestar físico, mental y social de los trabajadores en todas las profesiones, prevenir todo daño a la salud de estos por las condiciones de sus trabajos” (Gil, 2012, p.15). Dentro del puesto de trabajo existen varios factores que contribuyen a una salud inestable como son los agentes del clima, la presión de trabajo, la exposición a agentes contaminantes como el CO<sub>2</sub> o a productos nocivos para la salud, estos puede ocasionar problemas respiratorios, enfermedades al aparato circulatorio, accidentes laborales, problemas digestivos, entre otros.



Además se debe considerar los aspectos psicológicos del individuo y del ambiente en el que se desenvuelve, si este es nocivo para su estado de ánimo ocasionara, a más de un bajo rendimiento, que las defensas del cuerpo tiendan a disminuir siendo propenso a contraer cualquier virus. Para favorecer la salud e incentivar a un ambiente sano dentro del puesto de trabajo se debe promover un clima laboral saludable hacia los trabajadores, además de disponer de horarios razonables. Los trabajadores de igual manera deben tener una relación entre ellos y una organización en el puesto de trabajo, utilizar su uniforme correctamente para evitar accidentes y cumplir con las normas de seguridad según el trabajo que se realice.

#### **2.3.6.3. Consumidor/ Cliente.**

Es cualquier persona natural que esta momentáneamente en un establecimiento o en este caso en un módulo Plazola (2001) lo define como: “amas de casa, padres de familia, jóvenes, niños, ancianos y público en general que adquiere la mercancía” (p.607). Al decir que solo se encuentra por un corto espacio de tiempo se debe enfatizar que su grado de adaptabilidad es momentáneo pero se debe procurar que esa adaptación no influya negativamente sobre el bienestar del consumidor, la adaptación responde a los estímulos e interviene los sentidos como el oído la vista el olfato que se adaptan rápidamente (Cruz, 2003).

Para apoyar la sociedad inclusiva se debe considerar de igual manera a las personas con todas sus capacidades así como de las que tiene algún tipo de limitaciones ya sean temporales o permanentes, los productos debe ser diseñados pensando en cubrir las necesidades de estos dos aspecto juntos. Para que un producto pueda ser utilizado por todas las personas debe der flexible en su uso, tener un uso simple e intuitivo, y la información debe ser perceptible, esto se debería lograr mediante el uso de señalética, permitiendo de tal forma que el cliente se sienta parte del espacio.

### **Bienestar psíquico.**

Este tipo de bienestar está ligado con la naturaleza de la mente de los individuos y de sus relaciones sociales, así como también de sus comportamientos en espacios públicos y privados, ya sea que lo han aprendido en su proceso de formación o si es tomado de su grupo social. Según los estratos sociales Maradei (2009) menciona “que las personas compran productos mas no por la necesidad sino por el significado que tiene el gastar dinero, para de esta forma pertenecer a un grupo social” (p.212). La conducta humana reacciona a la realidad personal y del grupo social al que siente pertenecer, por lo que se puede decir que está en constante cambio.

Dentro del bienestar psíquico se ven involucrados, a más de las características individuales de cada persona, las características sociales que no son la suma de características individuales, más bien generan otras características para que puedan ser percibidos en la sociedad y diferenciados buscando así la aceptación dentro de esta. Un individuo se relaciona de forma diferente en cada tipo de grupo al que pertenezca como la familia, el trabajo, los amigos, esto dependerá de su estrato social, de la edad e incluso la motivación que tenga en ese momento, el hombre siempre busca complacer el sentimiento de ser aceptado y pertenecer a un grupo.

### **Bienestar físico.**

Se enfoca en los factores biológicos que se puede visualizar o medir del ser humano como ser dinámico y cambiante, cada parte del cuerpo humano tiene características de movilidad mínimos o extensos ya que cada musculo tiene su propia longitud de palanca que permite la variación de los movimientos, considerando también que conforme va creciendo la persona también varía su postura. “Este sistema orgánico es en parte responsable del comportamiento: capacidades y conductas del ser humano” (Cruz, 2003, p.38), diciendo que los aspectos físicos de un individuo también influyen en los aspectos psicológicos del mismo.

Estos factores se dividen en funcionales y estructurales, los factores funcionales se enfocan en las capacidades cinéticas del individuo en donde se debe analizar aspectos biomecánicos, mientras que en los factores estructurales el estudio va direccionado a la antropometría para el análisis de las dimensiones del cuerpo humano. Queda claro que al referirse al bienestar físico también influyen factores externos del medio ambiente como el espacio interno del puesto de trabajo, los primeros no se puede controlar mientras que el clima interno puede ser alteado mediante sistemas de calefacción o ventilación.

## **2.4. Señalamiento de Variables.**

### **2.4.1. Variable Dependiente**

Puestos de expendo de comida tradicional.

### **2.4.2. Variable Independiente**

Bienestar de los actores sociales

## **CAPÍTULO III MARCO METODOLÓGICO**

### **3.1. Diseño metodológico**

#### **3.1.1. Enfoque de la investigación**

##### **Cualitativo**

La investigación tiene un enfoque cualitativo, mediante el cual se busca medir los atributos del impacto de los puestos de expendio de comida tradicional en el bienestar de los actores sociales, por medio de la técnica de la observación y encuestas con lo que se busca dar sus respectivos resultados a las variables a desarrollar.

##### **Cuantitativo**

El enfoque cuantitativo estará presente en los datos que se obtendrá de la recolección, tabulación y análisis de los resultados de la encuesta, para comprobar la validez de la hipótesis planteada.

#### **3.1.2. Modalidad de la investigación**

##### **Bibliográfica**

En la presente investigación se aplicará la modalidad bibliográfica ya que se utiliza antecedentes investigativos acerca del sector y la influencia turística que tiene para la ciudad, así como también se obtendrá ayuda en manuales, revistas científicas, textos impresos, normativas e incluso artículos de internet que nos permitirán obtener y recopilar información documentada.

### **De campo**

El estudio será realizado en el lugar donde suscita el problema que requiere una investigación, en donde se podrá obtener contacto directo con los involucrados con el objeto de estudio siendo estos los actores principales.

### **3.1.3. Niveles y tipos de investigación**

#### **Exploratorio**

La investigación se basa en parte en un nivel exploratorio, ya que al generar una hipótesis se descubrirá la causa del impacto del diseño de los puestos de expendio de comida tradicional en el bienestar de los actores sociales, detectando los factores determinantes de los comportamientos que se encontrará en el sector de Atocha.

#### **Descriptivo**

El presente nivel investigativo permitirá comparar entre los fenómenos que se podrá observar en el sector de Atocha, en donde se busca caracterizar a este lugar por lo que se tratará aisladamente.

#### **Asociación de Variables**

El estudio estará basado de igual manera en la asociación de variables ya que se evaluará el comportamiento entre ellas y se buscara medir su grado de relación a fin de determinar cuál es el comportamiento mayoritario.

### **3.2. Población y muestra**

Los estratos de la población afectados por el problema son, en primer lugar, los clientes que frecuentan el sector quienes consumen los productos, que son alrededor de 1050 personas. De este número se tomara una muestra de 282 personas para realizar la encuesta. En segundo lugar, se debe considerar al grupo objetivo de la Asociación 2 de Noviembre quienes son los involucrados directamente; la asociación está conformada por 21 asociados, pero de ellos, dentro de los puestos laboran alrededor de 40 personas entre asociados y colaboradores. Las autoridades municipales de la Dirección del Departamento de Turismo y del Departamento de Planificación son los afectados por el

problema de manera externa, enfocándose en el turismo, en este caso el turismo gastronómico.

El cálculo de la muestra:

En donde:

PQ: Probabilidad de que ocurra el evento (0,25).

N: Población total.

e: Error de muestreo del 5% al 12% (0.05).

k: 1,96.

n: Total de la muestra.

$$n = \frac{PQ \times N}{(N-1) \left( \frac{e^2}{k^2} \right) + PQ}$$

$$n = \frac{0,25 \times 1050}{(1050-1) \left( \frac{0,05^2}{1,96^2} \right) + 0,25}$$

$$n = \frac{262,5}{(1049) (0,00065) + 0,25}$$

$$n = 281,69$$

Por lo tanto se determina que:

*Cuadro N°1: Muestra resultante de la población.*

	N°	%
Clientes	282	86%
Propietarios	40	12%
Dirección de planificación del GADMA	2	1%
Dirección de turismo del GADMA	2	1%
<b>Total</b>	<b>326</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Estefanía Velásquez (2015).*

### 3.3. Operacionalización de variables

#### Variable Dependiente

Concepto	Dimensiones	Indicadores	Preguntas	Técnicas e instrumentos
Diseño de modulares	Diseño	Elementos	• ¿Cree usted que el producto es de mejor calidad por la imagen que transmiten los puestos de colada morada?	Encuesta: Cuestionario de selección simple.
			• ¿Qué mensaje visual transmite actualmente el sector, en especial los puestos de venta, y que mensaje debería transmitir?	Entrevista: Cuestionario abierto
		Fundamentos	• ¿El diseño debe relacionarse estéticamente con el entorno?	Encuesta: Cuestionario de selección simple.
			• ¿Cuál debería ser el diseño idóneo de los módulos destinados a la venta de colada morada?, ¿Deberían tener una forma característica?	Entrevista: Cuestionario abierto
	Tipología de puestos	Zonificación	• ¿Qué espacio dentro del puesto es más importante para usted?	Encuesta: Cuestionario abierto
			• ¿Qué área considera prioritaria? Recepción, comedor, de servicio, de limpieza, cocina, de recepción de productos y de preparación.	Encuesta: Cuestionario de selección simple.
		Necesidades del mercado y de la sociedad	• ¿Considera usted que la creación de módulos trasportables para la venta de colada morada mejorara la apariencia del sector?	Encuesta: Cuestionario de selección simple.
			• ¿Ha tenido dificultades para armar su módulo de preparación de comida?	Encuesta: Cuestionario de selección simple.
	Mercado	Comercio organizado	• ¿Considera que los actuales puestos de venta brindan un ambiente adecuado para satisfacer las necesidades de los turistas?	Encuesta: Cuestionario de selección simple.
			• ¿Qué aspecto de limpieza es más importante para usted? Área para los implementos de limpieza o que el material del módulo sea fácil de limpiar,	Encuesta: Cuestionario de selección simple.
	Ergonomía	Biomecánica	• ¿Qué actividad le dificulta realizar dentro del puesto de venta? Preparar? Servir, Lavar utensilios, Organizar elementos, Almacenaje de productos, Almacenaje de utensilios	Encuesta: Cuestionario de selección simple.
			• ¿El puesto de trabajo se adapta a todas las actividades que realiza dentro del mismo?	Encuesta: Cuestionario de selección simple.
		Antropometría	• ¿Tiene dificultad para alcanzar objetos dentro del puesto de trabajo?	Encuesta: Cuestionario de selección simple.
			• ¿Cuenta con la ayuda de más personas dentro del puesto de venta?	Encuesta: Cuestionario de selección simple.
Puestos ambulantes	Comercio ambulante	• ¿Qué problema considera usted que sea el principal causante de los inconvenientes en el sector?	Entrevista: Cuestionario abierto	
		• ¿Cuál de los dos aspectos que se menciona a continuación apreciaría más? Instalaciones de agua potable y servida, Energía eléctrica, Pintura de los espacios a utilizarse, Aseo de las calles	Encuesta: Cuestionario de selección simple.	

**Cuadro N°2:** Operacionalización; Variable Dependiente

**Fuente:** Estefanía Velásquez (2015.)

Variable Independiente

Concepto	Dimensiones	Indicadores	Preguntas	Técnicas e instrumentos
Bienestar social	Condiciones físicas	Entorno	• ¿Cree que el entorno sociocultural es fomentado por el ambiente donde se instalan los puestos de venta de colada morada?	Encuesta: Cuestionario de selección simple.
			• ¿Cómo influyen los aspectos físicos y sociales del entorno en los visitantes?	Entrevista: Cuestionario abierto
		Ambiente	• ¿Qué factores ambientales generan más incomodidad al momento de servirse el producto?	Encuesta: Cuestionario de selección simple.
			• ¿Qué aspecto cree usted se deba dar prioridad dentro del módulo? Lumínico, acústico, térmico y visual.	Encuesta: Cuestionario de selección simple.
	Usuario, propietario	Bienestar laboral	• ¿Cómo cree que se podría dar una solución a esta situación?	Entrevista: Cuestionario abierto
			• ¿Considera usted que el bienestar laboral está relacionado con una venta exitosa?	Encuesta: Cuestionario de selección simple.
		Seguridad y ambiente de trabajo	• ¿Toma medidas para prevenir riesgos laborales dentro del módulo?	Encuesta: Cuestionario de selección simple.
			• ¿Qué actividad conlleva una actividad forzada dentro del puesto de venta?	Encuesta: Cuestionario de selección simple.
		Salud	• ¿Su salud se ha visto afectada con más frecuencia, por cuál de los factores que se menciona a continuación? Quemaduras, Dolores articulares y musculares, Enfermedades respiratorias, Accidentes domésticos	Encuesta: Cuestionario de selección simple.
			• ¿Al final de la jornada laboral que tipo de fatiga siente usted? Física, Psíquica, Mental.	Encuesta: Cuestionario de selección simple.
	Consumidor, cliente	Bienestar psíquico	• ¿Los puestos de venta de Colada Morada de Atocha transmiten un mensaje visual agradable?	Encuesta: Cuestionario de selección simple.
			• ¿La tradición y el ambiente familiar deberían mantenerse para que la gente se sienta bien en el sector?	Encuesta: Cuestionario de selección simple.
		Bienestar físico.	• De los elementos y aspectos señalados a continuación escoja el que más le incomode. Tránsito vehicular y peatonal.	Encuesta: Cuestionario de selección simple.
			• De los elementos y aspectos señalados a continuación escoja el que más le incomode. Sillas, mesas, envase donde se mantiene el producto.	Encuesta: Cuestionario de selección simple.
<p><b>Cuadro N°3: Operacionalización; Variable Independiente</b>  <b>Fuente: Estefanía Velásquez. (2015)</b></p>				



### 3.4. Técnicas de recolección de datos

Preguntas básicas	Explicación
1. ¿Para qué?	Analizar de qué manera impacta el diseño de los puestos de expendio de comida tradicional de Atocha en el bienestar de los actores sociales.
2. ¿De qué personas u objetos?	Asociación 2 de Noviembre
3. ¿Sobre qué aspectos?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elementos</li> <li>• Fundamentos</li> <li>• Zonificación</li> <li>• Necesidades del mercado y la sociedad</li> <li>• Comercio organizado</li> <li>• Biomecánica</li> <li>• Antropometría</li> <li>• Comercio Ambulante</li> <li>• Entorno</li> <li>• Ambiente</li> <li>• Bienestar laboral</li> <li>• Seguridad y ambiente de trabajo</li> <li>• Salud</li> <li>• Bienestar psíquico</li> <li>• Bienestar físico</li> </ul>
4. ¿Quién?	Estefanía Carolina Velásquez García
5. ¿A quiénes?	21 asociados, 1000 Clientes
6. ¿Cuándo?	Enero, febrero 2015
7. ¿Dónde?	Parroquia Atocha, Ambato, Ecuador
8. ¿Cuántas veces?	Una prueba piloto
9. ¿Cuáles técnicas de recolección?	Encuestas y entrevistas
10. ¿Con qué instrumento?	Cuestionario de selección simple.
<i>Cuadro N°4: Recolección de la información.</i>	
<i>Fuente: Estefanía Velásquez (2015).</i>	

#### Procesamiento y análisis

- Conteo de encuestas
- Depuración
- Clasificación
- Llenado de encuestas incompletas
- Tabulación de respuestas
- Desarrollo de cuadros de datos y gráficos estadísticos
- Análisis e interpretación de tendencias
- Verificación de las hipótesis
- Desarrollo de conclusiones y recomendaciones.

### **3.5. Técnicas de recolección de datos**

#### **3.5.1. Análisis de los resultados.**

Para el presente proyecto se realizó el análisis de los resultados de las encuestas aplicadas a los integrantes de la Asociación 2 de Noviembre, la cual está compuesta por 21 asociados, estos a su vez cuentan con la ayuda de familiares dentro del puesto, por lo tanto las encuestas se efectuaron a 40 personas siendo estas el grupo objetivo que están expuestos directamente al problema. De igual manera se encuestó a una muestra de 282 personas que representan a los clientes de la Asociación 2 de Noviembre, siendo estos partícipes del problema y a los cuales se busca satisfacer.

Por otro lado se detalla el análisis de las entrevistas efectuadas a miembros del GADMA pertenecientes al departamento de Turismo y Cultura y al departamento de Planificación, los cuales han presenciado los problemas de manera externa. Por último para obtener información detallada de los puestos de expendio se estructuró una matriz FODA con los integrantes de la Asociación, para evaluar los aspectos negativos y positivos de los puestos y de la situación actual en la que se encuentran, en donde se planteó un plan estratégico y de políticas para buscar soluciones a los problemas encontrados.

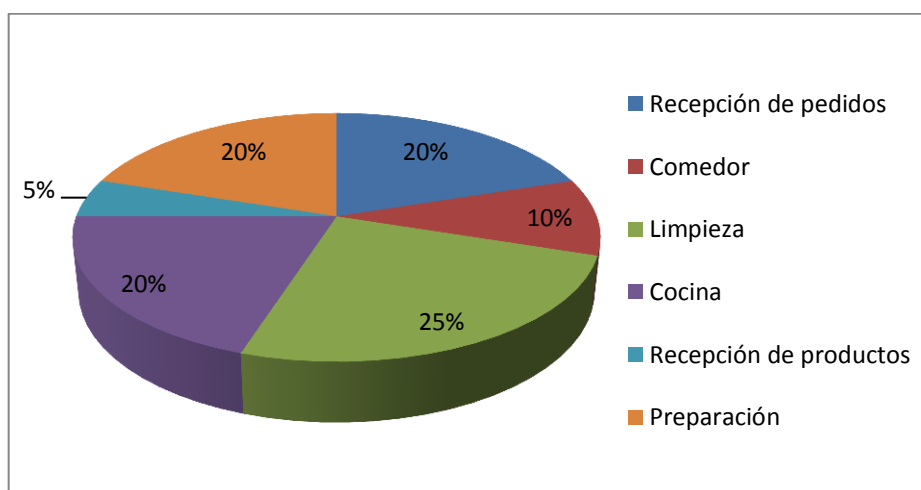
### 3.5.1.1. Encuesta realizada a los Integrantes de la Asociación 2 de Noviembre.

**Pregunta N°1:** ¿Qué área considera prioritaria dentro del puesto de venta?

*Cuadro N°5: Áreas prioritarias dentro del puesto de venta.*

Alternativa de respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Recepción de pedidos	8	20%	20%
Comedor	4	10%	30%
Limpieza	10	25%	55%
Cocina	8	20%	75%
Recepción de productos	2	5%	80%
Preparación	8	20%	100%
TOTAL	40	100%	

*Fuente:* Encuesta realizada a los Integrantes de la Asociación 2 de Noviembre.  
*Elaborado por:* Velásquez, E. (2015).



*Gráfico N°5: Áreas prioritarias dentro del puesto de venta.*

*Fuente:* Encuesta realizada a los Integrantes de la Asociación 2 de Noviembre.

*Elaborado por:* Velásquez, E. (2015).

#### **Análisis e interpretación de resultados:**

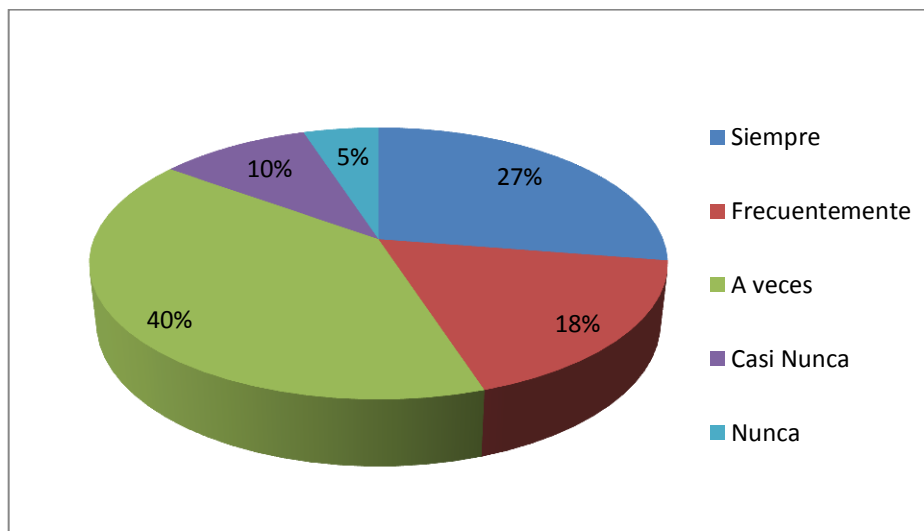
El 25% de los integrantes de la Asociación consideran que el área de limpieza dentro del puesto es prioritaria, mientras que las áreas de recepción de pedidos, de cocina y de preparación son consideradas prioritarias para el 20% en cada aspecto por los encuestados, por otro lado el 10% opina que el área del comedor en donde se sirven los productos es importante y el 5% de los integrantes menciona que el área de recepción de productos debe ser prioritaria. De esta manera el espacio destinado a guardar los productos de limpieza, así como también el área de recepción cocina y preparación, son los que más necesarios son dentro del puesto de venta, los cuales en muchos de los puestos no poseen con estos espacios.

**Pregunta N°2:** ¿Ha tenido dificultades para armar su módulo de preparación de comida?

*Cuadro N°6: Dificultades para armar su módulo.*

Alternativa de respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Siempre	11	27,5%	27,5%
Frecuentemente	7	17,5%	45%
A veces	16	40%	85%
Casi Nunca	4	10%	95%
Nunca	2	5%	100%
TOTAL	40	100%	

*Fuente:* Encuesta realizada a los Integrantes de la Asociación 2 de Noviembre.  
*Elaborado por:* Velásquez, E. (2015).



**Gráfico N°6:** Dificultades para armar su módulo.

*Fuente:* Encuesta realizada a los Integrantes de la Asociación 2 de Noviembre.

*Elaborado por:* Velásquez, E. (2015).

**Análisis e interpretación de resultados:**

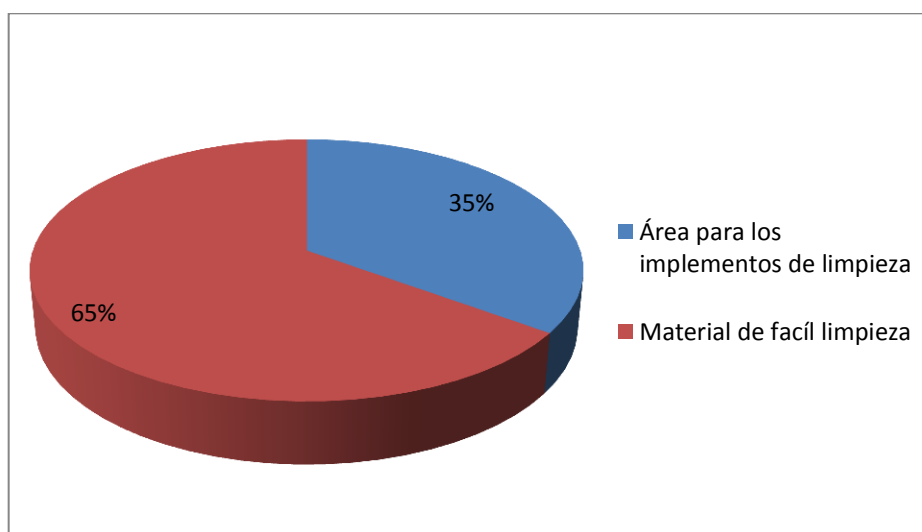
Al momento de armar y desarmar los puestos de venta el 40% de los integrantes a veces tienen dificultades para hacerlo, pero el 27,5% siempre tiene dificultades y frecuentemente el 17,5%, mientras que el 10% casi nunca y el 5% nunca lo ha tenido, estos factores varían por la edad de los dueños de los puestos y de la ayuda que tienen al momento de hacerlo. Por lo tanto el armado y desarmado del puesto es realizado por los dueños de los puestos en lo cual no se considera la edad de la mayoría de los integrantes y el hecho de que casi su totalidad son del género femenino.

**Pregunta N°3:** ¿Qué aspecto de limpieza es más importante para usted?

*Cuadro N°7: Aspectos de limpieza.*

Alternativa de respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Área para los implementos de limpieza	14	35%	35%
Material de fácil de limpieza	26	65%	100%
TOTAL	40	100%	

*Fuente: Encuesta realizada a los Integrantes de la Asociación 2 de Noviembre.*  
*Elaborado por: Velásquez, E. (2015).*



*Gráfico N°7: Aspectos de limpieza.*

*Fuente: Encuesta realizada a los Integrantes de la Asociación 2 de Noviembre.*

*Elaborado por: Velásquez, E. (2015).*

**Análisis e interpretación de resultados:**

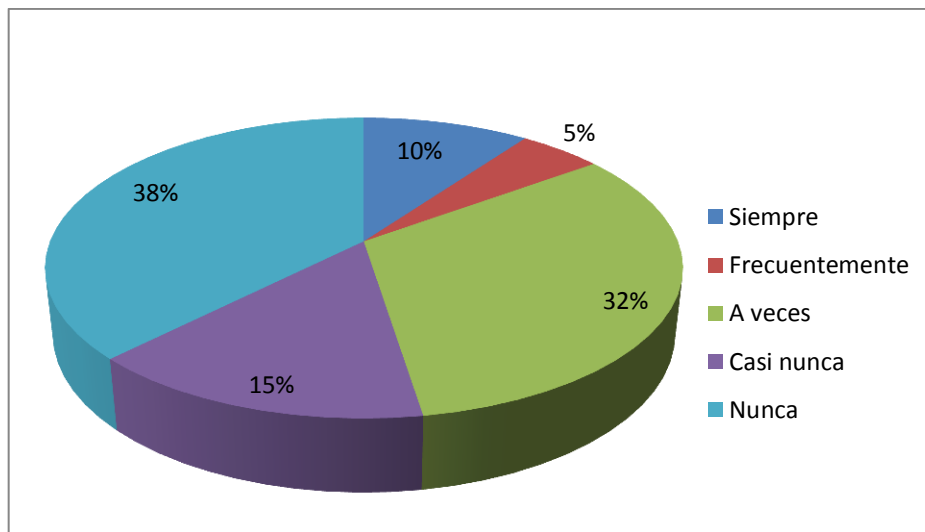
Para mantener un puesto limpio e higiénico el 65% de los encuestados mencionaron que es más importante que el módulo sea elaborado por materiales de fácil limpieza, mientras que el 35% mencionaron que el tener un espacio destinado para los productos para limpiar los espacios es más eficiente. De esta manera los materiales actuales de los puestos de venta son improvisados por lo tanto no guardan la higiene que se debería mantener ya que no son fáciles y rápidos de limpiar, por otro lado no poseen de un espacio determinado para ordenar los productos para la limpieza.

**Pregunta N°4:** ¿El puesto de trabajo se adapta a todas las actividades que realiza dentro del mismo?

*Cuadro N°8: Adaptación del puesto a todas las actividades que realiza.*

Alternativa de respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Siempre	4	10%	10%
Frecuentemente	2	5%	15%
A veces	13	32,5%	47,5%
Casi Nunca	6	15%	62,5%
Nunca	15	37,5%	100%
TOTAL	40	100%	

*Fuente: Encuesta realizada a los Integrantes de la Asociación 2 de Noviembre.  
Elaborado por: Velásquez, E. (2015).*



*Gráfico N°8: Adaptación del puesto a todas las actividades que realiza.*

*Fuente: Encuesta realizada a los Integrantes de la Asociación 2 de Noviembre.*

*Elaborado por: Velásquez, E. (2015).*

#### **Análisis e interpretación de resultados:**

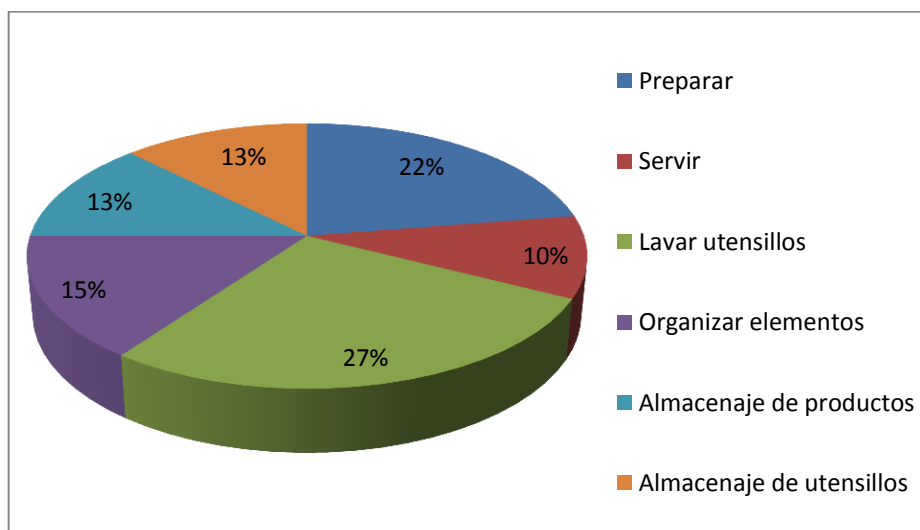
Del total de encuestados el 37,5% afirma que el puesto nunca se adapta a las actividades que se realiza, pero el 32,5% menciona que es solamente a veces en ciertas actividades y el 15% casi nunca se encuentran cómodos mientras realizan sus actividades, el 10% aseguran que es frecuentemente, mientras que el 5% siempre se han sentido bien dentro del puesto de expendio. El puesto de trabajo siempre se debe adaptar a las actividades que se realiza y en este caso los dueños de los puestos, por las limitaciones que algunos poseen y por el espacio mínimo y desorganizado que poseen, se les dificulta realizar todas las actividades necesarias.

**Pregunta N°5:** ¿Qué actividad le dificulta realizar dentro del puesto de venta?

**Cuadro N°9:** Actividades difíciles de realizar dentro del puesto.

Alternativa de respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Preparar	9	22,5%	22,5%
Servir	4	10%	32,5%
Lavar utensilios	11	27,5%	60%
Organizar elementos	6	15%	75%
Almacenaje de productos	5	12,5%	87,5%
Almacenaje de utensilios	5	12,5%	100%
TOTAL	40	100%	

*Fuente:* Encuesta realizada a los Integrantes de la Asociación 2 de Noviembre.  
*Elaborado por:* Velásquez, E. (2015).



**Gráfico N°9:** Actividades difíciles de realizar dentro del puesto.

*Fuente:* Encuesta realizada a los Integrantes de la Asociación 2 de Noviembre.

*Elaborado por:* Velásquez, E. (2015).

**Análisis e interpretación de resultados:**

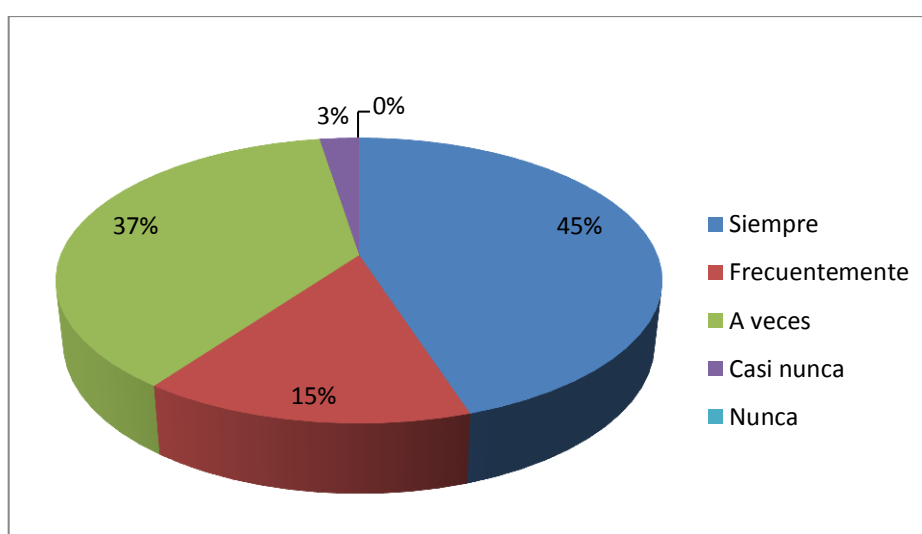
Para el 27,5% de los dueños de los puestos se les dificulta lavar los utensilios que ocupan, para el 22,5% es complicado preparar los productos por el espacio mínimo que disponen, para organizar los elementos el 15% tienen dificultad, y un porcentaje mínimo, servir y almacenar productos y utensilios. Debido a que no se posee un sistema de recolección de aguas servidas y aprovisionamiento de agua potable el hecho de lavar los utensilios es una tarea difícil para los integrantes de la asociación.

**Pregunta N°6:** ¿Cuenta con la ayuda de más personas dentro del puesto de venta?

**Cuadro N°10:** Frecuencia de ayuda dentro del puesto de venta.

Alternativa de respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Siempre	18	45%	45%
Frecuentemente	6	15%	60%
A veces	15	37,5%	97,5%
Casi Nunca	1	2,5%	100%
Nunca	0	0%	100%
TOTAL	40	100	

*Fuente:* Encuesta realizada a los Integrantes de la Asociación 2 de Noviembre.  
*Elaborado por:* Velásquez, E. (2015).



**Gráfico N°10:** Frecuencia de ayuda dentro del puesto de venta.

*Fuente:* Encuesta realizada a los Integrantes de la Asociación 2 de Noviembre.

*Elaborado por:* Velásquez, E. (2015).

**Análisis e interpretación de resultados:**

Dentro del puesto de expendio el 45% siempre cuenta con la ayuda de al menos una persona, el 37,5% solo a veces, pero el 15% frecuentemente, únicamente el 2,5% casi nunca recibe ayuda. De esta manera debemos tomar en consideración que mínimo hay dos personas dentro del puesto y que estas realizan actividades iguales o diferentes, por lo tanto no existe las holguras necesarias para dos personas delimitando los espacios y en muchas ocasiones causando accidentes.

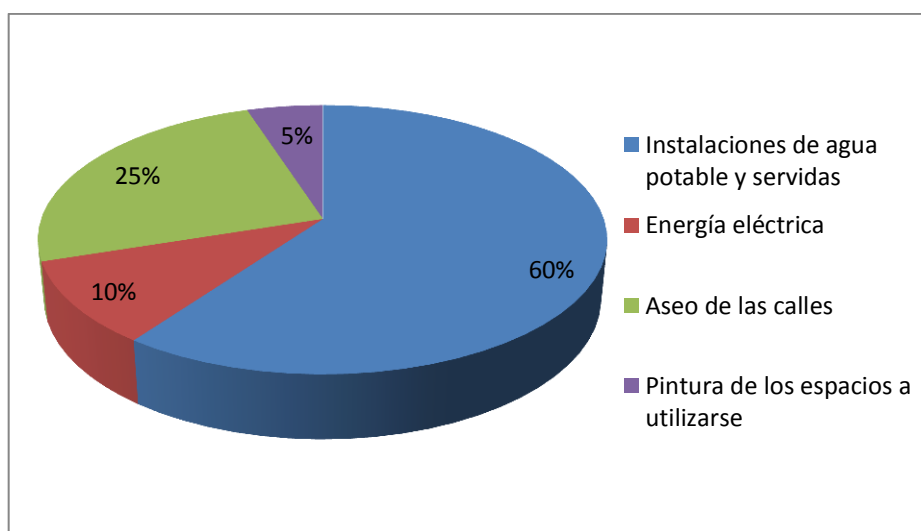


**Pregunta N°7:** ¿Cuál de los dos aspectos que se menciona a continuación apreciaría más dentro del puesto de venta?

**Cuadro N°II:** Aspectos que más se apreciaría dentro del puesto.

Alternativa de respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Instalaciones de agua potable y servida	24	60%	60%
Energía eléctrica	4	10%	70%
Aseo de las calles	10	25%	95%
Pintura de los espacios a utilizarse	2	5%	100%
TOTAL	40	100%	

*Fuente:* Encuesta realizada a los Integrantes de la Asociación 2 de Noviembre.  
*Elaborado por:* Velásquez, E. (2015).



**Gráfico N°II:** Aspectos que más se apreciaría dentro del puesto.

*Fuente:* Encuesta realizada a los Integrantes de la Asociación 2 de Noviembre.

*Elaborado por:* Velásquez, E. (2015).

### **Análisis e interpretación de resultados:**

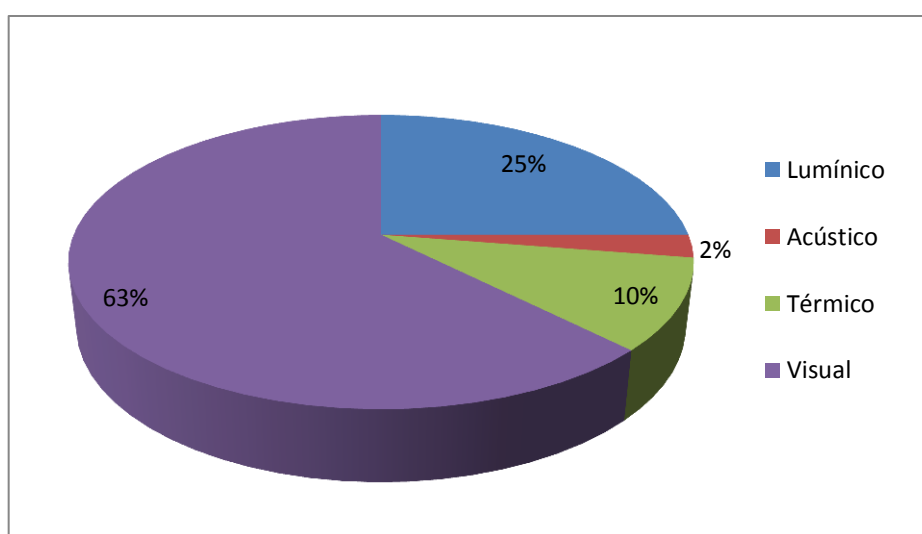
De los integrantes de la Asociación el 60% prefiere que dentro del puesto de expendio se pueda contar con instalaciones de desagüe y de agua potable, mientras que el 25% desearía que exista más atención al aseo de las calles, con un bajo porcentaje las integrantes apreciarían que las instalaciones de energía eléctrica sea mejorada, así como también que los espacios sean pintados para dar una mejor presentación al sector. Debido a que los puestos actuales no poseen un sistema de agua potable se ven obligados a almacenar agua en recipientes para lavar los utensilios o que estos sean de material reciclable, lo que conlleva gastos extras y contaminación del medio ambiente.

**Pregunta N°8:** ¿Qué aspecto cree usted se deba dar prioridad dentro del módulo?

*Cuadro N°12: Aspectos prioritarios dentro del módulo.*

Alternativa de respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Lumínico	10	25%	25%
Acústico	1	2,5%	27,5%
Térmico	4	10%	37,5%
Visual	25	62,5%	100%
TOTAL	40	100%	

*Fuente: Encuesta realizada a los Integrantes de la Asociación 2 de Noviembre.  
Elaborado por: Velásquez, E. (2015).*



*Gráfico N°12: Aspectos prioritarios dentro del módulo.*

*Fuente: Encuesta realizada a los Integrantes de la Asociación 2 de Noviembre.*

*Elaborado por: Velásquez, E. (2015).*

### **Análisis e interpretación de resultados:**

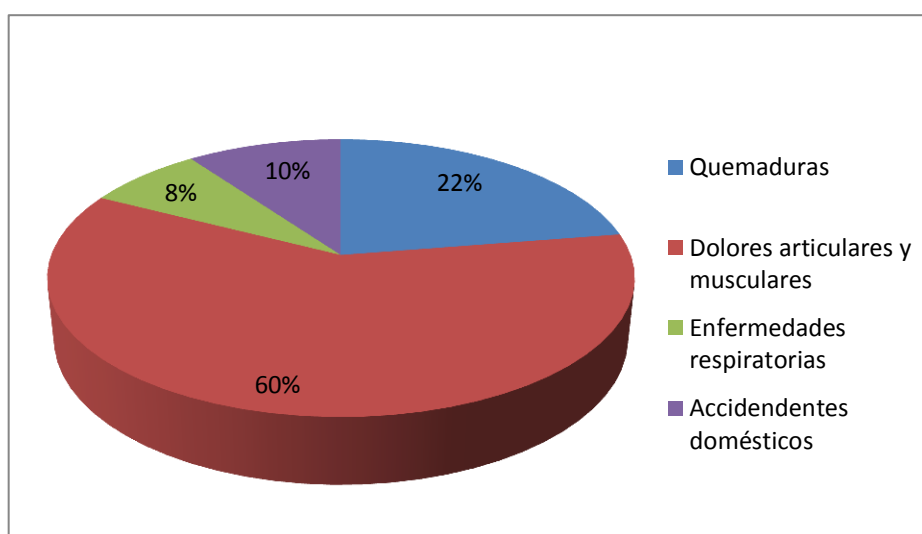
El 62,5% de los entrevistados mencionaron que el aspecto visual se debería dar más prioridad dentro de los puestos de venta, por otro lado el 25% creen que el aspecto lumínico debería ser primordial, mientras que el 10% dice que se debería mejorar las condiciones térmicas, y el 2,5% opina que las molestias acuáticas necesitan una solución. El mensaje visual que el módulo transmite no es el apropiado en opinión a los mismos integrantes de la asociación por el desorden que generan.

**Pregunta N°9:** ¿Su salud se ha visto afectada con más frecuencia, por cuál de los factores que se menciona a continuación?

**Cuadro N°13:** Factores que han afectado a la salud.

Alternativa de respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Quemaduras	9	22,5%	22,5%
Dolores articulares y musculares	24	60%	82,5%
Enfermedades respiratorias	3	7,5%	90%
Accidentes domésticos	4	10%	100%
TOTAL	40	100%	

*Fuente:* Encuesta realizada a los Integrantes de la Asociación 2 de Noviembre.  
*Elaborado por:* Velásquez, E. (2015).



**Gráfico N°13:** Factores que han afectado a la salud.

*Fuente:* Encuesta realizada a los Integrantes de la Asociación 2 de Noviembre.

*Elaborado por:* Velásquez, E. (2015).

### **Análisis e interpretación de resultados:**

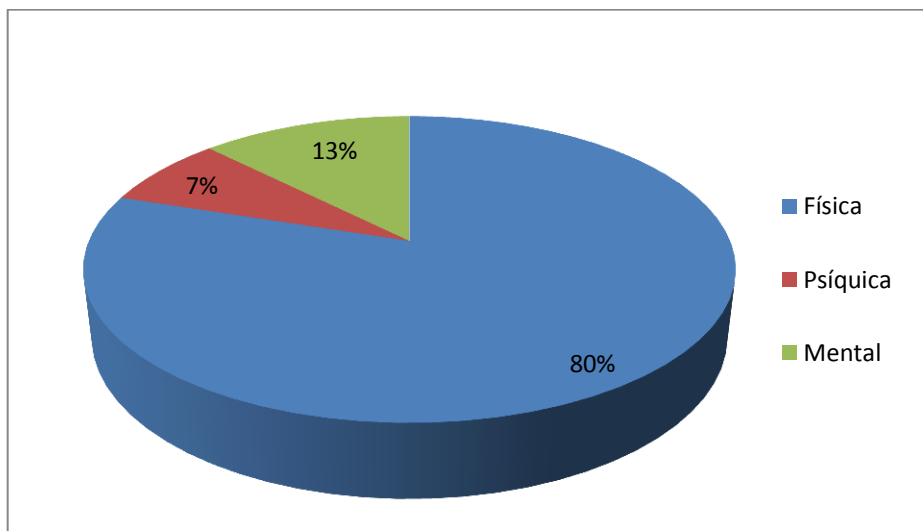
Los integrantes de la Asociación han experimentado diferentes problemas de salud, la gran mayoría que corresponde al 60% han sufrido de dolores articulares y musculares, el 22,5% de quemaduras por los utensilios en las cocinas, el 10% e accidentes domésticos en el momento de mover y servir el producto y el 7,5% restante de enfermedades respiratorias por la contaminación que existe en el sector y el cambio climático. Estos problemas de salud son provocados por el módulo de venta en especial los dolores articulares y musculares al momento de armar y desarmar el pesto, como también al momento de trasladar los implementos para la venta.

**Pregunta N°10:** ¿Al final de la jornada laboral que tipo de fatiga siente usted?

**Cuadro N°14:** Tipos de fatigas que se siente al final de la jornada.

Alternativa de respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Física	32	80%	80%
Psíquica	3	7,5%	87,5%
Mental	5	12,5%	100%
TOTAL	40	100%	

*Fuente:* Encuesta realizada a los Integrantes de la Asociación 2 de Noviembre.  
*Elaborado por:* Velásquez, E. (2015).



**Gráfico N°14:** Tipos de fatigas que se siente al final de la jornada.

*Fuente:* Encuesta realizada a los Integrantes de la Asociación 2 de Noviembre.

*Elaborado por:* Velásquez, E. (2015).

**Análisis e interpretación de resultados:**

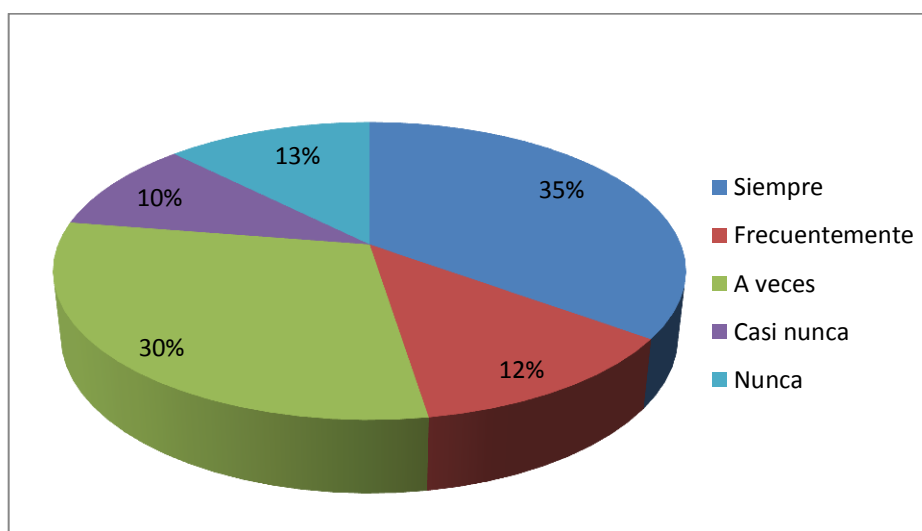
La mayoría de integrantes que corresponden al 80% al final de la jornada laboral sufren de fatiga física, mientras que el 12,5% se sienten fatigados mentalmente y únicamente el 7,5 llegan con fatiga psíquica a sus hogares. Por tal motivo las actividades que se realizan dentro del puesto de venta llegan a fatigar en todos los sentidos a las personas que laboran en ellos, pero en gran manera físicamente por lo que se deduce que los espacios no son los adecuados.

**Pregunta N°11:** ¿Los puestos de venta de Colada Morada de Atocha transmiten un mensaje visual agradable?

*Cuadro N°15: Mensaje visual de los puestos de venta de Colada Morada.*

Alternativa de respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Siempre	14	35%	35%
Frecuentemente	5	12,5%	47,5%
A veces	12	30%	77,5%
Casi Nunca	4	10%	87,5%
Nunca	5	12,5%	100%
TOTAL	40	100%	

*Fuente: Encuesta realizada a los Integrantes de la Asociación 2 de Noviembre.  
Elaborado por: Velásquez, E. (2015).*



*Gráfico N°15: Mensaje visual de los puestos de venta de Colada Morada.*

*Fuente: Encuesta realizada a los Integrantes de la Asociación 2 de Noviembre.*

*Elaborado por: Velásquez, E. (2015).*

### **Análisis e interpretación de resultados:**

Según los dueños de los puestos de expendio el 35% opina que siempre se transmite un mensaje visual agradable porque eso es lo que ellos buscan brindar a sus clientes, mientras que el 30% menciona que únicamente es a veces, por otro lado los integrantes que corresponden al 12,5% afirman que nunca o frecuentemente es así y por último el 10% asegura que casi nunca el mensaje que se transmite es agradable. Los integrantes de la asociación siempre han buscado dar un buen servicio a sus clientes pero en su mayoría no son conscientes del mensaje visual que dan a los mismos.

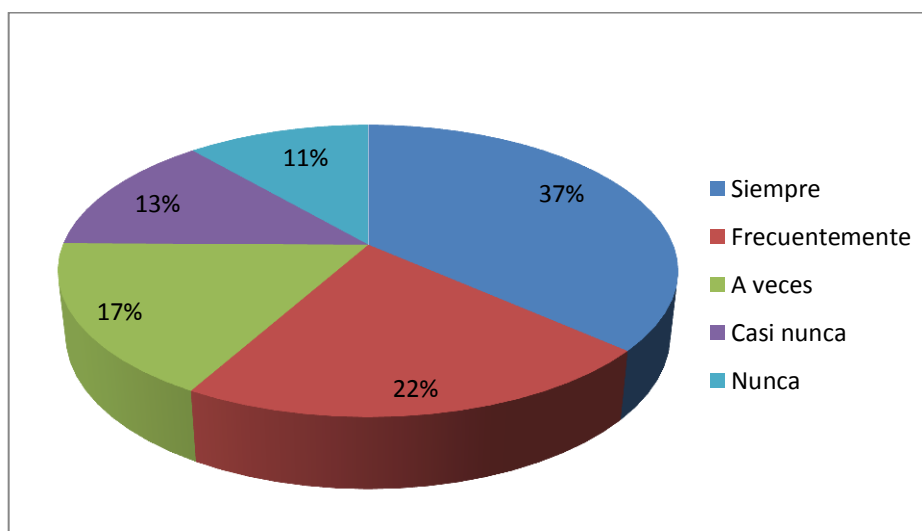
### 3.5.1.2. Encuesta realizada a los clientes de la Asociación 2 de Noviembre.

**Pregunta N°1:** ¿Cree usted que el producto es de mejor calidad por la imagen que transmiten los puestos de colada morada?

*Cuadro N°16: La calidad es mejor por la imagen que transmiten los puestos.*

Alternativa de respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Siempre	103	36,52%	36,52%
Frecuentemente	61	21,63%	58,15%
A veces	48	17,02%	75,17%
Casi Nunca	38	13,48%	88,65%
Nunca	32	11,35%	100%
TOTAL	282	100%	

*Fuente: Encuesta realizada a los Clientes de la Asociación 2 de Noviembre.  
Elaborado por: Velásquez, E. (2015).*



*Gráfico N°16: La calidad es mejor por la imagen que transmiten los puestos.*

*Fuente: Encuesta realizada a los Clientes de la Asociación 2 de Noviembre.*

*Elaborado por: Velásquez, E. (2015).*

#### **Análisis e interpretación de resultados:**

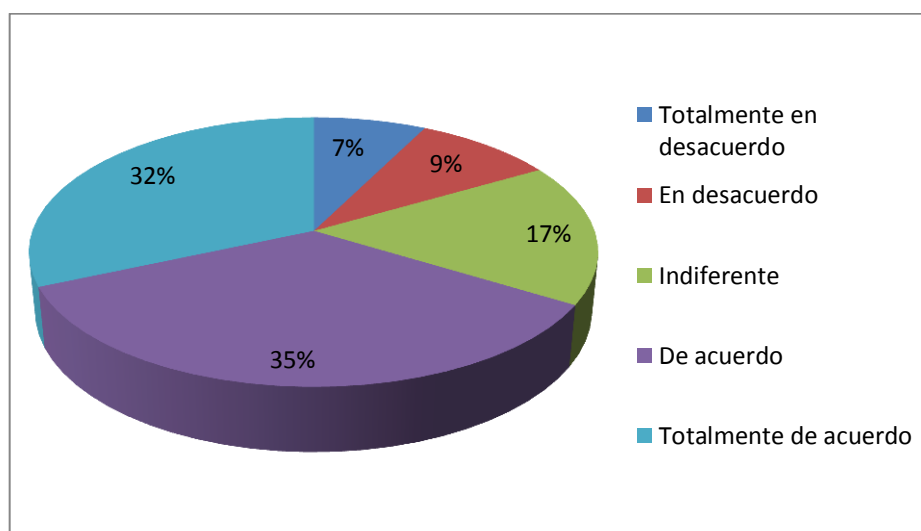
En relación a la calidad del producto el 36,52% de encuestados mencionaron que este siempre es de mejor por la imagen que transmiten los puestos de venta, por otro lado 21,63% menciona que frecuentemente sucede esto, mientras que el 17,02% asegura que únicamente a veces y con un mínimo porcentaje los encuestados dijeron que esto casi nunca o nunca es verdad. Las personas se dejan llevar por lo que ven a simple vista debido a esto los puesto de expendio no son bien vistos a los ojos de los clientes.

**Pregunta N°2:** ¿Considera usted que la creación de módulos trasportables para la venta de colada morada mejorara la apariencia del sector?

**Cuadro N°17:** Creación de módulos trasportables mejorará la apariencia del sector.

Alternativa de respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	21	7,45%	7,45%
En desacuerdo	26	9,22%	16,67%
Indiferente	48	17,02%	33,69%
De Acuerdo	98	34,75%	68,44%
Totalmente de acuerdo	89	31,56%	100%
TOTAL	282	100%	

*Fuente:* Encuesta realizada a los Clientes de la Asociación 2 de Noviembre.  
*Elaborado por:* Velásquez, E. (2015).



**Gráfico N°17:** Creación de módulos trasportables mejorará la apariencia del sector.

*Fuente:* Encuesta realizada a los Clientes de la Asociación 2 de Noviembre.

*Elaborado por:* Velásquez, E. (2015).

### **Análisis e interpretación de resultados:**

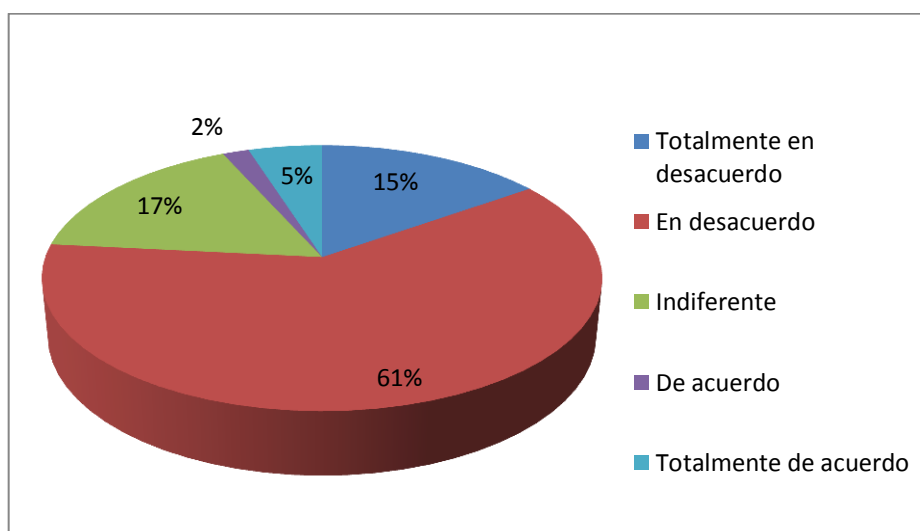
El 34,75% de encuestados están de acuerdo en que el sector mejorará con la creación de módulos trasportables, mientras que el 31,56% están totalmente de acuerdo con la proposición, el 17,02% se encuentran indiferentes con el tema y con una porcentaje menor los encuestados están en desacuerdo y totalmente en desacuerdo. Los módulos trasportables no son bien vistos debido a que generan más desorden pero la mayoría opina que con una buena organización ayudaría a los dueños d los puestos y a ellos al momento de servirse el producto.

**Pregunta N°3:** ¿Considera que los actuales puestos de venta brindan un ambiente adecuado para satisfacer las necesidades de los turistas?

**Cuadro N°18:** Ambiente adecuado para satisfacer las necesidades de los turistas.

Alternativa de respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	43	15,25%	15,25%
En desacuerdo	173	61,35%	76,6
Indiferente	47	16,67%	93,27
De Acuerdo	5	1,77%	95,04
Totalmente de acuerdo	14	4,96%	100%
TOTAL	282	100%	

*Fuente:* Encuesta realizada a los Clientes de la Asociación 2 de Noviembre.  
*Elaborado por:* Velásquez, E. (2015).



**Gráfico N°18:** Ambiente adecuado para satisfacer las necesidades de los turistas.

*Fuente:* Encuesta realizada a los Clientes de la Asociación 2 de Noviembre.

*Elaborado por:* Velásquez, E. (2015).

### **Análisis e interpretación de resultados:**

Según el 61,35% de encuestados están en desacuerdo ya que considera que los puestos actuales no brindan un ambiente adecuado en el sector, mientras que el 16,67% es indiferente a esta situación ya que únicamente se interesan en el producto, con un 15,25% de la muestra de los clientes están totalmente en desacuerdo con respecto al ambiente que promueve los puestos de venta y un mínimo porcentaje de la muestra mencionan que están de acuerdo y totalmente de acuerdo. Por lo tanto los clientes en su mayoría consideran que el ambiente que promueven los puestos no es el adecuado en el sector.

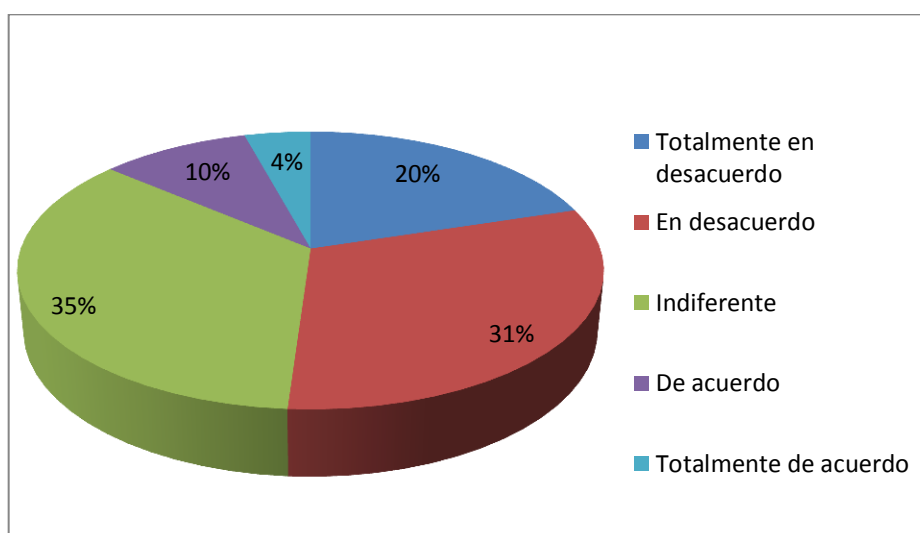


**Pregunta N°4:** ¿Cree que el entorno sociocultural es fomentado por el ambiente donde se instalan los puestos de venta de colada morada?

**Cuadro N°19:** Entorno sociocultural es fomentado por el ambiente.

Alternativa de respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	57	20,22%	20,22%
En desacuerdo	87	30,85%	51,07%
Indiferente	99	35,11%	86,18%
De Acuerdo	27	9,57%	95,75%
Totalmente de acuerdo	12	4,25%	100%
TOTAL	282	100%	

*Fuente:* Encuesta realizada a los Clientes de la Asociación 2 de Noviembre.  
*Elaborado por:* Velásquez, E. (2015).



**Gráfico N°19:** Entorno sociocultural es fomentado por el ambiente.

*Fuente:* Encuesta realizada a los Clientes de la Asociación 2 de Noviembre.

*Elaborado por:* Velásquez, E. (2015).

#### **Análisis e interpretación de resultados:**

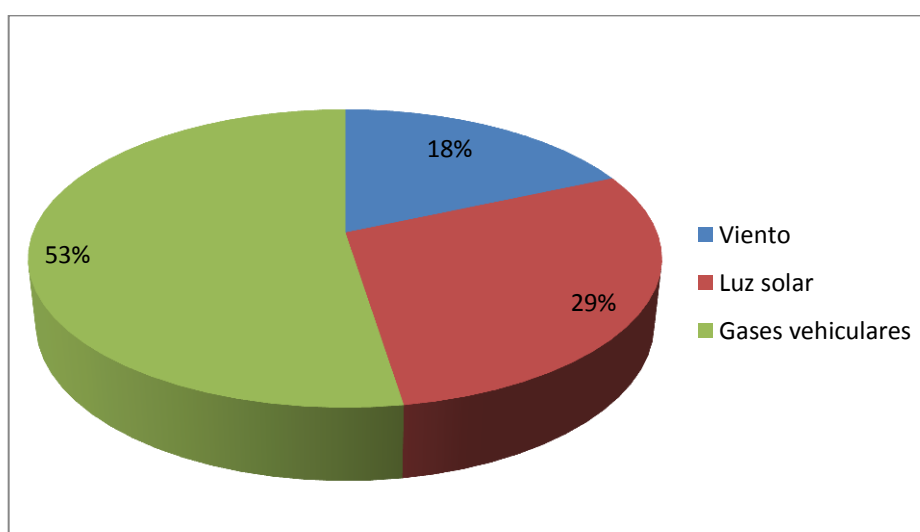
El 35,11% de encuestados son indiferentes en este aspecto ya que desconocen del tema, mientras que el 30,85% están en desacuerdo y el 20,22% están totalmente en desacuerdo ya que creen que el entorno no fomenta un ambiente sociocultural. Con un porcentaje muy bajo los encuestados están de acuerdo y totalmente en desacuerdo ya que el poco espacio si fomenta un ambiente sociocultural aunque sea mínimo. Por lo visto en el sector el ambiente sociocultural es mínimo y no es fomentado precisamente por los puestos de expendio.

**Pregunta N°5:** ¿Qué factores ambientales generan más incomodidad al momento de servirse el producto?

**Cuadro N°20:** Factores ambientales generan más incomodidad.

Alternativa de respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Viento	52	18,44%	18,44%
Luz solar	82	29,08%	47,52%
Gases vehiculares	148	52,48%	100%
TOTAL	282	100%	

*Fuente:* Encuesta realizada a los Clientes de la Asociación 2 de Noviembre.  
*Elaborado por:* Velásquez, E. (2015).



**Gráfico N°20:** Factores ambientales generan más incomodidad.

*Fuente:* Encuesta realizada a los Clientes de la Asociación 2 de Noviembre.

*Elaborado por:* Velásquez, E. (2015).

### **Análisis e interpretación de resultados:**

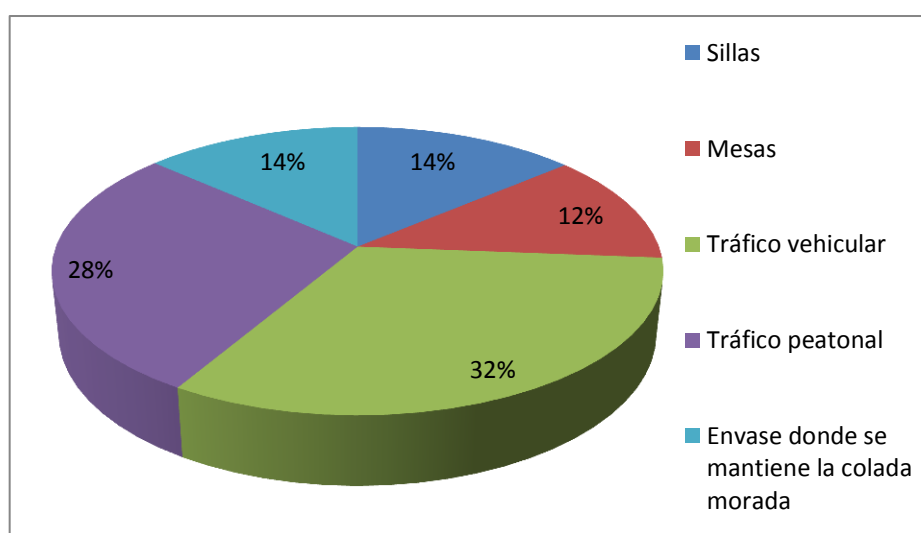
Del total de los encuestados el 52,48% menciona que los gases vehiculares es el factor que más les incomoda al momento de estar en el sector, mientras que la luz solar incomoda al 29,08% del total de la muestra y el 18,44% se siente incómodo por el viento. Al momento de servirse el producto todos los factores ambientales incomoda a los clientes pero el más mencionado son los gases vehiculares emitidos por la gran cantidad de automóviles que transitan por el sector, generando también caos vehicular.

**Pregunta N°6:** De los elementos y aspectos señalados a continuación escoja el que más le incomode.

**Cuadro N°21:** Elementos y aspectos que más incómoda.

Alternativa de respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Sillas	39	13,83%	13,83%
Mesas	35	12,41%	26,24%
Tráfico vehicular	91	32,27%	58,51%
Tráfico peatonal	79	28,02%	86,53%
Envase donde se mantiene la colada morada	38	13,47%	100%
TOTAL	282	100%	

*Fuente:* Encuesta realizada a los Clientes de la Asociación 2 de Noviembre.  
*Elaborado por:* Velásquez, E. (2015).



**Gráfico N°21:** Elementos y aspectos que más incómoda.

*Fuente:* Encuesta realizada a los Clientes de la Asociación 2 de Noviembre.

*Elaborado por:* Velásquez, E. (2015).

### **Análisis e interpretación de resultados:**

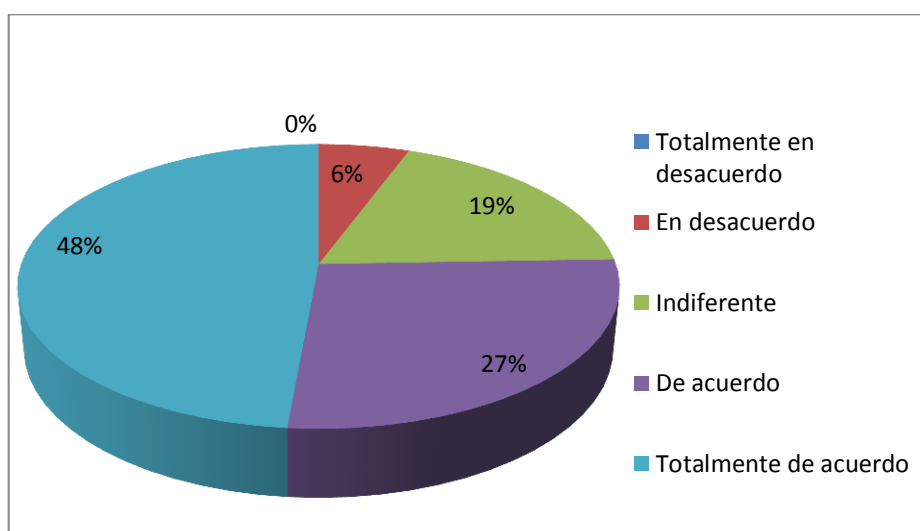
El tráfico vehicular es el elemento que más incómoda al 32,27% de los clientes encuestados, mientras que al 28,02% se siente incómodo por el tráfico peatonal, los elementos como las sillas y los envases donde se mantiene la colada morada molesta 13% de los encuestados y el 12,41% se ve afectado por las mesas que se dispone servirse el producto. Por lo tanto los elementos no son los adecuados y el ambiente mucho menos, pero en lo que respecta al tráfico, ya sea este vehicular o peatonal, es lo que ocasiona incomodidad en los clientes y algunos eviten llegar al sector.

**Pregunta N°7:** ¿La tradición y el ambiente familiar deberían mantenerse para que la gente se sienta bien en el sector?

**Cuadro N°22:** Tradición y el ambiente familiar.

Alternativa de respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	0	0%	0%
En desacuerdo	16	5,67%	5,67%
Indiferente	53	18,79%	24,46%
De Acuerdo	76	26,96%	51,42%
Totalmente de acuerdo	137	48,58%	100%
TOTAL	282	100%	

*Fuente:* Encuesta realizada a los Clientes de la Asociación 2 de Noviembre.  
*Elaborado por:* Velásquez, E. (2015).



**Gráfico N°22:** Tradición y el ambiente familiar.

*Fuente:* Encuesta realizada a los Clientes de la Asociación 2 de Noviembre.

*Elaborado por:* Velásquez, E. (2015).

### **Análisis e interpretación de resultados:**

El 48,58% está totalmente de acuerdo en que la tradición y el ambiente familiar debería mantenerse en el sector, mientras que el 26,96% está de acuerdo en relación a esta situación, por otro lado el 18,79% es indiferente ya que como se menciona anteriormente únicamente acuden por el producto mas no por el ambiente que este genere; y por último el 5,67% opina que este aspecto no es necesario por lo que están en desacuerdo. El sector es considerado tradicional por esta razón es necesario conservar el ambiente familiar y cultural, aspecto que es poco apreciado y que se está perdiendo.

### **3.5.1.3. Análisis de la entrevista realizada a integrantes del Departamento de Turismo y Cultura, y del Departamento de Planificación del GADMA.**

**Pregunta N°1: ¿Qué problema considera usted que sea el principal causante de los inconvenientes en el sector de Atocha en donde se expende la tradicional Colada Morada?**

Ing. Fausto Velarde: Atocha siempre ha evidenciado un alto flujo de consumidores de sus productos gastronómicos, esto genera por un lado un impacto económico positivo, pero a su vez obliga a mejorar integralmente en el servicio, calidad y presentación, y el sitio de expendio; pero el principal causante es el espacio que se vuelve caótico por la desorganización urbana y de estructura.

Ing. Danilo Aróstegui: No existe una adecuada zonificación del sector, lo que ocasiona congestión vehicular y mala presentación de los locales.

Arq. Jessica Aldas: Los principales problemas en el sector son generados por el tráfico vehicular y los locales improvisados que se ubican alrededor del mismo.

Arq. Trajano Sánchez: El principal causante es el conflicto de tránsito generado por la ubicación de puestos de expendio sobre la avenida Rodrigo Pachano.

**Análisis:** La falta de planificación urbana y control ha generado un caos vehicular en el sector lo cual es mencionado por los entrevistados como un desorden urbano al cual se suma la mala presentación de los puestos de expendio, ya que estos son improvisados e instalados de una manera rudimentaria, por este motivo es necesario mejorar los aspectos del servicio, calidad y presentación del producto.

**Pregunta N°2: ¿Cómo influyen los aspectos físicos y sociales del entorno en los visitantes?**

Ing. Fausto Velarde: La tendencia de consumo de productos cada vez es más exigente, el visitante sabe que por el precio que cancela demanda calidad y eso genera la fidelidad en el consumo; incluso la demanda satisfecha focaliza una buena fuente de publicidad del sector.

Ing. Danilo Aróstegui: Influyen de manera negativa debido a que se nota una mala organización, los puestos no cuentan con servicios básicos y los productos están a la intemperie.

Arq. Jessica Aldas: El entorno no es propicio para los visitantes ya que no existe espacios públicos para fomentar una sociabilidad.

Arq. Trajano Sánchez: Se trata de una zona de interés turístico y patrimonial que tiene y recibe gran afluencia de visitantes a quienes gustan su fisonomía urbana y entorno natural.

**Análisis:** El sector posee aspectos físicos y sociales positivos y negativos que son expuestos por los entrevistados; los aspectos positivos del sector es que allí se encuentra sitios turísticos e históricos importantes para la ciudad de Ambato como son la Quinta de Juan León Mera, el Jardín Botánico y el Centro Cultural la Liria, por este motivo es muy visitado por los turistas generando espacios de esparcimiento y socioculturales. Pero al hablar de los aspectos negativos como son la mala organización y el hecho de que el lugar físico en donde se encuentran los puestos de expendio no cuente con los servicios básicos necesarios, se puede decir que los aspectos físicos y sociales influyen de forma negativa en los turistas.

**Pregunta N°3: ¿Qué mensaje visual transmite actualmente el sector, en especial los puestos de venta, y que mensaje debería transmitir?**

Ing. Fausto Velarde: Actualmente se visualiza como un sector con un gran potencial y con deficiencia en la comercialización de su producto. Debería transmitir, un sector turístico en el que se pueden consumir servicios gastronómicos de calidad, con espacios para el expendio sanitaria e higiénicamente diseñados y con la calidez en el trato al cliente.

Ing. Danilo Aróstegui: La falta de planificación y el desorden que es evidente a primera vista. Debería transmitir la calidad de sus productos, buen servicio y seguridad alimenticia.

Arq. Jessica Aldas: El sector genera un mensaje visual de caos y desorden, mientras que debería transmitir seguridad e higiene.

Arq. Trajano Sánchez: Genera un impacto visual de actividades con desorden, falta de higiene y organización; en este debería verse una actividad ordenada y limpia.

**Análisis:** Los entrevistados concuerdan al mencionar que el mensaje que da al sector a primera vista es de desorden y falta de planificación generando un caos visual, pero se menciona que a pesar de su deficiencia también posee un gran potencial. El sector más bien debería transmitir seguridad alimentaria y calidad de los productos y de igual forma la higiene, como también que su aspecto visual debe fomentar al sector turístico.

**Pregunta N°4: ¿Cómo cree se podría dar una solución a esta situación?**

Ing. Fausto Velarde: De varios aspectos, comenzando desde un componente de fortalecimiento organizativo para profesionalizar el servicio que ofrecen, y

desde la provisión de espacios diseñados en donde se optimicen los recursos y se priorice el espacio de comercialización y consumo del producto.

Ing. Danilo Aróstegui: A través de una propuesta de intervención Municipal donde determine la reubicación de los cubículos y otra presentación de los mismos, en lo referente al personal debe ser calificado y con uniformes.

Arq. Jessica Aldas: Una solución podría ser la reubicación de los puestos, o con el diseño de kioscos especiales para la venta del producto.

Arq. Trajano Sánchez: Se debería buscar una ubicación adecuada en el mismo sector.

**Análisis:** Las soluciones que los entrevistados sugieren es la reubicación de los puestos de expendio así como el aspecto físico de los mismos, con los cuales se pueda tener un control y optimizar los recursos que posee el sector en donde se priorice los espacios comerciales y se fomente la organización.

**Pregunta N°5: ¿Cuál debe ser el diseño idóneo de los módulos destinados a la venta de colada morada?, ¿Debería tener una forma característica?**

Ing. Fausto Velarde: Este debe ser innovador y vanguardista, que guarde relación con el entorno optimizando el espacio existente, democratizando el espacio público para fines comerciales. El módulo debe ser funcional fácil de armar y desarmar, y liviano para transportar.

Ing. Danilo Aróstegui: Debería tener elementos característicos del sector o del producto como es la colada morada.

Arq. Jessica Aldas: Se debería tomar como punto de partida el entorno del sector; tomando en cuenta que en él se encuentra la Quinta de Juan León Mera, el centro cultural La Liria y el Jardín Botánico.



Arq. Trajano Sánchez: Sería importante que el diseño genere una identidad propia del grupo de personas que realizan dicha actividad, en cuanto a forma, materiales y colores.

**Análisis:** Los entrevistados mencionan que el diseño de los módulos de expendio deben mantener una relación con el entorno del sector por ser este considerado histórico y turístico por la presencia de la Quinta de Juan León Mera, el Jardín Botánico y el centro cultural La Liria, así como también por el entorno urbano en el que se encuentra en especial por la presencia de viviendas patrimoniales. Por otro lado se aconseja generar una identidad propia para los integrantes de la Asociación 2 de Noviembre, de esta forma se podrán caracterizar y diferenciar de los otros puestos.

#### **3.5.1.4. Análisis FODA**

El foda es una herramienta que permite establecer estrategias a partir de un análisis de la situación con respecto a los aspectos negativos y positivos del problema, y establecer un claro diagnóstico para tomar decisiones a futuro. Está compuesto por factores internos y factores externos. A continuación se detalla los factores en relación a los puestos de expendio de colada morada del sector de Atocha:

##### **Factores Internos:**

##### **Fortalezas:**

- Buena atención.
- Uniformidad en las cubiertas de todos los puestos.
- El producto es de buena calidad.
- Existe un distintivo en las carpas.

##### **Debilidades:**

- Las áreas son mínimas y deficientes dentro del puesto.
- Incomodidad al preparar y lavar utensilios dentro del puesto de expendio.
- Los propietarios sufren dolores musculares y articulares cuando laboran.

- Existe dificultad al momento de montar el puesto de expendio.
- Desconfianza en el producto por el aspecto de los puestos.

**Factores Externos:**

**Oportunidades:**

- Fomenta la unión familiar.
- La colada morada es un icono gastronómico de la ciudad de Ambato.
- Se encuentran en un sector estratégico.
- Visita permanente de turistas, al sector de influencia.
- Sector tradicional representativo de Ambato.
- La Asociación 2 de Noviembre cuentan con el apoyo del GADMA.

**Amenazas:**

- El lugar que ocupan los puestos está expuesto al tráfico vehicular y peatonal.
- No poseen sistema de desagües o agua potable dentro de los puestos.
- Mal aspecto del sector por los puestos y el descuido de sus áreas.
- Los puestos están expuestos a factores ambientales.

**Cuadro N°23: Matriz de estrategias FODA**

	<p><b>Debilidades (D).</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Áreas mínimas y deficientes dentro del puesto.</li> <li>• Incomodidad al preparar y lavar utensilios.</li> <li>• Los propietarios sufren dolores musculares y articulares.</li> <li>• Dificultad al momento de montar el puesto.</li> <li>• Desconfianza en el producto.</li> </ul>	<p><b>Fortalezas (F)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Buena atención.</li> <li>• Uniformidad en las cubiertas de todos los puestos.</li> <li>• Productos de buena calidad.</li> <li>• Existe un distintivo en las carpas.</li> </ul>
<p><b>Oportunidades (O)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fomenta la unión familiar.</li> <li>• Icono gastronómico de la ciudad de Ambato.</li> <li>• Se encuentran en un sector estratégico.</li> <li>• Visita permanente de turistas</li> <li>• Sector tradicional.</li> <li>• Asociación cuentan con el apoyo del GADMA.</li> </ul>	<p><b>Estrategias (DO)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ordenar de manera técnica los espacios internos.</li> <li>• Brindar información a los turistas.</li> <li>• Considerar la edad de los propietarios para el montaje del puesto.</li> <li>• Aprovechar el sector y brindar más confianza.</li> </ul>	<p><b>Estrategias (FO)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Promocionar la tradición y ambiente familiar.</li> <li>• Promover la uniformidad de los puestos para ser distinguidos como representantes gastronómicos.</li> </ul>

<b>Amenazas (A)</b>	<b>Estrategias (DA)</b>	<b>Estrategias (FA)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>•Expuesto al tráfico vehicular y peatonal.</li> <li>•No poseen sistema de desagües o agua potable.</li> <li>•Mal aspecto del sector por los puestos.</li> <li>•Los puestos están expuestos a factores ambientales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Crear diseño modular acorde con el entorno y las necesidades de los propietarios.</li> <li>•Equipar al módulo con los espacios necesarios que cumplan con todas las necesidades.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Crear sistema de cubierta distintivo.</li> <li>•Mejorar con el diseño de los puestos el aspecto visual del sector.</li> </ul>

*Fuente: Estefanía Velásquez (2015).*

**Cuadro N°24: Matriz de estrategias y políticas.**

	<b>Estrategias</b>	<b>Políticas</b>
<b>DO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Ordenar de manera técnica los espacios internos.</li> <li>•Brindar información a los turistas.</li> <li>•Considerar la edad de los propietarios para el montaje del puesto.</li> <li>•Aprovechar el sector y brindar más confianza.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Para los espacios mínimos se debe aplicar ergonomía dentro los puestos de trabajo.</li> <li>•Incluir estanterías y espacios de almacenamiento para todas las actividades.</li> <li>•Fomentar el turismo del lugar y de la ciudad implementando un método informativo a los turistas.</li> <li>•El módulo deberá guardar relación con el entorno urbano.</li> </ul>
<b>FO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Promocionar la tradición y ambiente familiar.</li> <li>•Promover la uniformidad de los puestos para ser distinguidos como representantes gastronómicos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•El entorno debe promover espacios socioculturales para la distracción de los turistas.</li> <li>•El módulo debe caracterizar a la Asociación 2 de Noviembre, debe ser elegante y atractivo a la vista d los turistas.</li> </ul>
<b>DA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Crear diseño modular acorde con el entorno y las necesidades de los propietarios.</li> <li>•Equipar al módulo con los espacios necesarios que cumplan con todas las necesidades.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•El módulo deberá poseer las dimensiones adecuadas para facilitar el trabajo a los expendedores.</li> <li>•Se realizara un módulo original, innovador de fácil armado.</li> <li>•Se Implementara sistema eléctrico, de desagües y agua potable seguros.</li> </ul>
<b>FA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Crear sistema de cubierta distintivo.</li> <li>•Mejorar con el diseño de los puestos el aspecto visual del sector.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•La cubierta debe tener un sistema de armado rápido y fácil transporte en donde lleve el distintivo de la asociación.</li> <li>•Promover un sector turístico, mediante la asociación de todos los lugares históricos y de interés que posee.</li> </ul>

*Fuente: Estefanía Velásquez (2015).*

## **CAPÍTULO IV PROPUESTA**

### **4.1. Memoria descriptiva y justificativa.**

#### **4.1.1. Descripción del proyecto**

##### **Datos Informativos**

##### **Título.**

Diseño de módulos para el expendio de comida tradicional (colada morada) en el sector de Atocha.

##### **Institución ejecutora.**

Provincia: Tungurahua.

Ciudad: Ambato.

Ubicación: Atocha.

Beneficiarios:

- Asociación 2 de Noviembre.
- Turistas.
- Moradores.

##### **Tiempo estimado para la ejecución.**

Junio - Agosto del 2015

##### **Equipo técnico responsable.**

Estefanía Velásquez

Arq. Oswaldo Jara

GADMA Dirección de Educación, Cultura y Deportes. Sección Turismo.

##### **Costo**

3550,00\$

La elaboración de la propuesta de solución es totalmente factible en el aspecto político ya que mediante la investigación previa de los espacios a implementarse se ha podido aplicar las normativas y dimensiones humanas que se debe utilizar, así como el análisis de tipos de puestos de venta de comida ya sea ambulante o fija, entre otras. Por otro lado se cuenta con el respaldo y conocimiento técnico del tutor encargado de la presente investigación el mismo que vigilara constantemente el desarrollo de la misma siendo así factible organizacionalmente, además de contar con una factibilidad tecnológica, ya que gracias a los programas informáticos actuales será posible la realización de la propuesta.

Para la realización de la Propuesta de solución se tendrá el apoyo de la Asociación 2 de Noviembre para dotar de la información necesaria, lo que la convierte socialmente factible; de igual manera se posee el apoyo del Departamento de cultura y turismo del GADMA para el posible financiamiento y ejecución de la misma. Por otro lado la propuesta de diseño será costeadado por la investigadora. El proyecto ayudara a mejorar el entorno físico del sector de una manera organizacional, siendo factible ambientalmente. De igual manera se formalizará la venta ambulante de una manera organizada permitiendo que las ventas sean legales, beneficiando a los asociados, al sector y a los visitantes del mismo.

#### **4.1.2. Antecedentes y referencias**

El misterio y la asimilación de la muerte así como también la asimilación ritual nos lleva a compartir espacios sagrados en donde la comida memorable no puede faltar, de esta manera la cultura de cada región nos proporciona significados históricos ya sean sociales como de identidad. En el Ecuador cada 2 de noviembre se prepara la tradicional colada de color morado al igual que las guaguas de pan, en donde las familias se reúnen para realizar esta mezcla de colores y sabores, cada miembro de la casa participa en esta preparación sosteniendo la cultura y legado patrimonial a través de los años, dando lugar a un mantenimiento de las tradiciones y conectividad de una generación a otra (Donoso 2011).

El sector de Atocha debido a las ventas ambulantes de colada morada se ha visto afectado físicamente, ya que generan diversos problemas de higiene e imagen visual, por no cumplir con normativas de seguridad alimentaria; en el país vecino específicamente en la ciudad de Bogotá al implementarse quioscos para los vendedores ambulantes se ha logrado una venta organizada en el espacio público, La Radio Santa Fe (2014) menciona que al implementar los módulos se ha logrado contribuir a una sostenibilidad económica y así fortalecer los recursos que se han destinado para los espacios públicos.

La iniciativa de algunas Municipalidades ha ayudado a organizar a los vendedores ambulantes como sucedió en Puerto Montt en Chile al entregar carros de venta de comida a las personas dedicadas a este negocio y de esta manera puedan desarrollar su actividad de manera legal, estos carritos constan con todo el equipamiento necesario como de autorización sanitaria y permiso legal, además cada puesto está ubicado en lugares específicos establecidos por la autoridades. Mediante esta iniciativa a más de generar empleo se logró cambiar la apariencia física del sector y potenciar el turismo. (De la Fuente, 2012).

En la ciudad de Loja al percatarse del malestar generado por los vendedores ilegales de alimentos la Municipalidad al asociarlos crea una mini franquicia denominada “Al pasito, sabrosito”. De esta manera se logra formalizar a los comerciantes ambulantes reubicándolos en cinco lugares de la ciudad. El responsable del proyecto el señor Edison Toapanta menciona: “Es un esquema de los modelos exitosos, ahora las personas que venden sus productos en mejores condiciones demuestran que son microempresarios” (Cruz, 2013). Se fabricaron 31 carritos los cuales llegaron a costar 1.540\$ dólares cada uno, elaborados de acero quirúrgico, material adecuado para la elaboración de alimentos, e instalaciones a gas para la preparación. De esta manera se ha dado la oportunidad a los vendedores ambulantes de trabajar ordenadamente.

### **4.1.3. Contextualización**

El Ecuador construye su identidad cultural gracias a la conservación y promoción de nuestro patrimonio alimentario. La comida ecuatoriana es la expresión extensa y exquisita, teniendo como resultado una dieta variada y equilibrada en donde la gastronomía está relacionada directamente con aspectos sociales, rituales y en especial en ámbitos culturales. Nuestra comida es mestiza al hablar de los ingredientes ya que estos fueron fusionados por los que se introdujeron en la época de la invasión española, tomándolos como nuestros, se creó una fusión de sabores en la comida siendo contundente colorida y sana.

La parroquia de Atocha es una de las más conocidas de la ciudad de Ambato, debido a que es una de las más antiguas, esta guarda tradiciones representativas de la ciudad jardín y una extraordinaria riqueza cultural. Esta parroquia se encuentra en la ruta turística de Ambato ya que en él se encuentran la Quinta de Juan León Mera y el Jardín Botánico la Liria. El sector guarda importantes tradiciones, una de estas es la venta de colada morada los 365 días del año, normalmente es acompañado por las guaguas de pan ambateño o por los pasteles de viento. La asociación 2 de Noviembre es la que cada año en esa fecha realiza el festival de la colada morada más grande a la que asisten turistas nacionales y extranjeros.

Al implementar un módulo transportable en el sector de Atocha para la venta de Colada Morada, nos aseguramos de resguardar y organizar los espacios públicos de una mejor manera y de esta forma optimizar la imagen visual que se desea transmitir. Al conseguir que el módulo sea desarmable y transportable permitirá un espacio amplio y reutilizable para fines socioculturales y de recreación. Los materiales a utilizarse para la construcción del módulo y su formalidad ayudarán a fomentar la higiene y organización dentro del mismo manteniendo una seguridad alimentaria y fortaleciendo la credibilidad en el producto. Por otro lado los mecanismos a emplearse para el desarmado no ocasionarán lesiones a los proveedores y resguardará su bienestar.

#### 4.1.4. Objetivo del proyecto

##### Objetivo General

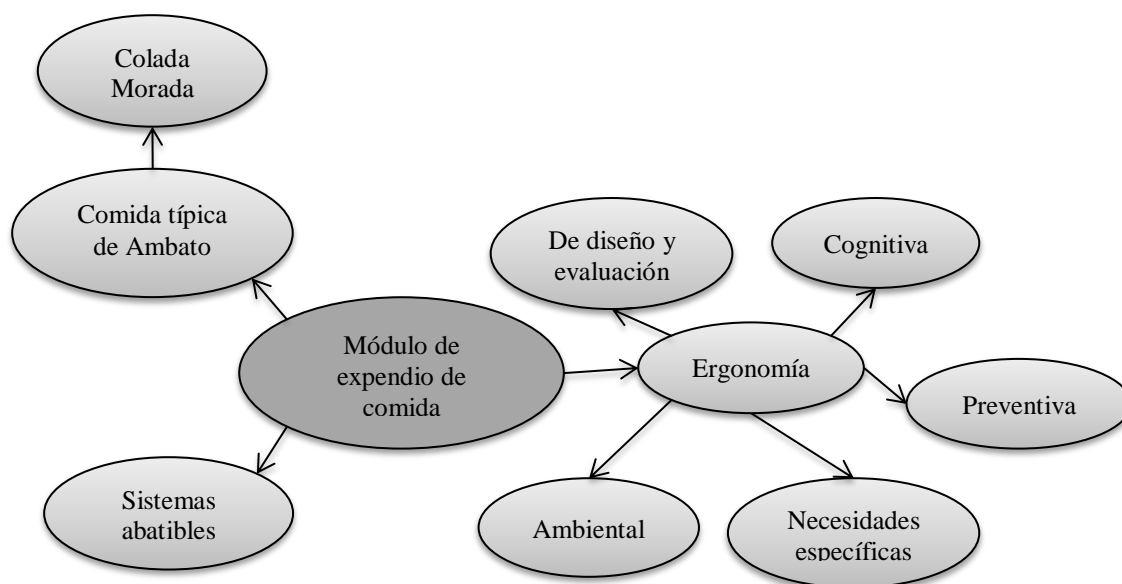
- Diseñar un módulo para el expendio de comida tradicional (colada morada) para el sector de Atocha, aplicando las recomendaciones de diseño obtenidas a través del análisis de la información recopilada, para el bienestar de los actores sociales.

##### Objetivos Específicos

- Proponer un diseño versátil que permita el fácil montaje y desmontado del módulo para evitar lesiones en los proveedores al momento de hacerlo.
- Desarrollar espacios mínimos y eficientes para la disposición de las áreas necesarias, su optimización y mejor producción.
- Generar un sistema de desagües y agua potable para suministrar a los puestos de estos servicios básicos para la limpieza.
- Efectuar un diseño acorde al entorno en el que se encuentra, procurando dar una identidad propia a los Asociados.

#### 4.2. Memoria técnica

##### 4.2.1. Características técnicas



*Gráfico N° 23: Constelación de ideas características técnicas  
Elaborado por: Estefanía Velásquez (2015)*



#### **4.2.1.1. Módulo de expendio de comida.**

Los carritos de venta de comida nacen como una alternativa más económica, ya que los gastos son menores que el de un restaurante. El Departamento de salud ambiental del condado de Oregón USA (2013) define a los carritos de venta de comida, o unidades móviles de alimento, como: “Vehículo autopropulsado o que puede ser empujado o jalado a lo largo de una acera, calle o carretera y en el cual se pueden preparar, procesar o convertir alimentos, o bien, un vehículo en el que se puede vender y servir comida al consumidor final.” (p.4). Los módulos de expendio de comida tienen que cubrir necesidades específicas como son el contar con agua potable y el desecho de aguas grises, cocina, almacenamiento para los productos a usarse, y si es necesario un espacio para preparar los alimentos.

#### **Ergonomía**

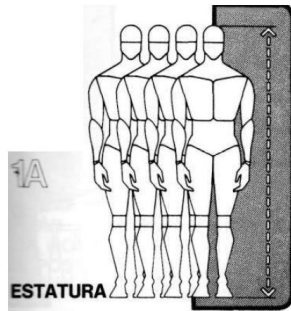
Como ya se mencionó anteriormente en la investigación, la ergonomía es la ciencia que estudia las características, necesidades, capacidades y habilidades de los seres humanos analizando aquellos aspectos que afectan el entorno artificial construido por el hombre, para que de esta manera el espacio físico se adapte a las actividades que realiza el hombre. Para que el espacio diseñado se adapte a los expendedores de colada morada y a los clientes se realiza el siguiente análisis y estudio antropométrico considerando los tipos de ergonomía.

##### **▪ De diseño y evaluación**

Para el aumento de productividad hay que tomar en consideración el sistema de trabajo, el espacio de trabajo, y las diferencias físicas de las personas involucradas a diario como son: tamaño y capacidades visuales. Para esto se tomara en cuenta: dimensiones antropométricas, biomecánica, y sociología.

#### **Medidas Antropométricas**

Según las necesidades que se debe cubrir en el módulo de venta de comida y sus aplicaciones, se aplica las siguientes medidas a ser consideradas para cada actividad que se deba llevar a cabo dentro de este.



[Imagen de Panero, J.]. *Las Dimensiones Humanas en Espacios Antropométricos* p.75 (Barcelona, España 1996).

**Estatura:** La utilidad de esta medida es para determinar alturas mínimas en aberturas y puertas. También son válidos para fijar las alturas mínimas desde el suelo hasta cualquier obstáculo superior.

**5° = 1,44m , 95° = 1,74m**

**Aplicaciones:** Altura interna del módulo, sistema de armado del módulo.



[Imagen de Panero, J.]. *Las Dimensiones Humanas en Espacios Antropométricos* p.75 (Barcelona, España 1996).

**Altura de ojos:** Esta medida nos ayudan para fijar líneas de visión, los puntos donde instalar señalizaciones y todo equipo de naturaleza visual.

**5° = 1,33m , 95° = 1,62m**

**Aplicaciones:** Altura de colocación de banners publicitarios.



[Imagen de Panero, J.]. *Las Dimensiones Humanas en Espacios Antropométricos* p.76 (Barcelona, España 1996).

**Altura de ojos en posición sedente:** Se utiliza para buscar soluciones de diseño para un aprovechamiento máximo del suelo, aprovechando espacios a nivel superior habitualmente no empleados.

**5° = 0,54m , 95° = 0,86m**

**Aplicaciones:** Altura de colocación de publicidad.

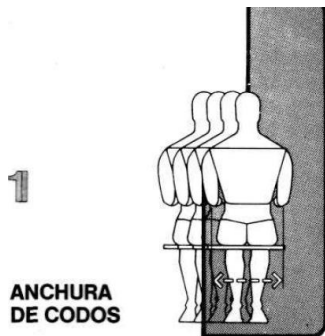


[Imagen de Panero, J.]. *Las Dimensiones Humanas en Espacios Antropométricos* p.77 (Barcelona, España 1996).

**Anchura de hombros:** Ayuda a determinar tolerancias entre los asientos que rodean las mesas y de holguras de paso en espacios públicos y privados.

**5° = 0,33m , 95° = 0,51m**

**Aplicaciones:** Espacio entre sillas, dimensiones de mesas.



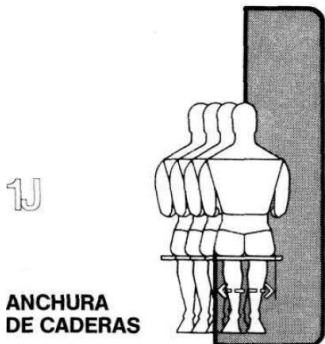
**ANCHURA DE CODOS**

[Imagen de Panero, J.]. *Las Dimensiones Humanas en Espacios Antropométricos* p.77 (Barcelona, España 1996).

**Anchura de codos:** Estos datos permiten calcular las tolerancias para asientos en torno a mesas de comedor entre otras.

$$5^{\circ} = 0,34m, 95^{\circ} = 0,59m$$

**Aplicaciones:** Espacio entre sillas, dimensiones de mesas.



**ANCHURA DE CADERAS**

[Imagen de Panero, J.]. *Las Dimensiones Humanas en Espacios Antropométricos* p.78 (Barcelona, España 1996).

**Anchura de caderas:** Estos datos permiten calcular las tolerancias para asientos en torno a mesas de comedor entre otras.

$$5^{\circ} = 0,34m, 95^{\circ} = 0,59m$$

**Aplicaciones:** Espacio entre sillas, dimensiones de mesas.



**ALTURA DE MUSLO**

[Imagen de Panero, J.]. *Las Dimensiones Humanas en Espacios Antropométricos* p.78 (Barcelona, España 1996).

**Altura de muslo:** Esta medida permite considerar elementos interiores donde el usuario sentado tenga que colocar sus piernas bajo la superficie de trabajo, como son elementos batientes, con el fin de introducir la holgura suficiente entre la parte superior del muslo y la inferior del obstáculo.

$$5^{\circ} = 0,12m, 95^{\circ} = 0,46m$$

**Aplicaciones:** Espacio entre la mesa y el muslo.



**ALTURA DE RODILLA**

[Imagen de Panero, J.]. *Las Dimensiones Humanas en Espacios Antropométricos* p.79 (Barcelona, España 1996).

**Altura de rodilla:** Permite fijar la distancia del suelo a la cara inferior de una mesa o mostrador en que el usuario sentado deba obligatoriamente situar la parte inferior de su cuerpo.

$$5^{\circ} = 0,41m, 95^{\circ} = 0,60m$$

**Aplicaciones:** Distancia entre piso y mesa, altura de sillas.



**ALTURA  
POPLÍTEA**

[Imagen de Panero, J.]. *Las Dimensiones Humanas en Espacios Antropométricos* p.79 (Barcelona, España 1996).

**Altura poplítea:** Determina la altura a que conviene que estén las superficies de asiento respecto al nivel del suelo, sobre todo en el punto más elevado de su parte anterior.

$5^\circ = 0,37m$  ,  $95^\circ = 0,49m$

**Aplicaciones:** Altura de sillas.



**DISTANCIA  
NALGA-PUNTA  
DEL PIE**

[Imagen de Panero, J.]. *Las Dimensiones Humanas en Espacios Antropométricos* p.80 (Barcelona, España 1996).

**Distancia Nalga-Punta del pie:** Este dato se manejan para calcular la distancia adecuada que debe separar la parte posterior del asiento de cualquier obstáculo físico u objeto que esté delante de las rodillas.

$5^\circ = 0,56m$  ,  $95^\circ = 0,92m$

**Aplicaciones:** Distancia entre sillas y objetos adelante.



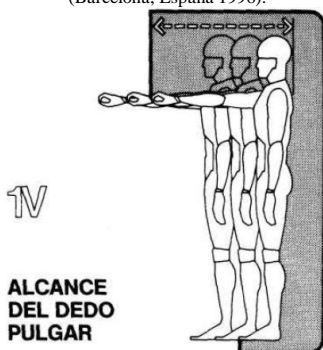
**ALCANCE  
LATERAL  
DEL BRAZO**

[Imagen de Panero, J.]. *Las Dimensiones Humanas en Espacios Antropométricos* p.81 (Barcelona, España 1996).

**Alcance lateral del brazo:** Esta medida permitirá determinar de alturas a que colocar estantes laterales.

$5^\circ = 0,61m$  ,  $95^\circ = 0,95m$

**Aplicaciones:** Distancia entre mesones y espacios alledaños a cocina.



**ALCANCE  
DEL DEDO  
PULGAR**

[Imagen de Panero, J.]. *Las Dimensiones Humanas en Espacios Antropométricos* p.82 (Barcelona, España 1996).

**Alcance del dedo pulgar:** Nos ayuda a determinar la distancia máxima de separación entre un obstáculo y una persona que no le impida manipular o tomar un objeto.

$5^\circ = 0,48m$  ,  $95^\circ = 0,89m$

**Aplicaciones:** Distancia de mesones y entre mesones y espacios en frente de estos.



**ANCHURA MÁXIMA DEL CUERPO**

[Imagen de Panero, J.]. *Las Dimensiones Humanas en Espacios Antropométricos* p.82 (Barcelona, España 1996).

**Anchura máxima del cuerpo:** Nos permite realizar el cálculo de anchuras para pasillos, corredores, puertas o aberturas de acceso.

**5° = 0,33m , 95° = 0,57m**

**Aplicaciones:** Distancia para la holgura entre dos personas dentro del módulo.



**PROFUNDIDAD MÁXIMA DEL CUERPO**

[Imagen de Panero, J.]. *Las Dimensiones Humanas en Espacios Antropométricos* p.82 (Barcelona, España 1996).

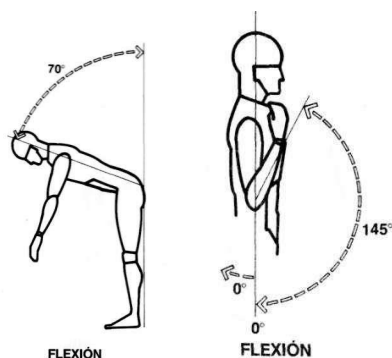
**Profundidad máxima del cuerpo:** Ayuda para los proyectar espacios muy reducidos o donde la formación de personas en fila o haciendo cola.

**5° = 0,21m , 95° = 0,38m**

**Aplicaciones:** Distancia para la holgura entre dos personas dentro del módulo.

## Biomecánica.

Ya que la biomecánica es el estudio del cuerpo para obtener el máximo rendimiento sin sufrir daños, para el diseño del módulo de comida tradicional se considerara los siguientes movimientos más perceptibles del cuerpo humano:

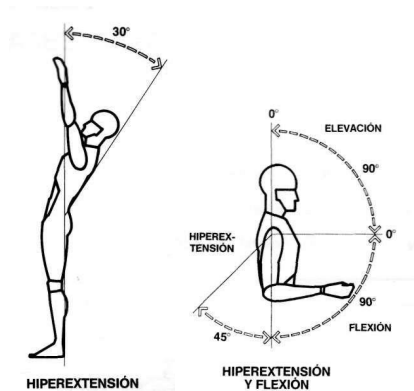


[Imagen de Estrada, Jairo]. *Ergonomía, Salud Pública* p.162 (Universidad de Antioquia, Colombia, 2011).

**Flexión:** Movimiento de articulaciones o del cuerpo que consiste en curvar o reducir el ángulo que forman partes del cuerpo. Las flexiones son de brazo y piernas, que son las más comunes, otras son flexión lateral del tronco y flexión codo antebrazo.

**Aplicación:**

- Colocar productos o elementos en los debajo de los mesones.
- Manipular el producto y elementos.

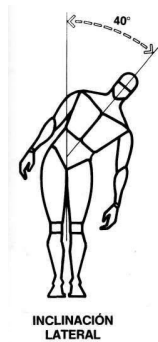


[Imagen de Estrada, Jairo]. *Ergonomía, Salud Pública* p.162 (Universidad de Antioquia, Colombia, 2011).

**Extensión:** Se refiere al enderezamiento o al incrementar el ángulo normal que tienen el cuerpo. De otra forma se conoce como el retorno de la flexión y cuando una articulación excede su extensión se lo denomina hiperextensión.

Aplicación:

- Armado y desarmado del módulo.
- Manipular el producto u otros elementos.

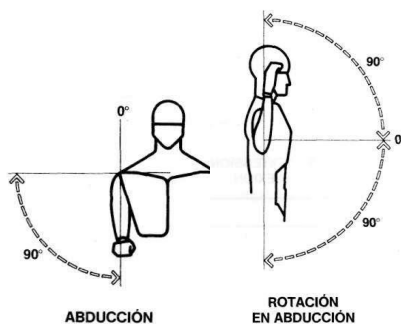


[Imagen de Estrada, Jairo]. *Ergonomía, Salud Pública* p.162 (Universidad de Antioquia, Colombia, 2011).

**Inclinación lateral:** Este movimiento se refiere cuando el tronco se convierte en el eje central.

Aplicación:

- Manipular el producto u otros elementos.
- Tomar elementos o colocarlos debajo de los mesones



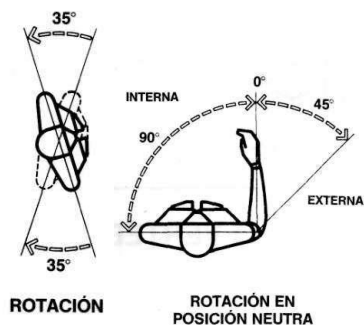
[Imagen de Estrada, Jairo]. *Ergonomía, Salud Pública* p.160 (Universidad de Antioquia, Colombia, 2011).

**Abducción:** Es el movimiento que realiza una articulación más allá del eje medio.

**Aducción:** Es el movimiento que realiza una articulación hacia el eje medio, lo contrario a abducción.

Aplicación:

- Manipular el producto u otros elementos.
- Servir el producto.
- Armado y desarmado del módulo.



[Imagen de Estrada, Jairo]. *Ergonomía, Salud Pública* p.162 (Universidad de Antioquia, Colombia, 2011).

**Rotación media:** Giro que se realiza hacia el eje medio del cuerpo.

**Rotación lateral:** Giro que se realiza más allá del eje medio del cuerpo.

Aplicación:

- Manipular el producto u otros elementos.
- Servir el producto.
- Desplazamientos dentro del módulo.

De igual manera para los aspectos biomecánicos también se considerará los siguientes parámetros:

Desplazamiento: El expendedor se desplazará de manera mínima adentro del módulo para atención al cliente y este pueda realizar la compra.

Velocidades: Al momento de las ventas y para poder satisfacer al cliente el empleado debe servir el producto a una velocidad razonable para atenderlo y ayudarlo.

Aceleraciones: Para la preparación y servir el producto el expendedor varía la aceleración de la velocidad o tiempo que emplee para estas actividades.

### **Sociología.**

Al enfocarnos en la venta de la tradicional colada morada, los módulos de expendio deben representar a esta y al significado que tiene, por lo que se ha considerado utilizar características de construcción tradicional, como la simulación de madera en la estructura del chasis. El color predominante será el blanco ya que al tratarse de alimentos este nos ayuda a la limpieza e impedir la proliferación de bacterias, de igual manera representa pureza y limpieza. Se empleará el color morado en el letrero identificador, como punto focal en la parte frontal del módulo ya que representa a la muerte y al luto, con estos

colores principales buscamos darle las características que posee esta colada, así como también darles elegancia y distinción a los integrantes de la asociación y lograr una relación con el entorno en donde se encontraran los módulos.

- **Cognitiva**

En el módulo de venta se aprovechará los lugares frente a las mesas en donde se dispone una sección en color blanco, para la exposición de fotografías de diferentes puntos turísticos de la ciudad donde se dará una reseña de cada uno, por otro lado se colocará un banner publicitario aprovechando el espacio posterior del módulo, ya que se busca fomentar el turismo en la ciudad de Ambato, de esta forma informamos a los turistas de otros lugares recreativos e históricos que pueden visitar. El identificador de la Asociación será un letrero en color morado y tipografía plateada de material plástico, así resaltará de todo el módulo.

- **Preventiva**

Debido a que se emplea espacio mínimos dentro del módulo se ha dispuesto del espacio necesario para que eventualmente dos personas puedan realizar sus actividades. Por otro lado la limpieza no representará gran problema, se realizará al momento de finalizar la venta y como las áreas son mínimas demandará poco tiempo y esfuerzo. Los productos y elementos serán trasladados dentro del mismo módulo, lo cual ayudará al expendedor a evitar lesiones y accidentes. De igual manera el módulo será diseñado con sistemas mecánicos para el fácil armado y desarmado, no requerirá grandes esfuerzos.

- **De necesidades específicas**

Las medidas utilizadas para los elementos del módulo, tales como las mesas, son adecuadas para las personas con capacidades limitadas o niños. Se tomará en cuenta la circulación entre cada módulo para permitir el paso y confort.



#### ▪ **Ambiental**

Mediante las condiciones físicas del módulo se cubrirá los aspectos ambientales, el piso, por ejemplo, será metálico por su fácil limpieza, los laterales del módulo se lo realizará de aluminio compuesto, lo cual nos dará aislamiento térmico, los mesones y mesas serán elaborados de acero inoxidable mate, ya que evita la proliferación de bacterias y es de fácil limpieza, así como también el lavaplatos que se integrará en los mesones. La cubierta se la realizará de policarbonato para permitir el ingreso de luz de día y una lámpara de techo que proporcionará luz eléctrica en las noches, los laterales del mismo serán realizados de fibra de vidrio ya que es un material liviano; esta misma cubierta permitirá desplegar una cubierta textil impermeable para cubrir el área de mesas. De esta manera se resguardará el confort tanto de los expendedores como de los clientes dentro del módulo de venta.

#### **Sistemas abatibles (Cinemática)**

Los sistemas abatibles permiten aplicar una fuerza requerida para mover un mecanismo razonablemente pequeño operándolo a mano, (Erdman, 1998). La cinemática “estudia las relaciones entre desplazamientos, velocidades y aceleraciones en los movimientos de traslación y rotación; por tanto, describe los movimientos por ellos mismos sin tener en cuenta las fuerzas que los causan. Podríamos tipificarla como a la ciencia del movimiento” (Mondelo, 2001, p.70). El objetivo fundamental de la cinemática es diseñar movimientos deseados de un conjunto de partes mecánicas manteniendo los esfuerzos del operador dentro de los límites, de esta manera se transforma movimientos en un patrón, permitiendo su transmisión, control o restricción. (Norton, 2005)

La manera de funcionar del módulo de venta de comida tradicional se basará en estos principios, ya que buscamos sistemas mecánicos fáciles de manejar y que permita establecer un espacio confortable y funcional al momento de la venta del producto como también cuando se deba armar y transportar el módulo. Los sistemas mecánicos que se aplicarán, permitirán que la cubierta se desplace

hacia abajo como una tapa mediante un sistema de anclajes y poleas, así como también las patas se desplazarán y sujetarán con anclajes. Las mesas serán abatibles mediante pie de amigo abatibles que permitirán el desplazamiento como el soporte de estos elementos, los cuales serán acomodados de tal manera que permitan transmitir el movimiento de la forma que se necesita y con el menor esfuerzo.

### **Comida típica de Ambato**

La ciudad Jardín del Ecuador, Ambato, se destaca por tener sitios tradicionales en donde se puede encontrar exquisita comida típica, en los cuales se puede presenciar la riqueza agrícola y la variabilidad cultural. Los platos más conocidos son: llapingachos, caucara, guaguamama, chinchulines, yahuarlocro, gallinas asadas, pan de Pinllo, empanadas de viento, y las bebidas como la colada morada y el chocolate (Rodríguez, 2011). Muchos de estos platillos se los expende en diferentes puntos de la ciudad en donde son preparados conservando las técnicas tradicionales.

Uno de estos sitios es Pinllo reconocido por las gallinas asadas que se puede encontrar en este lugar, este platillo parte de la tradición ambateña ya que las gallinas son condimentadas con especias naturales y asadas en horno de leña y carbón, de igual manera podemos encontrar en este sitio el exquisito pan de Pinllo elaborado de igual forma en horno de leña. Otro de los lugares donde se expende comida tradicional es el sector de Ficoa en donde se ofrece al público cuyes y conejos asados en donde el objetivo de este lugar es mantener la esencia y el sabor del cuy para que el comprador disfrute de una experiencia única gastronómicamente, a más de estos platos también se puede encontrar mote, hornado y caldo de gallinas.

Por otro lado en los mercados del centro la ciudad podemos encontrar variedad gastronómica, el diario el telégrafo menciona que el “Mercado Central, uno de los lugares más tradicionales y con historia de la ciudad donde se presentan a los turistas varios platos, entre ellos: tortillas, mote con hornado y zumos”

(2013). En cuanto a las bebidas Ambato ofrece chocolate en el sector de Huachi Chico, y la Colada Morada en el sector de Atocha en donde se expende acompañada de pan ambateño o empanadas de viento, para la colada se usa un sinnúmero de frutas, especias, hojas aromáticas y la harina de maíz negro que le brinda el color característico a esta bebida. Todos estos lugares a más de ofrecer comida tradicional se puede disfrutar de lugares históricos en donde se puede conocer y disfrutar en familia.

#### • **Colada Morada**

La Colada morada se la puede servir o muy caliente para el desayuno o merienda o fría para las tardes soleadas, esta es una bebida muy sabrosa y llena de vitaminas y minerales beneficiosos para la digestión y el sistema inmunológico tales como la vitamina C y B, presentes tanto en la mora como en la piña, ingredientes que conforman esta bebida. En un comienzo la colada original preparada por nuestros ancestros para los rituales funerarios se llamaba Uchucuta, la componían harina de maíz, papa, frejol, arveja, achiote y col, estaba acompañada de guaguas de pan realizadas de maíz, zapallo, miel y cera de abeja.

Tras la invasión española las fiestas religiosas de nuestros indígenas son adaptadas y conciliadas con las doctrinas de la religión católica en donde surge la colada morada que está relacionada con la muerte y luto por su color morado característico, esta se empieza a realizar de manera generalizada cada dos de noviembre ya que en esta fecha se celebra el día de los difuntos según el calendario católico. En la sierra centro los indígenas en esta fecha van a las tumbas de sus seres queridos y llevaban la colada morada con la comida favorita del difunto y la degustan sobre su tumba en conmemoración del mismo. (Donoso, 2011).

En la actualidad la colada morada es preparada con maíz negro o maicena, jugos de mora que es una fruta silvestre propia del páramo andino, la naranjilla, sus respectivas especias como el mortiño y el ishpingo, y fruta

picada de babaco, piña y frutilla. Acompañada de las guaguas de pan de harina de trigo o como se la acompaña en Atocha con pasteles o empanadas de viento que se los realiza de queso, carne, pollo y camarón, tanto la colada morada como los productos antes mencionados son preparados con leña por lo que su sabor es único y exquisito.

La preparación de la colada morada para los ecuatorianos es un patrimonio cultural intangible por el hecho de ser transmitida de una generación a otra y por tener un contenido simbólico o significado cultural ligado a la memoria, herencia, identidad y pertenencia. El Instituto Nacional de Patrimonio Cultural (INPC) (2013) menciona:

“El patrimonio cultural intangible está conformado por aquellas manifestaciones y expresiones cuyos saberes, conocimientos, técnicas y prácticas han sido transmitidas de generación en generación, tienen vigencia y son pertinentes para una comunidad ya que han sido recreadas constantemente en función de los contextos sociales y naturales, en un proceso vivo y dinámico que legitima la resignificación de los sentidos.” (p.21).

Dentro de las categorías generales establecidas por el INPC la preparación de la colada morada se encuentra dentro del ámbito de conocimiento y usos relacionados con la naturaleza y el universo, en donde se destaca las prácticas y creencias referentes a la gastronomía festiva o ritual, esta suele relacionarse con espacios donde se desarrollan las manifestaciones y pueden servir como puntos de referencia para el registro de la preparación y consumo de la colada morada como patrimonio cultural intangible de los ecuatorianos.

#### **4.2.1.2. Detalles Técnicos.**

Para satisfacer las necesidades de los expendedores y mejorar los aspectos estéticos de una manera saludable y ambiental, el módulo posee varias características mecánicas para permitir que este sea abatible y sea transportado de una manera confortable. Su estructura principal es un chasis metálico, para ser transportado como un remolque ya sea con bicicleta o un automóvil mediante el cabezal de enganche, se desplazará por las ruedas de motocicleta sujetas a un

eje al chasis, y por una rueda multidireccional (garrucha) en el extremo posterior generando así una triangulación que permitirá la estabilidad del módulo al momento de rodar. Los sistemas abatibles que posee el módulo son:

- Las patas poseen un sistema de tubos cuadrados uno dentro del otro, sujetos mediante pernos, que permitirán el desplazamiento del tubo de dimensiones menores dentro del de mayor dimensión que se encuentra soldado al chasis. Estos serán perforados lo cual ayudarán a sostener, mediante los pernos, las patas desplazables en el lugar deseado. Al final de las patas se colocará placas metálicas que servirán de base, las cuales se empotrarán en otras placas fijas al piso, esto ayudará a la estabilidad de todo el módulo.
- A continuación la cubierta textil, mediante los soportes metálicos, es desplazada hacia arriba en donde se coloca la pata del soporte a la perforación que posee la cubierta fija, esto se realiza en los cuatro lados.
- Para elevar tanto la cubierta fija como la textil, en el lado posterior del módulo mediante el giro de la palanca se impulsa el mecanismo de piñón y cremallera permitiendo elevar a las cubiertas realizando un esfuerzo mínimo, al tener las cubiertas elevadas se pasa un perno por la perforación de la caja que contiene al mecanismo atrancando al piñón. Las patas de la cubierta quedarán dentro de los tubos horizontales del chasis por donde se pasará pernos ayudando a la sujeción de la cubierta al módulo.
- Al mismo tiempo que la cubierta es elevada el banner publicitario se extiende ya que está fijo a los tubos posteriores de la cubierta.
- Una vez dentro del módulo se empuja el mesón lateral, desplazándolo hacia la prolongación del chasis, y se introducirá el tubo en el que está el cabezal de enganche. A continuación se conecta los tubos de desagüe y de agua potable a los puntos de tomas de agua y desagüe que contiene la caja metálica que se encuentra fija en el piso protegida por una tapa y candado.

- Las mesas se despliegan hacia arriba gracias a los pies de amigo abatible que poseen y las sillas tipo acordeón que se transportaban dentro del módulo se las coloca alrededor de las mesas.

#### 4.2.2. Normativas marco legal

- *Reforma a la ordenanza que regula las operaciones de limpieza y aseo del cantón Ambato.*  
*Capítulo II.*

Art. 6.- “Los comerciantes que hagan uso de las plazas y mercados en la ciudad tienen la obligación de mantener limpios sus puestos de trabajo, recolectar sus desechos sólidos en recipientes adecuados y depositar en los lugares asignados por la Dirección de Higiene Municipal.”

Art 7. – “Los Kioscos, vendedores ambulantes y puestos de servicio que realicen su actividad en la vía pública deben mantener el área circundante en perfecto estado de actividad los depositarán en fundas de color verde o negra, para que sean retirados por los recolectores de basura en horarios y frecuencias determinados por la Dirección de Higiene.” (Callejas, 2002)

Estos artículos nos permitirán establecer lugares seguros para el depósito de basura que debe tener cada puesto que sea de fácil acceso a los clientes y usuarios y de igual manera que sean prácticos para su limpieza.

- *CPE INEN 001 Código de práctica para manipulación de alimentos*

3.1.2.2 “Equipo y recipientes. El equipo y los recipientes que se utilicen para la recolección y la producción deberán construirse y conservarse de manera que no constituyan un riesgo para la salud.

Los envases que se utilicen de nuevo deberán ser de material y construcción tales que permitan una limpieza fácil y completa. Deberán limpiarse y mantenerse limpios y, en caso necesario, desinfectarse. Los recipientes ya usados para materias tóxicas no deberán utilizarse posteriormente para alimentos o ingredientes alimentarios.”(p.3)

3.1.3. “Almacenamiento en el lugar de producción/recolección. Las materias primas deberán almacenarse en condiciones que confieran protección contra la contaminación y reduzca al mínimo los daños y deterioros.”(p.3)

3.1.4.1 “Medios de transporte. Los medios de transporte del producto recolectado o de la materia prima desde la zona de producción o lugar de recolección o almacenamiento deben ser adecuados para el fin perseguido y deben ser de materiales y construcción tales que permitan una limpieza fácil y completa. Deben limpiarse y mantenerse limpios y, en caso necesario, ser desinfectados y desinfectados.”(p.3)

3.2.1. “Emplazamiento. Los establecimientos deberán estar situados en zonas exentas de olores objetables, humo, polvo y otros contaminantes) y no expuestas a inundaciones.”(p.4)

3.2.3.1. “Los edificios e instalaciones deberán ser de construcción sólida y habrán de mantenerse en buen estado.” (p.4)

3.2.3.2. “Deberá disponerse de espacio suficiente para cumplir de manera satisfactoria todas las operaciones.” (p.4)

3.2.3.3. “El diseño deberá ser tal que permita una limpieza fácil y adecuada, y haga posible la debida inspección de la higiene del alimento.” (p.4)

3.2.3.7 En las zonas de manipulación de alimentos:

- “Los pisos, cuando así proceda, se construirán de materiales impermeables, inabsorbentes, lavables, antideslizantes y atóxicos; no tendrán grietas y serán fáciles de limpiar y desinfectar. Según el caso, se les dará una pendiente suficiente para que los líquidos escurran hacia las bocas de los desagües”. (p.4)
- “Las paredes, cuando así proceda, se construirán de materiales impermeables, inabsorbentes, lavables, atóxicos y serán de color claro. Hasta una altura apropiada para las operaciones, deberán ser lisas y sin grietas y fáciles de limpiar y desinfectar. Cuando corresponda, los ángulos entre las paredes, entre las paredes y los suelos, y entre las paredes y los techos deberán ser abovedados y herméticos para facilitar la limpieza.” (p.5)
- “Los techos, deberán proyectarse, construirse y acabarse de manera que se impida la acumulación de suciedad y se reduzca al mínimo la condensación, la formación de mohos y costras; deberán ser fáciles de limpiar.” (p.5)
- “Las ventanas y otras aberturas deberán construirse de manera que se evite la acumulación de suciedad, y las que se abran deberán estar provistas de persianas, las cuales deberán poder quitarse fácilmente para su limpieza y buena conservación.” (p.5)

3.2.3.11 “Deberá evitarse el uso de materiales que no puedan limpiarse y desinfectarse adecuadamente, por ejemplo, la madera, a menos que se sepa a ciencia cierta que su empleo no constituirá una fuente de contaminación.” (p.5)

3.3.2.2 “Para impedir la contaminación de los alimentos, todo el equipo y utensilios deberán limpiarse con la frecuencia necesaria y desinfectarse siempre que las circunstancias así lo exijan.” (p.9)

3.3.9 “Ropa y efectos personales. No deberán depositarse ropas ni efectos personales en las zonas de manipulación de alimentos.” (p.11)

3.5.1.2 “Las materias primas y los ingredientes almacenados en los locales del establecimiento deberán mantenerse en condiciones que eviten la putrefacción, protejan contra la contaminación y reduzcan al mínimo los daños. Se deberá asegurar la adecuada rotación de las existencias de materias primas e ingredientes.” (p.13)

Para la venta de alimentos en el sector público los espacios disponibles son reducidos, más las áreas para la elaboración y venta del producto deben cumplir con la higiene necesaria, por lo cual cada una de estas áreas debe cumplir con especificaciones de limpieza y de almacenamiento. Las normativas que se exponen nos ayudarán a considerar las características de cada espacio según las actividades que se necesite realizar, así como también en la higiene y presentación que deben mostrar los clientes hacia los usuarios.

- *Plan de ordenamiento territorial Ambato 2020. Reforma y codificación de la ordenanza general del plan de ordenamiento territorial de Ambato*

Capítulo IV. Normas por tipo de edificación  
Sección segunda. Edificios de comercios y oficinas

**“Art. 174. Locales de comercio de productos alimenticios.-** Los locales que se construyan o se habiliten para comercio de productos alimenticios a más de cumplir con las normas de la presente sección y otras pertinentes del Normativa, se sujetarán a los siguientes requisitos:

b) Los muros y pavimentos serán lisos, impermeables y lavables.

d) Tendrán provisión de agua potable y al menos de un fregadero.” (Callejas, 2009, p. 106)

Se tomará como referencia este artículo del POT en cuanto a los materiales a utilizarse para la construcción del módulo se refiere para que estos sean lisos impermeables y lavables, así como también se cumplirá con este requerimiento de proveer agua potable y fregadero.

- *Ordenanza sustitutiva que regula el funcionamiento de plazas, ferias populares, mercados y/o centro comerciales populares minoristas del cantón Ambato.*

Capítulo II. Objetivos

**Art 6.** Objetivos inmediatos.

**“b.** Ofrecer facilidades de acceso, estacionamiento, carga, descarga y seguridad para las mercaderías y quienes participan en su manejo; productores, transportistas, comerciantes y compradores.

**c.** Ofrecer a los ciudadanos puestos, cubículos y/o locales acondicionados a sus necesidades, mercados saludables, higiénicos, ventilados e iluminados, para que



puedan trabajar con comodidad, exhibir adecuadamente sus productos y obtener mejores ventas.” (Callejas, 2014, p. 6)

Capitulo III. De la dirección de servicios públicos.

**Art 8.-** Son atribuciones y deberes del Director de Servicios Públicos.

“**p.** Adjudicar los puestos de hasta cinco metros cuadrados en plazas, mercados y/o centros comerciales populares del cantón.” (p.12)

Capitulo VII.

Sección primera. De las obligaciones de los adjudicatarios.

**Art 72.-** Todo adjudicatario está obligado a:

“**b.** Ocupar el puesto, cubículo y/o local únicamente para el servicio de expendio de las mercancías lícitas, para las cuales está destinado evitando dar un uso distinto al que fue adjudicado.” (p.48)

“**c.** Velar por la conservación de su puesto, cubículo o local, en perfecto estado de servicio, manteniéndolo bien aseado, cumpliendo las disposiciones de esta ordenanza, las normas de control sanitario y las disposiciones emanadas por parte de la Administración de la plaza, mercado y/o centro comercial popular.” (p. 48)

“**h.** Mantener claramente visibles e identificables para el público los precios de los artículos, en pizarras o letreros que se colocarán frente a cada producto de acuerdo con el modelo aprobado por la dirección de servicios públicos.” (p.49)

“**k.** El adjudicatario y sus ayudantes, si los tuviere deberá utilizar sus uniformes completos.” (p.50)

“**p.** Mantener un basurero en cada puesto, cubículo y/o local.” (p.51)

“**q.** Mantener visible el número de su puesto cubículo y/o local.” (Callejas, 2012, p.51)

Al no poseer normativas para los puestos ambulantes de comida, se ha considerado varios artículos y puntos de esta ordenanza para plazas, ya que mediante este el municipio controla a esta manera de venta. Por lo tanto se utilizará estos aspectos en cuanto a mantenimiento y cuidado del módulo como también a diferentes características que debe poseer, como son letreros informativos de precios y productos, como establecer un depósito de basura en cada uno. Estos puntos permitirán complementar el módulo de venta con elementos necesarios y obligatorios para resguardar la seguridad alimentaria de los clientes.

### 4.3. Condiciones económicas y/o comerciales.

#### 4.3.1. Presupuesto

<b>Materiales</b>	<b>Unidades</b>	<b>P. Unitario</b>	<b>P. Total</b>
Tubo cuadrado 60x3mm	9,00m	6,33\$	56,97\$
Tubo cuadrado 50x3mm	4,50m	4,23\$	19,04\$
Tubo cuadrado 40x2mm	8,25m	2,33\$	19,22\$
Tubo cuadrado 30x2mm	2,25m	1,77\$	3,9825\$
Tubo cuadrado 25x2mm	7,25m	1,47\$	10,66\$
Tubo cuadrado 20x2mm	6,50m	1,45\$	9,43\$
Tubo cuadrado 15x1,5mm	2,75m	0,94\$	2,59\$
Ángulo 30x30mm	0,60m	1,70\$	1,02\$
Ángulo 20x20mm	58,50m	0,80\$	46,80\$
Canal U 50x25x2mm	2,00m	1,33\$	2,66\$
Platina 40x3mm	6,50m	1,22\$	7,93\$
Platina 30x3mm	15,00m	0,92\$	13,80\$
Pl. Aluminio antideslizante 1,5mm	2,25m <sup>2</sup>	21,63\$	48,67\$
Pl. Acero inoxidable mate 1mm	4,50m <sup>2</sup>	34,20\$	153,90\$
Pl. Acero inoxidable brillante 0.4mm	2,75m <sup>2</sup>	10,17\$	27,97\$
Placas metálicas 10x10cm	4u	5,80\$	23,02\$
Placas metálicas 6x6cm	4u	7,00\$	28,00\$
Garrucha fija neumática 6pul	1u	18,21\$	18,21\$
Rueda Motocicleta rin 20	2u	70,00\$	140,00\$
Placa sujeción de ejes	2u	2,00\$	4,00\$
Cadena	2m	1,70\$	3,40\$
Perno de ojo ½ x 3pul	8u	2,50\$	20,00\$
Cabezal de enganche 50mm	1u	45,00\$	45,00\$
Placa metálica 9x6cm	1u	4,00\$	4,00\$
Aluminio compuesto (Alucobond)	4m <sup>2</sup>	60,00\$	240,00\$
Sistema piñón y cremallera	1u	150,00\$	150,00\$
Pie de amigo abatible 16pul	8u	29,80\$	238,40\$
Placa metálica 5x20cm	8u	3,00\$	24,00\$
Bisagra galvanizada 2x1/2 pul.	4u	1,50\$	6,00\$
Bisagra para soldar	1u	3,21\$	3,21\$
Picaporte 2pul	4u	1,61\$	6,44\$
Pasador sobrepuesto 5mm	1u	2,89\$	2,89\$
Cable flexible tipo resorte #12	5m	0,80\$	4,00\$
Cable solido #10 de 7 hilos	5m	1,40\$	7,00\$
Caja de breaker de 3 fases de 40amp	1u	15,00\$	15,00\$
Interruptor y toma corriente	1u	4,84\$	4,84\$
Cocina de inducción dos quemadores	1u	285,00\$	285,00\$

Lampara impermeable halógena 20x90cm	1u	21,90\$	21,90\$
Jaladera 10cm	8u	2,50\$	20,00\$
Llave para fregadero	1u	14,73\$	14,73\$
Fregadero empotrable 38x38cm	1u	47,36\$	47,36\$
Tubo flexible para desagüe	1,50m	8,00\$	12,00\$
Tubo flexible acero inoxidable	1,50m	20,00\$	30,00\$
Basurero plástico 32x22x40cm	1u	15,00\$	15,00\$
Caja metálica 18x20cm	1u	11,00\$	11,00\$
Desagüe con rejilla	1u	4,27\$	4,27\$
Válvula bola ½	1u	4,84\$	4,84\$
Codo H.G. ½	1u	0,29\$	0,29\$
Te H.G. ½	1u	0,50\$	0,50\$
Sifón	1u	6,19\$	6,19\$
Tubo pvc ½	3m	8,59\$	25,77\$
Tubo pvc desagüe 50mm	3m	5,44\$	16,32\$
Yee pvc desagüe	1u	2,00\$	2,00\$
Candado	1u	3,50\$	3,50\$
Plancha de fibra de vidrio	1,5m <sup>2</sup>	50,00\$	75,00\$
Policarbonato	2,55m <sup>2</sup>	15,87\$	40,47\$
Cubierta textil	7,30m <sup>2</sup>	25,00\$	182,50\$
Estructura metálica cubierta	8u	5,00\$	40,00\$
Abrazadera metálica 1 ½	2u	0,22\$	0,44\$
Abrazadera metálica 1/2	2u	0,12\$	0,24\$
Pintura anticorrosiva	1u	15,00\$	15,00\$
Pintura acrílica	1u	15,00\$	15,00\$
Banner publicitario 85x65cm	0,56m <sup>2</sup>	30,00\$	16,80\$
Imágenes en vinil 16x25cm	8u	5,00\$	40,00\$
Letrero plástico 30x 50cm	1u	25,00\$	25,00\$
Sillas	13u	25,00\$	325,00\$
		Subtotal	2708,20\$
		Mano de obra 30%	812,46\$
		<b>TOTAL</b>	<b>3520,66\$</b>
<i>Cuadro N°25: Presupuesto.</i>			
<i>Fuente: Estefanía Velásquez (2015).</i>			

#### 4.3.2. Financiamiento

El proceso investigativo, la fase de sociabilización y de diseño estará a cargo del equipo conformado por el docente guía, el docente tutor, el Departamento de Cultura Turismo y Deportes del GADMA y la investigadora.

### Recursos Institucionales.

- Departamento de Cultura Turismo y Deportes del GADMA.
- Asociación 2 de Noviembre.

### Recursos Humanos.

Cant.	Detalle	M2	Precio por m2	Total
1	Autor de la investigación	14	12\$	168,00\$
			Total	168,00\$

*Cuadro N°26: Recursos Humanos.  
Fuente: Estefanía Velásquez (2015).*

### Recursos Materiales.

Cant.	Detalle	P. Unitario	Total
1500	Impresiones A4	0,10\$	150,00\$
80	Impresiones A3	1,00\$	80,00\$
500	Copias	0,03\$	15,00\$
3	Libros	60,00\$	180,00\$
		Total	425,00\$

*Cuadro N°27: Recursos Materiales.  
Fuente: Estefanía Velásquez (2015).*

### Recursos de Oficina.

Cant.	Detalle	P. Unitario	Total
5	Paquete de 500 hojas	7,00\$	35,00\$
	Material de escritorio y maquetaría		150,00\$
		Total	185,00\$

*Cuadro N°28: Recursos de Oficina.  
Fuente: Estefanía Velásquez (2015).*

### Recursos tecnológicos.

Cant.	Detalle	P. Unitario	Total
10	Servicio de Internet	20,00\$	200,00\$
10	Llamadas a celular	10,00\$	100,00\$
1	Memoria USB	20,00\$	20,00\$
		Total	320,00\$

*Cuadro N°29: Recursos Tecnológicos.  
Fuente: Estefanía Velásquez (2015).*

### Otros Recursos

Cant.	Detalle	P. Unitario	Total
	Transporte		60,00\$
	Refrigerios		100,00\$
	Imprevistos		100,00\$
		Total	260,00\$

*Cuadro N°30: Otros recursos.  
Fuente: Estefanía Velásquez (2015).*

### Total Recursos

Detalle	Total
Recursos humanos	168,00\$
Recursos materiales	425,00\$
Recursos de oficina	185,00\$
Recursos tecnológicos	320,00\$
Otros recursos	260,00\$
Total	1358,00\$

*Cuadro N°31: Total de recursos.  
Fuente: Estefanía Velásquez (2015).*

#### 4.3.3. Impacto Comercial

El impacto que se desea generar mediante la propuesta de los módulos de venta de comida tradicional es crear una conciencia de los aspectos que implica una seguridad alimentaria, así como también prevenir lesiones laborales que varios de los expendedores sufren. Mediante el proyecto propuesto los clientes de la Asociación 2 de Noviembre considerarán que el producto es confiable por su manera de venta y preparación, además los espacios dispuestos para ellos serán confortables y prácticos. Por otro lado los expendedores tendrán acceso a los servicios básicos que permitirá brindar un servicio higiénico y seguro para ellos. Estos aspectos mencionados generarán una afluencia mayor de clientes para los asociados aumentando su economía y un impacto comercial favorable.

#### 4.4. Representación en planos Arquitectónicos.

El Ecuador construye su identidad cultural gracias a la conservación y promoción de su patrimonio alimentario. La comida ecuatoriana es una expresión extensa y exquisita, teniendo como resultado una dieta variada y equilibrada, en donde la gastronomía está relacionada directamente con aspectos sociales, rituales y en especial en ámbitos culturales

## UBICACIÓN

Parroquia Atocha-Ficoa  
Parque de Atocha



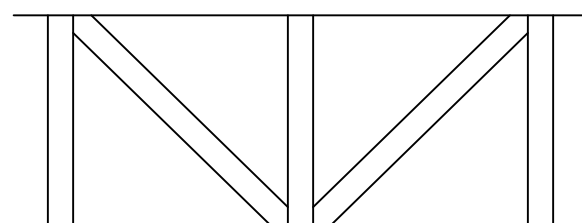
En la parroquia de Atocha, una de las más conocidas de la ciudad de Ambato debido a que es una de las más antiguas, se guarda tradiciones representativas de la ciudad jardín y una extraordinaria riqueza cultural. El sector guarda importantes tradiciones, una de estas es la venta de colada morada los 365 días del año, normalmente es acompañado por las guaguas de pan ambateño o por los pasteles de viento. La Asociación 2 de Noviembre es la que cada año en esa fecha realiza el festival de la colada morada más grande a la que asisten turistas nacionales y extranjeros.

## CONSTRUCCIÓN TRADICIONAL

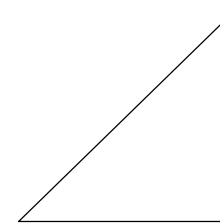


Para los módulos de expendio se aplicará características de construcción tradicional, como la simulación de madera en los elementos del chasis

Se empleará formas triangulares como estructura, y el color predominante será el blanco ya que al tratarse de alimentos este nos ayuda a la limpieza e impedir la proliferación de bacterias.

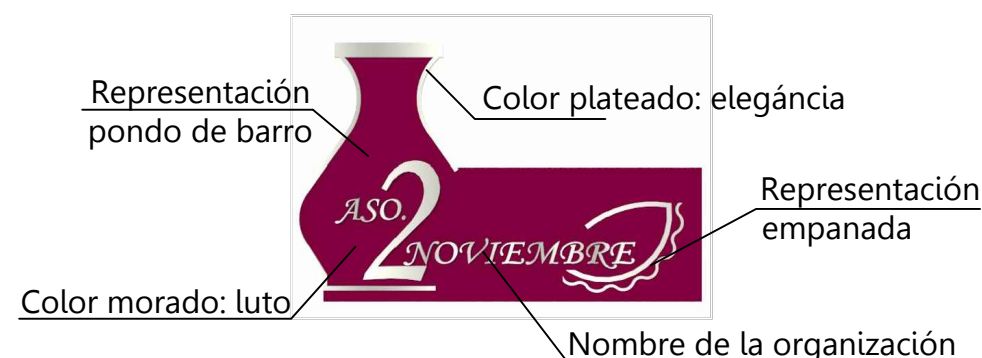


Técnicas de construcción ancestral



Triangulación

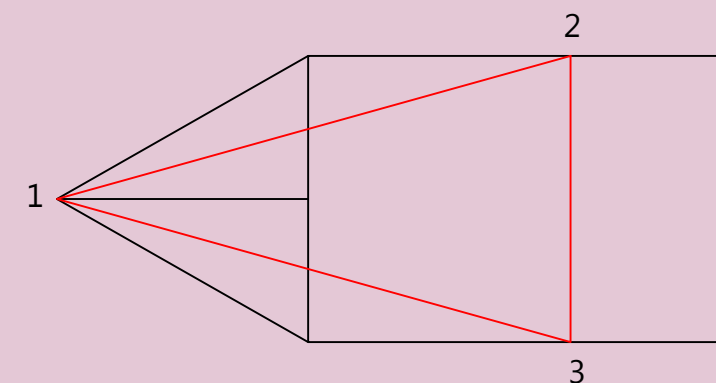
## IDENTIFICADOR VISUAL



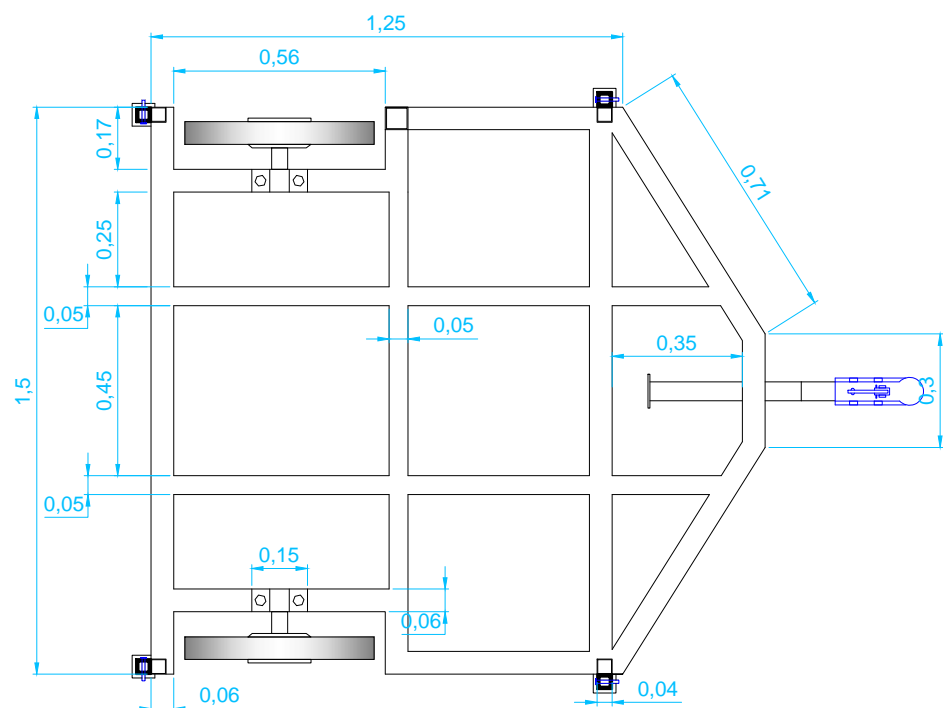
## REMOLQUE



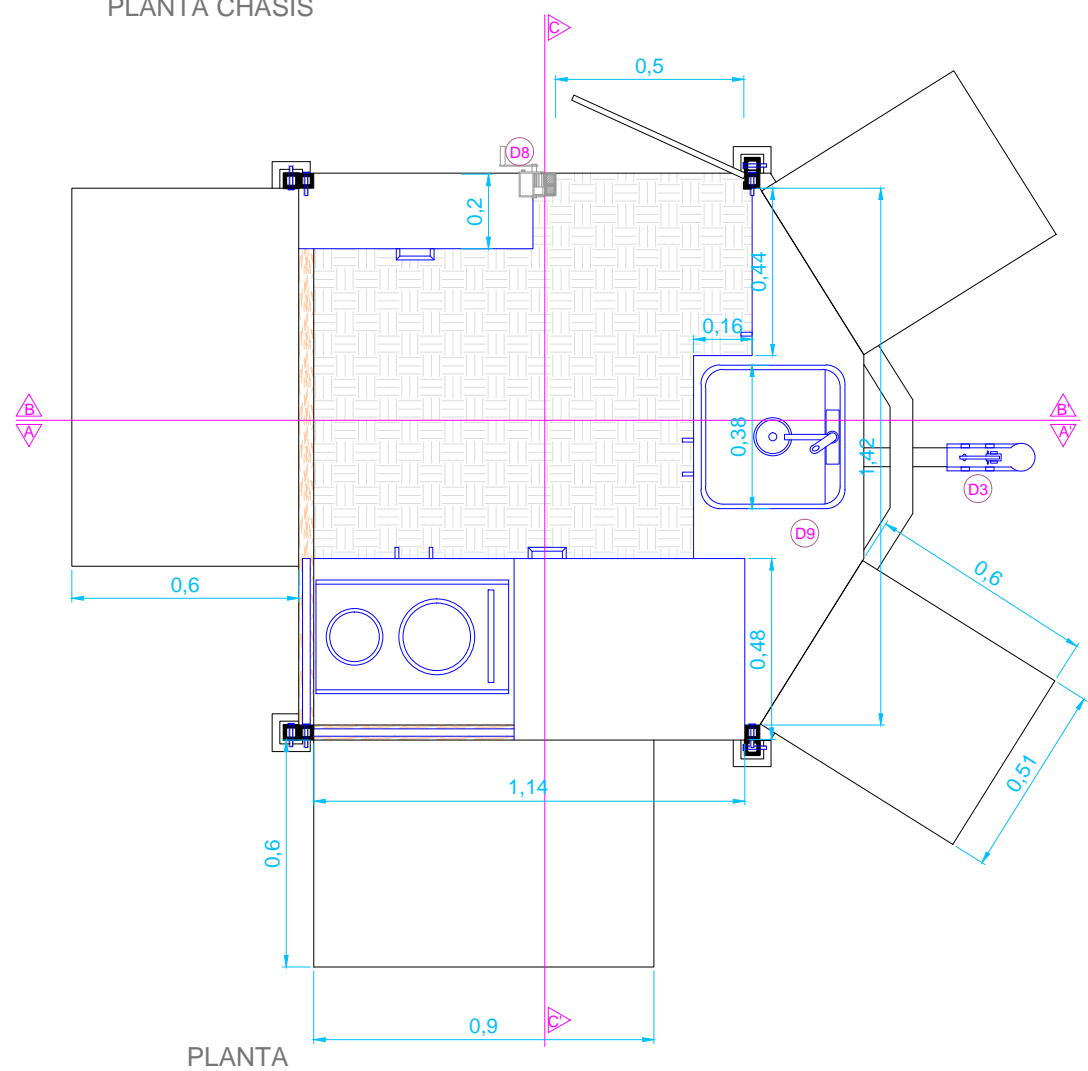
Esquema de triagulación enrada por las ruedas para permitir la estabilidad



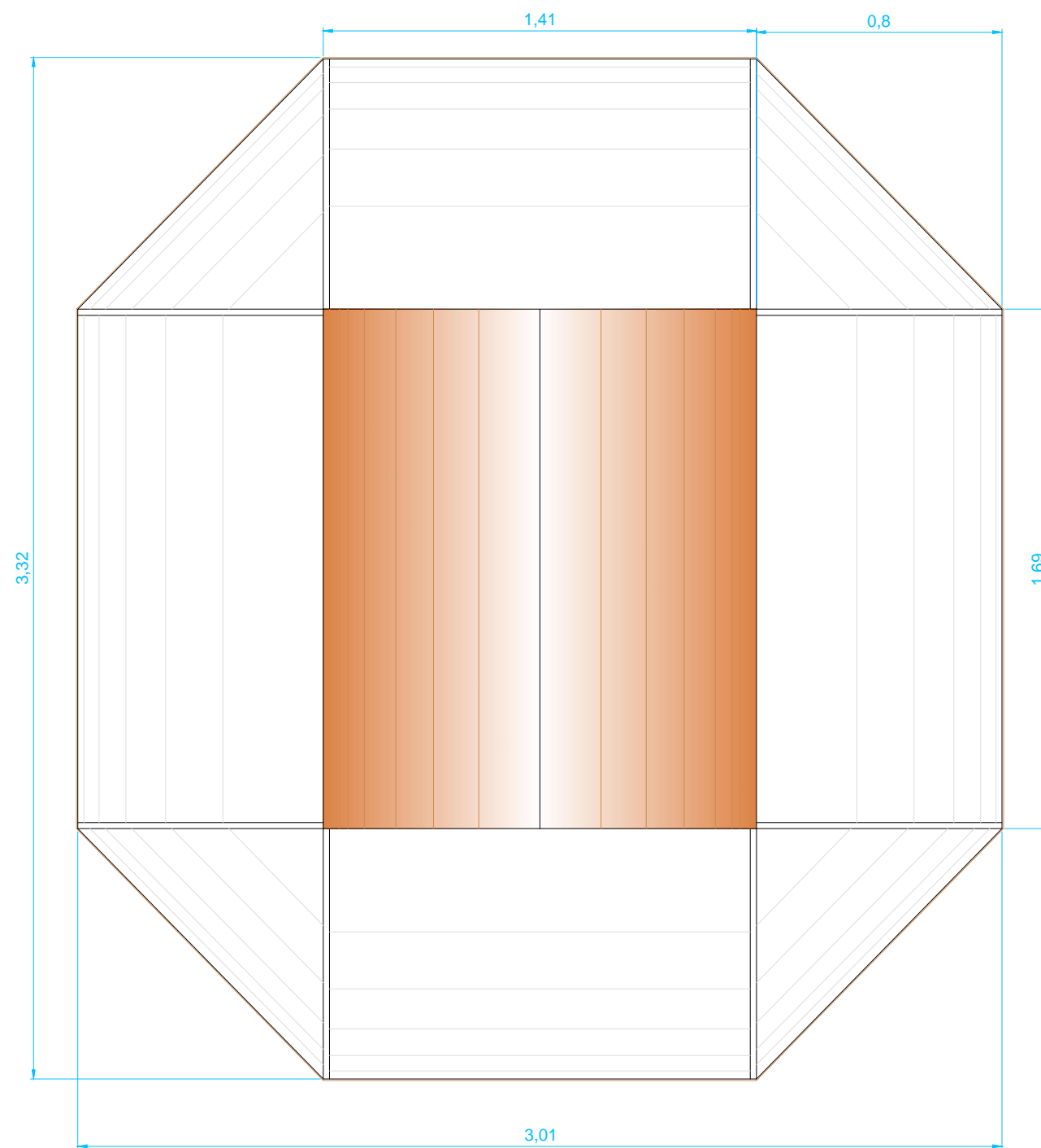
La estructura principal del módulo es un chasis metálico, para ser transportado como un remolque, ya sea con bicicleta o un automóvil mediante el cabezal de enganche, se desplazará gracias a las ruedas de motocicleta que están sujetas por un eje al chasis, y por una rueda multidireccional en el extremo posterior generando así una triangulación que permitirá la estabilidad del módulo al momento de rodar.



PLANTA CHASIS



PLANTA



PLANTA DE CUBIERTA

GUIA DE DETALLES  
(ver láminas 5,6,7)

- D3 ANCLAJE PARA TRANSPORTE
- D8 SISTEMA PIÑON CREMALLERA
- D9 ANCLAJE MESÓN MOVIL

BENEFICIARIOS: ASO. 2 DE NOVIEMBRE

DIRECCIÓN: ATOCHA

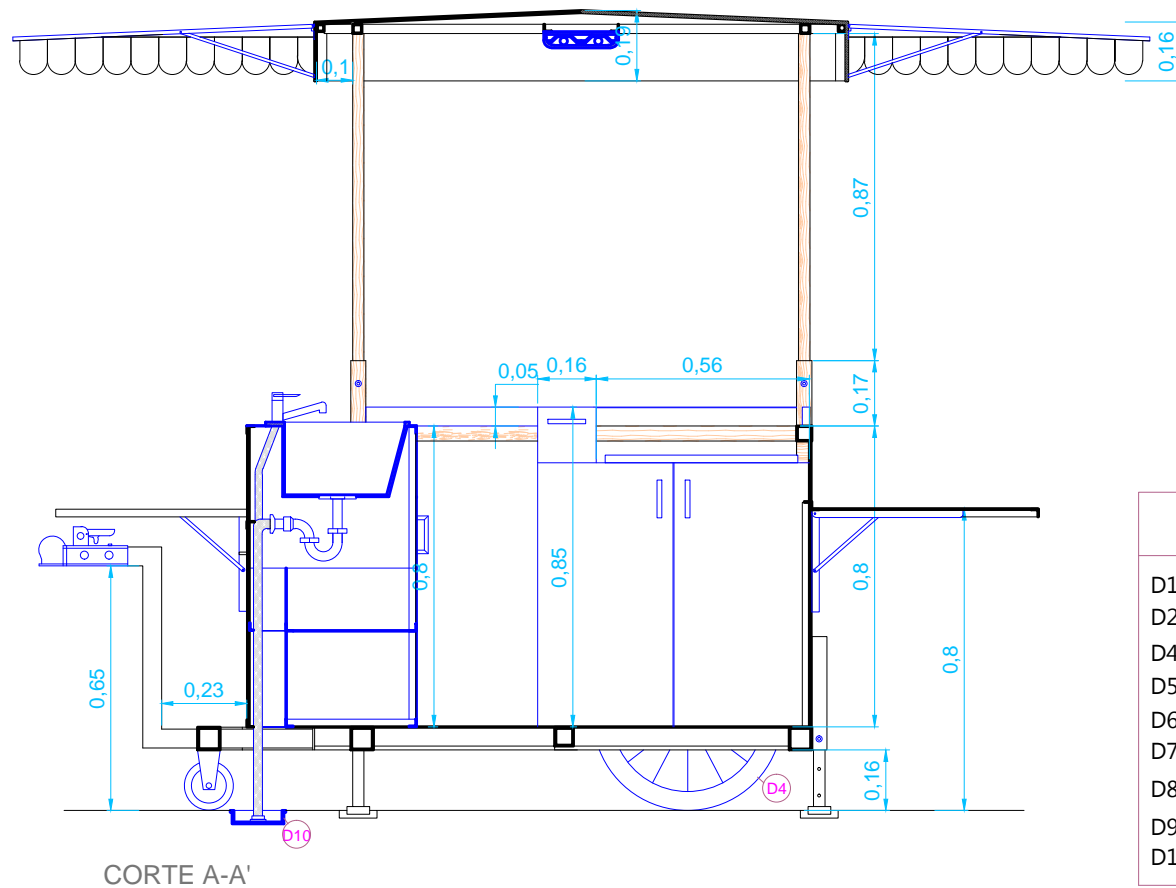
PROYECTO:  
DISEÑO DE MÓDULO PARA EL EXPENDIO DE COMIDA  
TRADICIONAL

CONTIENE: PLANOS  
AUTOR: ESTEFANÍA VELÁSQUEZ  
TUTORÍA: ARQ. OSWALDO JARA

ESC: 1:20

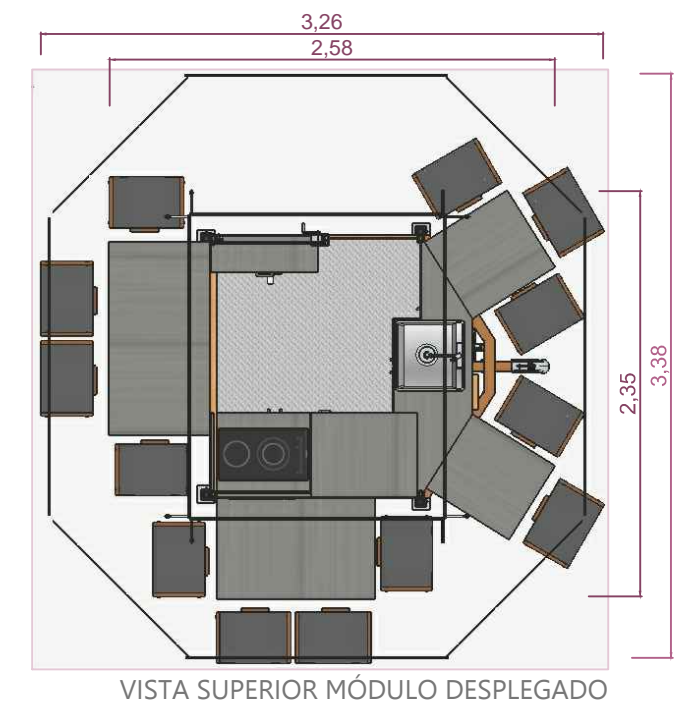
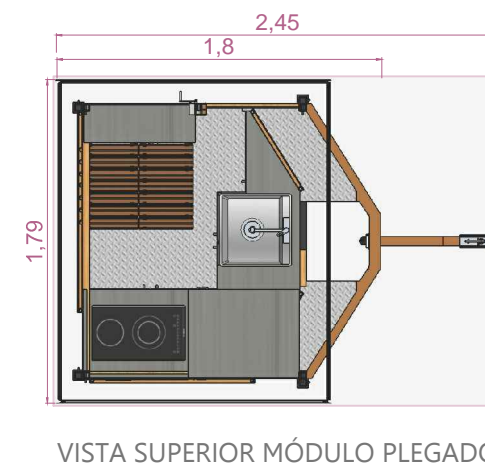
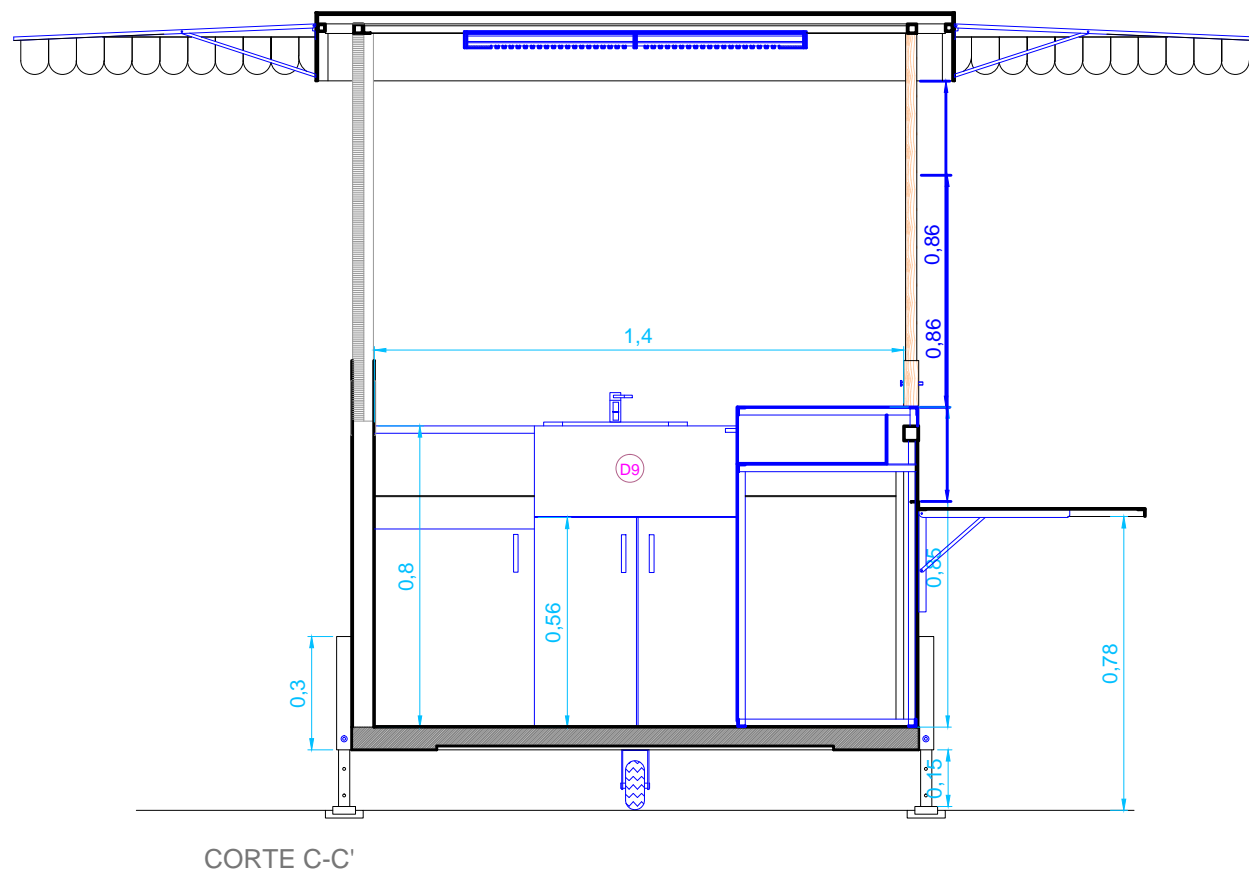
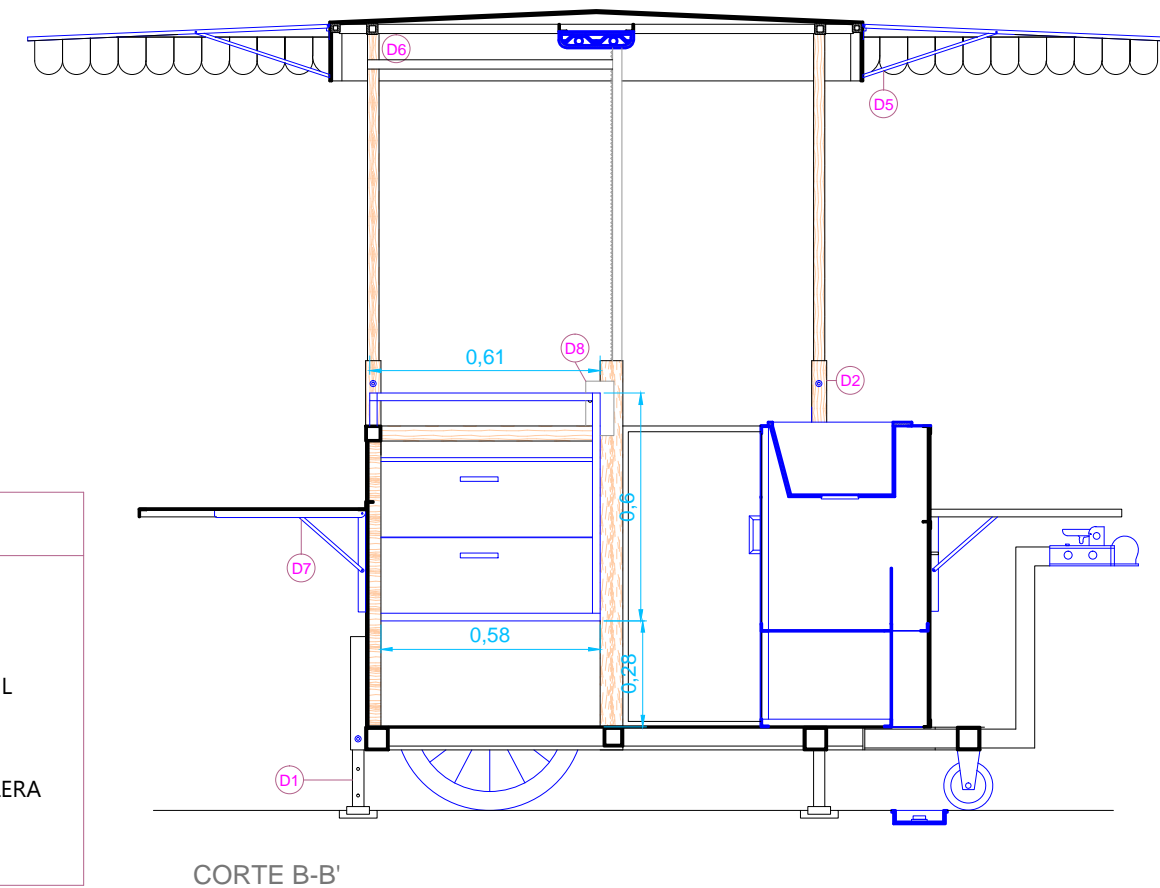
SEPTIEMBRE 2015





GUIA DE DETALLES  
(ver láminas 5,6,7)

D1	PATAS
D2	CUBIERTA
D4	RUEDAS
D5	SOPORTE CUBIERTA TEXTIL
D6	PUBLICIDAD
D7	MESAS
D8	SISTEMA PIÑON CREMALLERA
D9	ANCLAJE MESÓN MOVIL
D10	SISTEMA SANITARIO

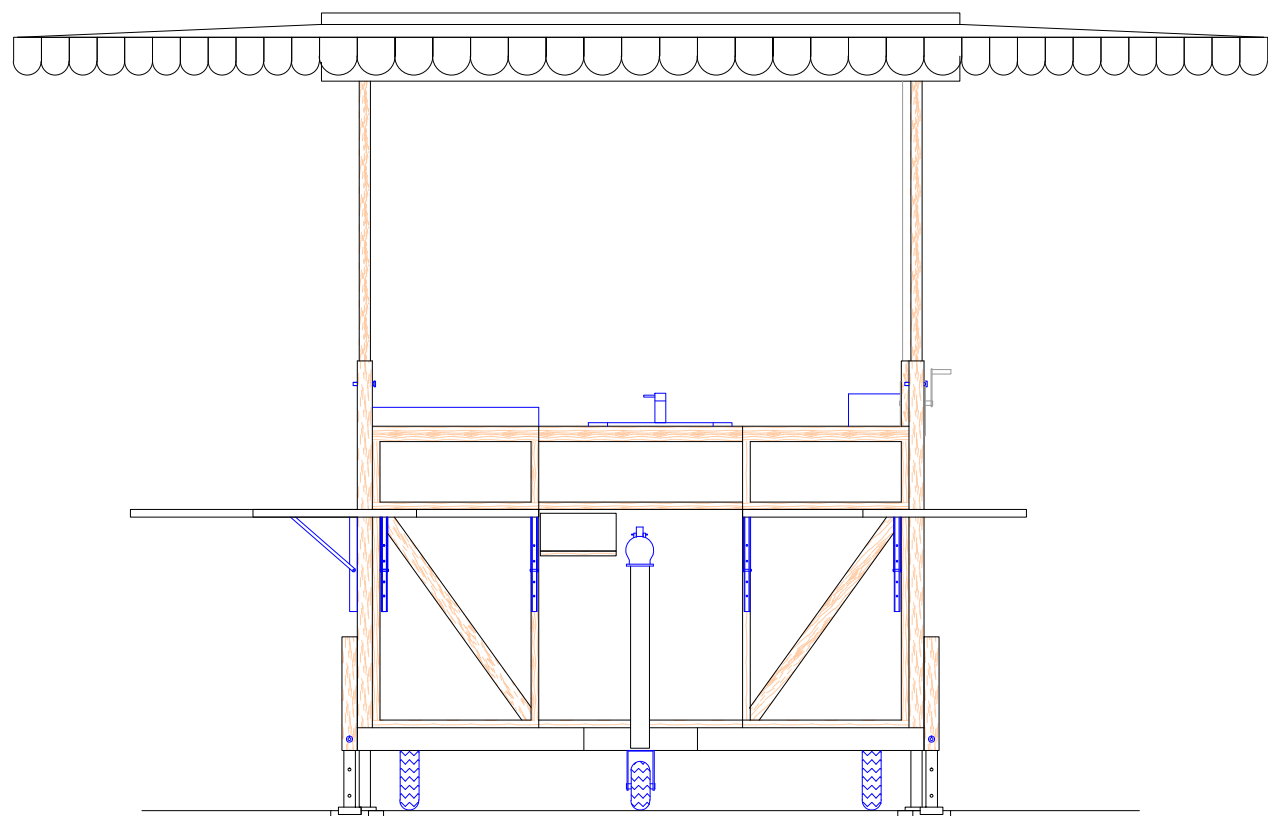


Para satisfacer las necesidades de los expendedores y mejorar los aspectos estéticos de una manera saludable y ambiental, el módulo posee varias características mecánicas para que este sea plegable y sea transportado de una manera confortable.

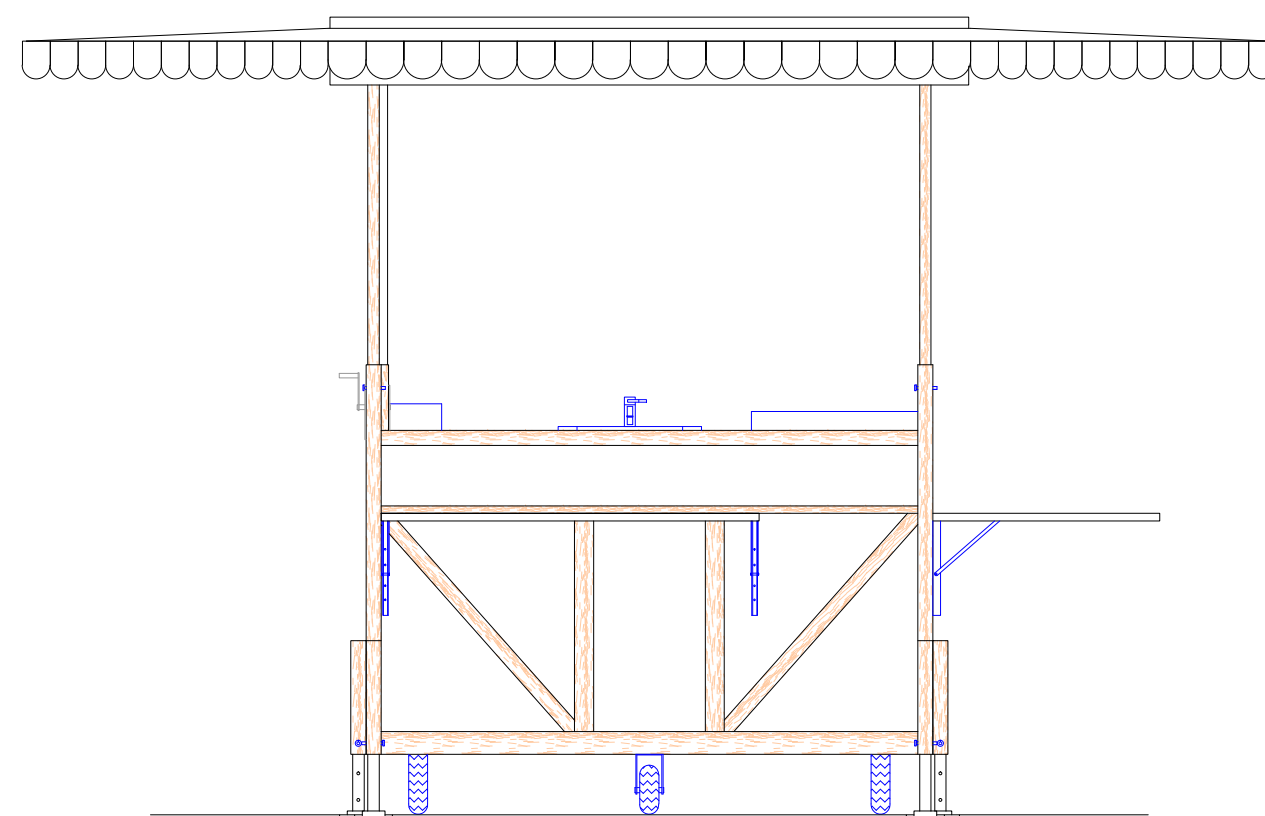
De igual manera permitirá el traslado de todos los elementos que son necesarios en su interior.

BENEFICIARIOS: ASO. 2 DE NOVIEMBRE  
DIRECCIÓN: ATOCHA  
PROYECTO:  
DISEÑO DE MÓDULO PARA EL EXPENDIO DE COMIDA TRADICIONAL  
CONTIENE: CORTES  
AUTOR: ESTEFANÍA VELÁSQUEZ  
TUTORÍA: ARQ. OSWALDO JARA  
ESC: 1:20  
SEPTIEMBRE 2015

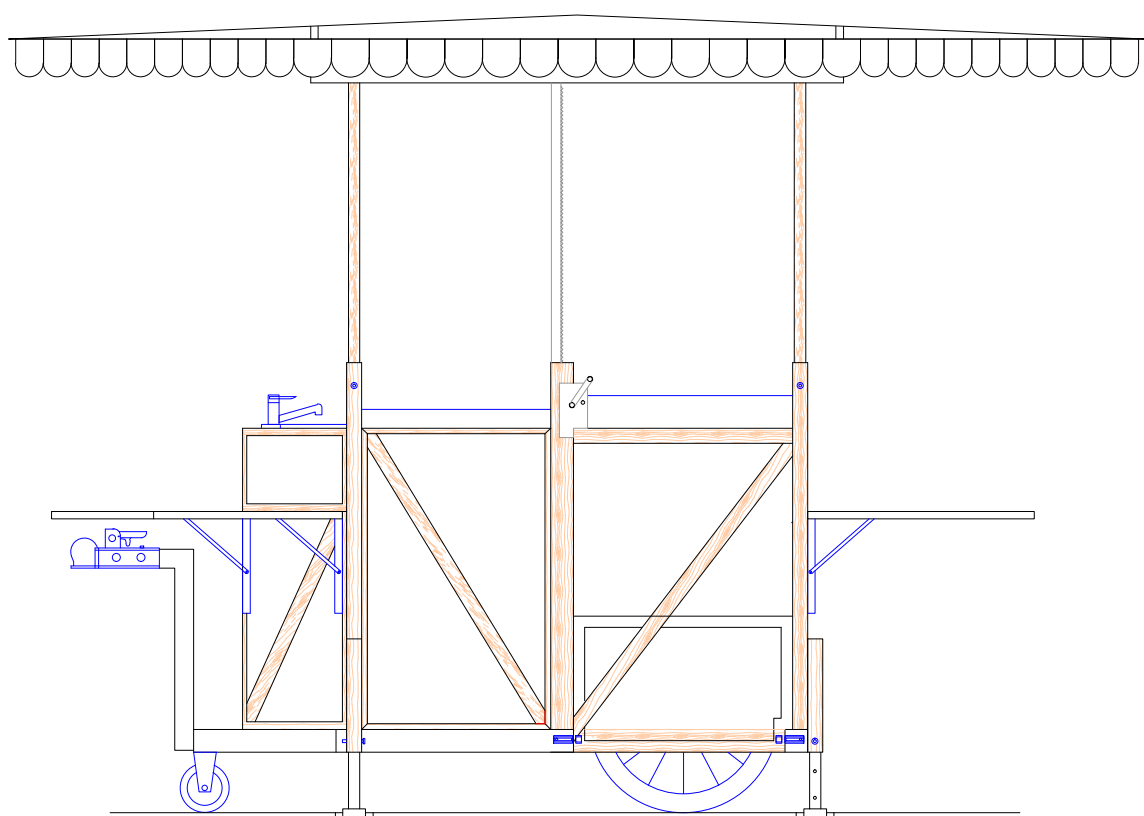




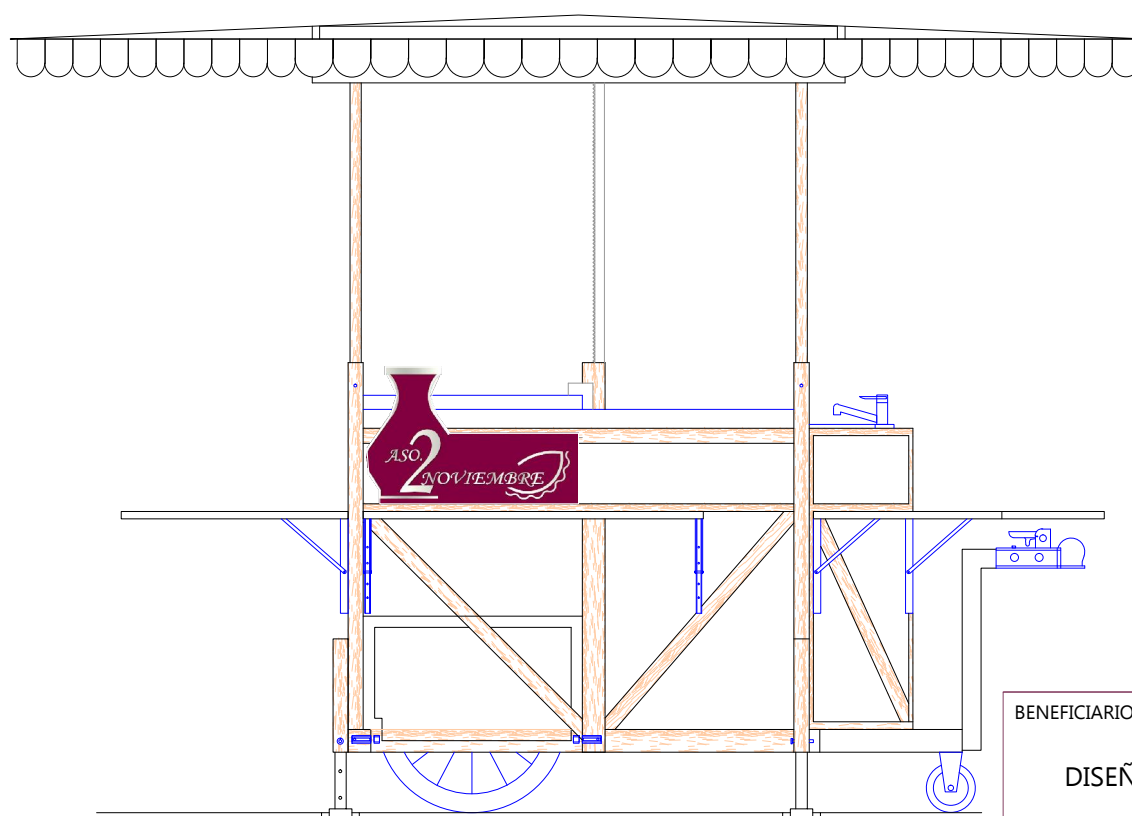
ALZADO LATERAL DERECHA



ALZADO LATERAL IZQUIERDA



ALZADO POSTERIOR



ALZADO FRONTAL

BENEFICIARIOS: ASO. 2 DE NOVIEMBRE

DIRECCIÓN: ATOCHA

PROYECTO:  
DISEÑO DE MÓDULO PARA EL EXPENDIO DE COMIDA  
TRADICIONAL

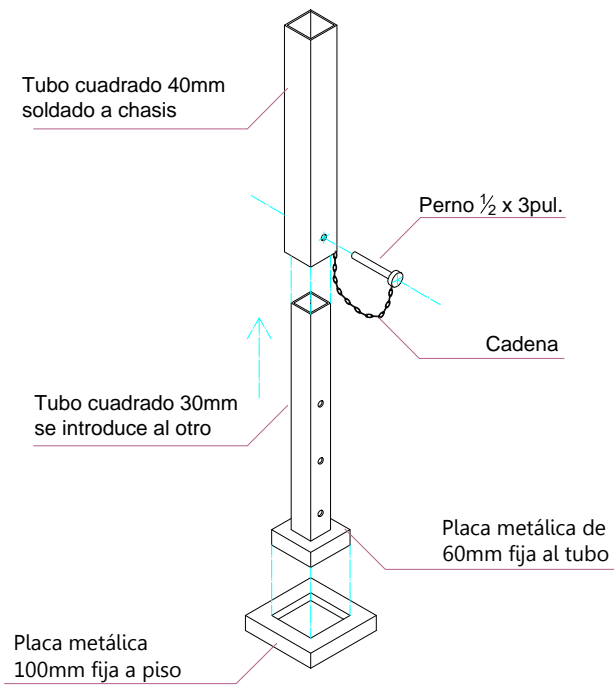
CONTIENE: ALZADOS  
AUTOR: ESTEFANÍA VELÁSQUEZ  
TUTORÍA: ARQ. OSWALDO JARA

ESC: 1:20

SEPTIEMBRE 2015

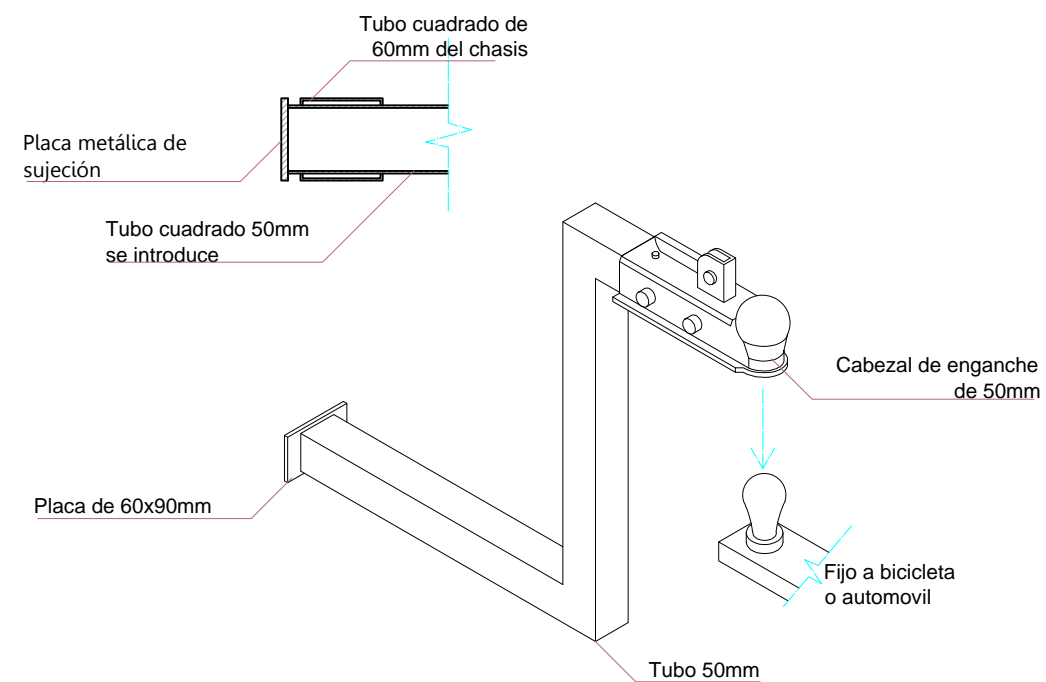
D1

PATAS



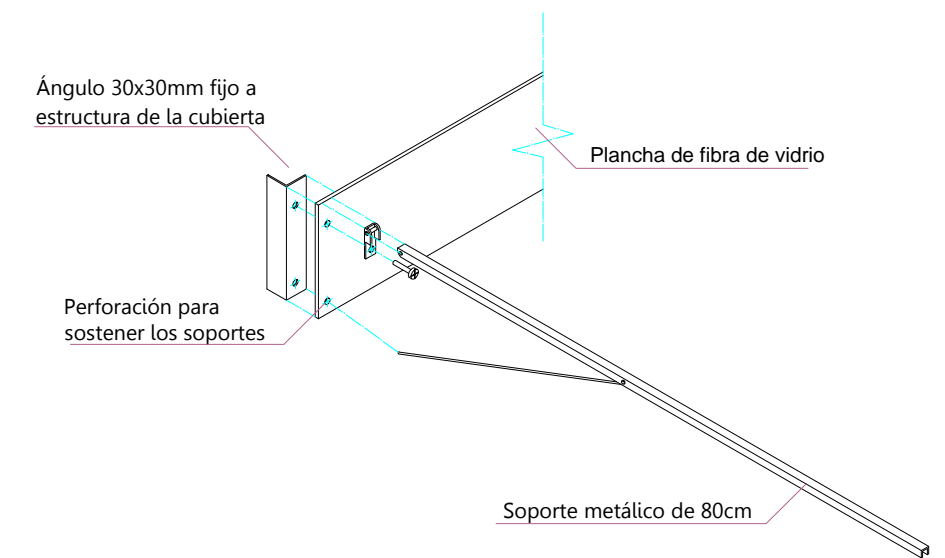
D3

ANCLAJE PARA TRASPORTE



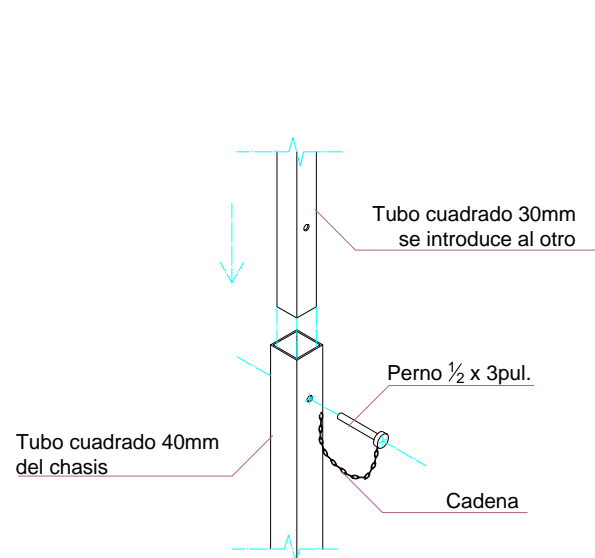
D5

SOPORTE CUBIERTA TEXTIL



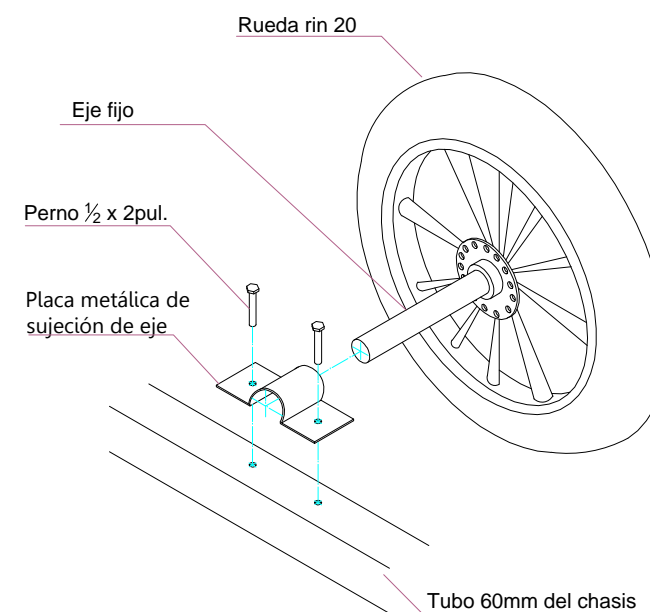
D2

CUBIERTA



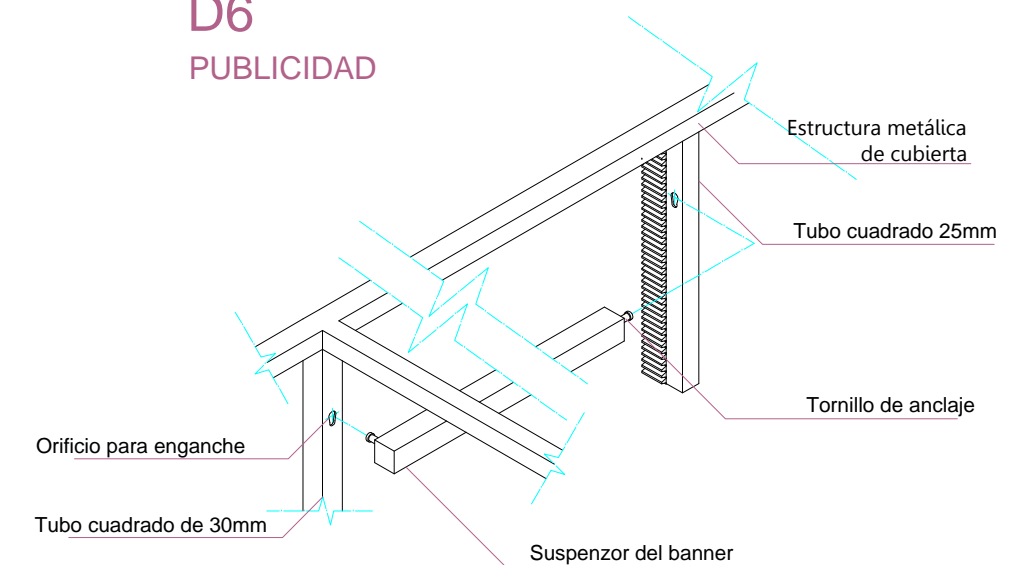
D4

RUEDAS

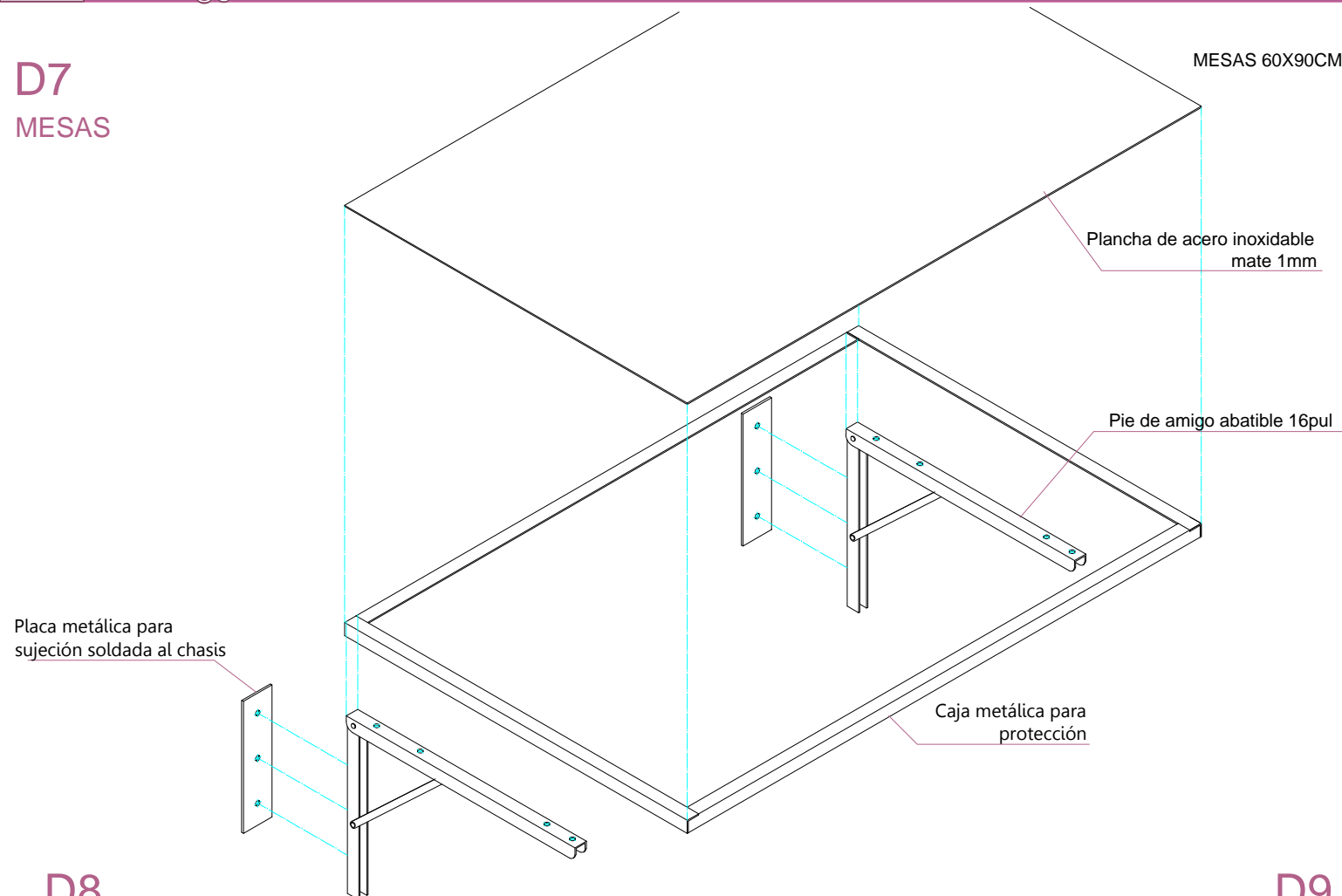


D6

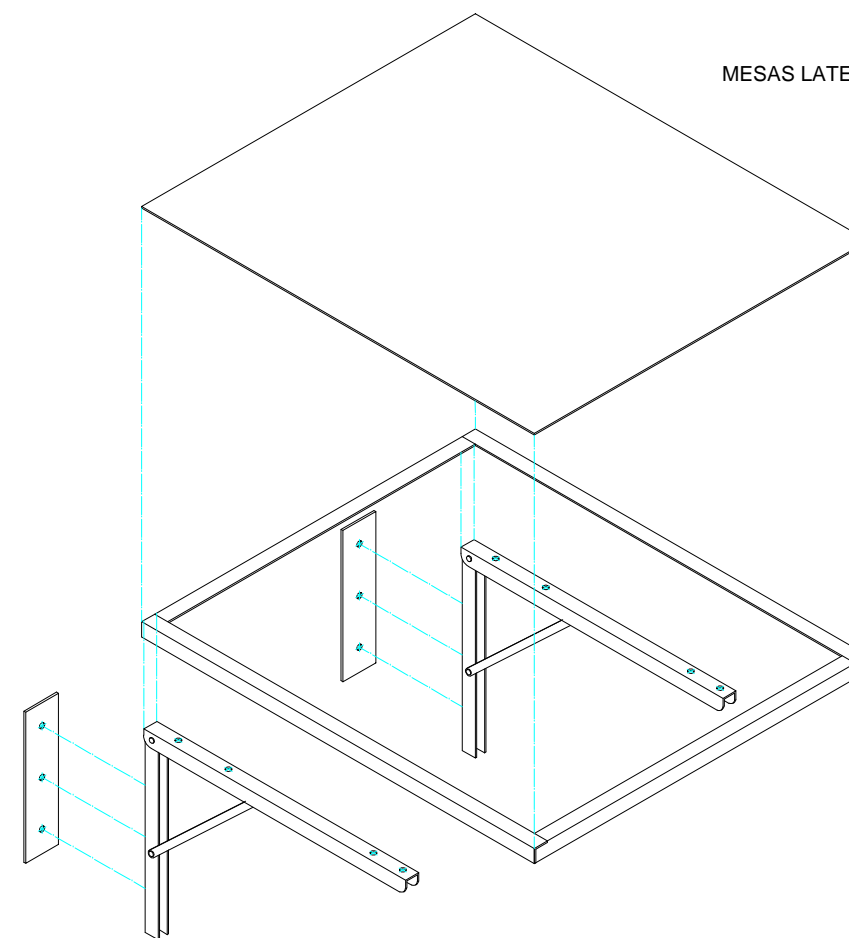
PUBLICIDAD



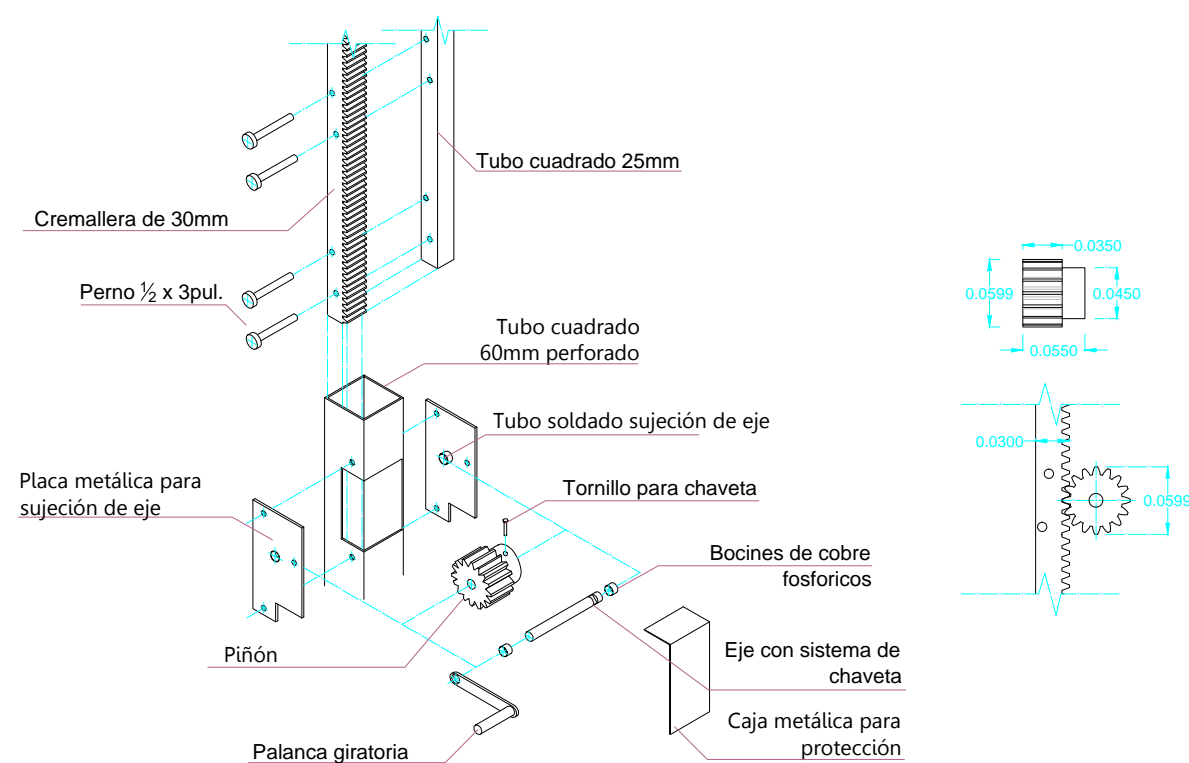
D7  
MESAS



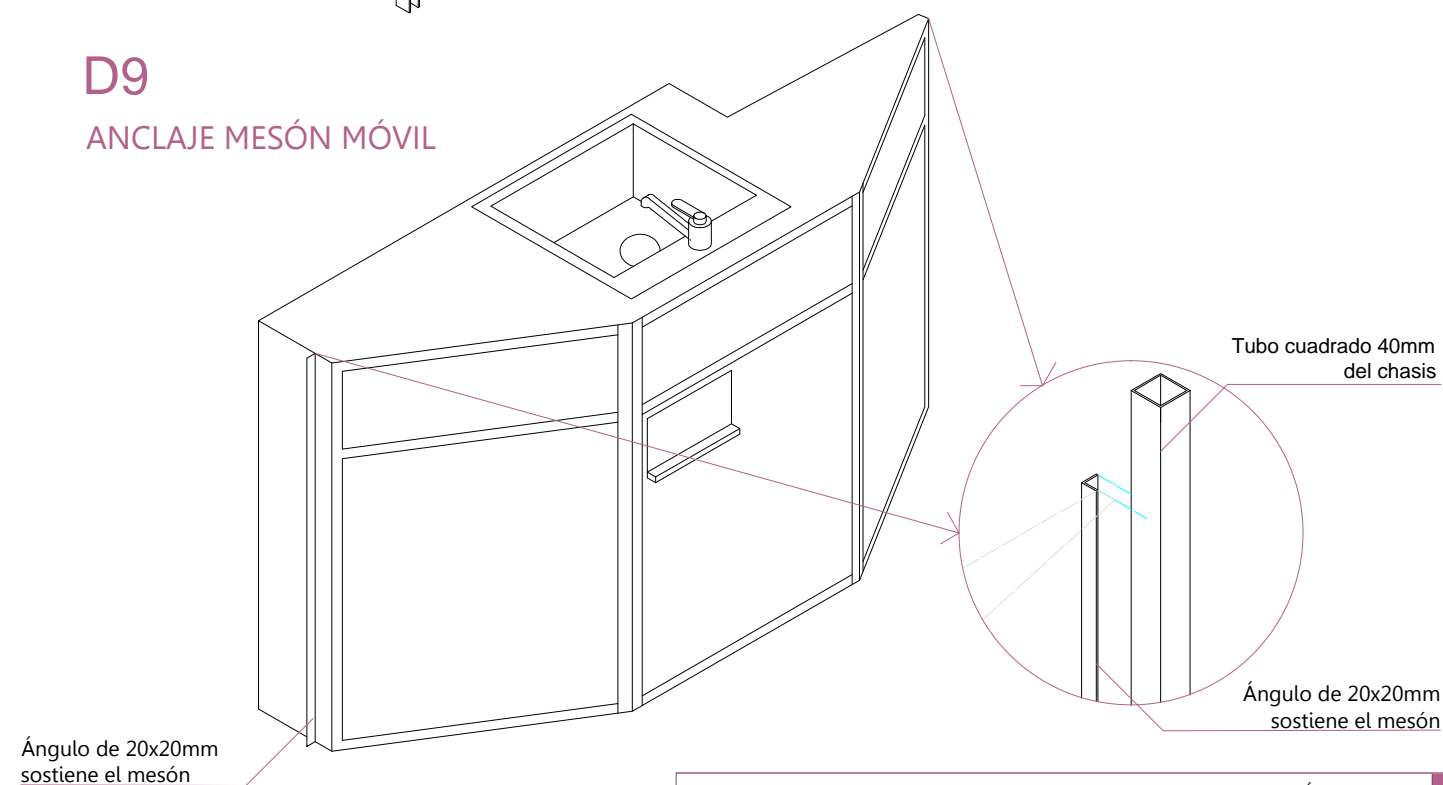
MESAS LATERALES 60X50CM



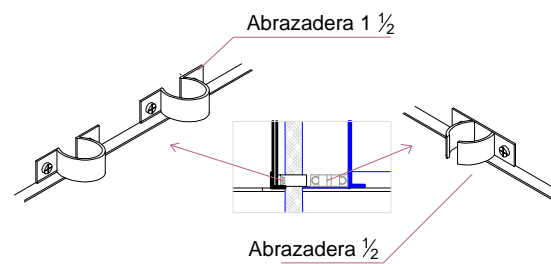
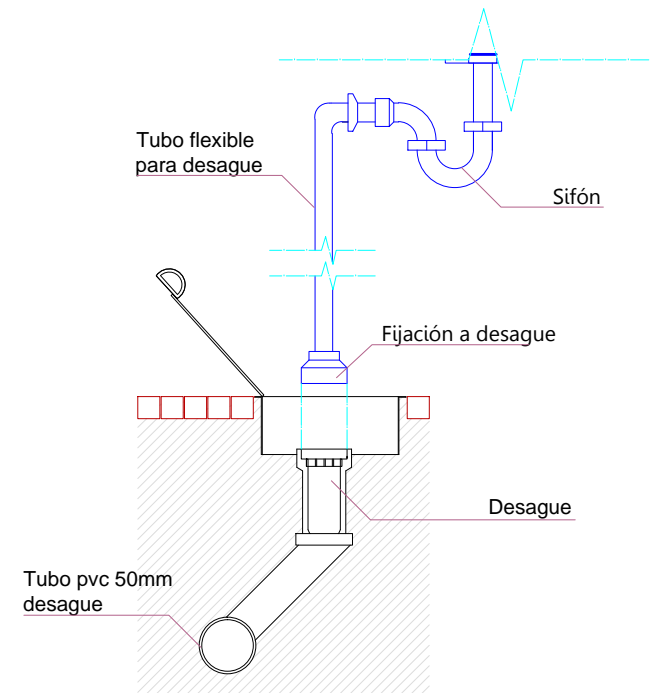
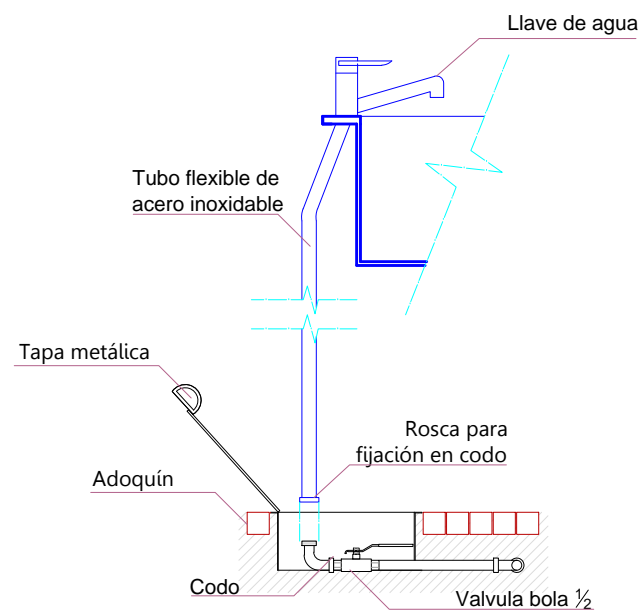
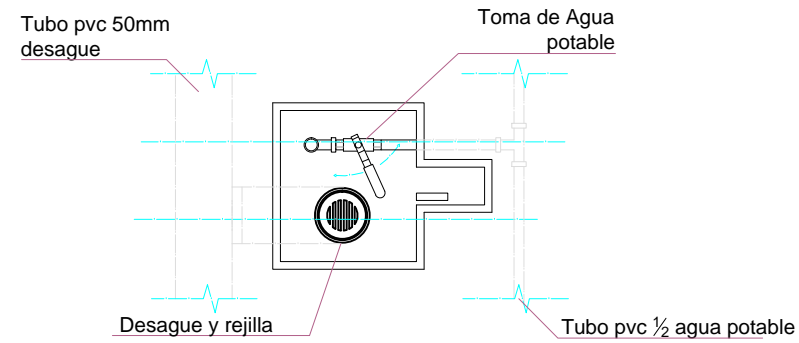
D8  
SISTEMA PIÑÓN CREMALLERA



D9  
ANCLAJE MESÓN MÓVIL

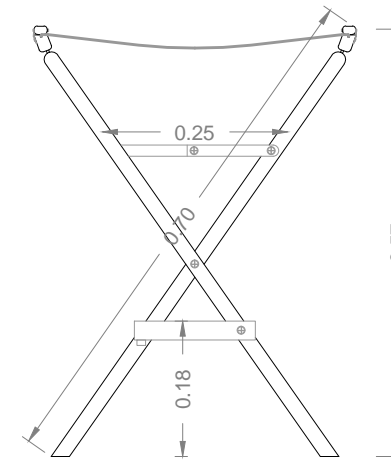


D10  
SISTEMA SANITARIO

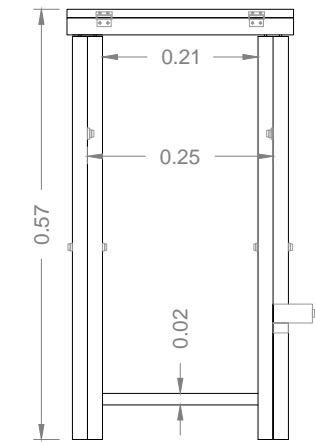


SUJECIÓN DE TUBERÍA

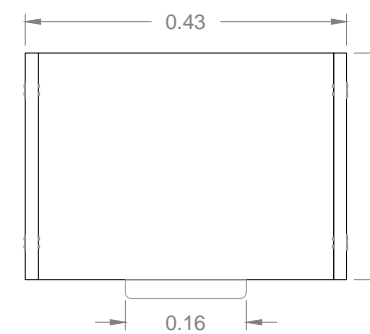
SILLAS



VISTA FRONTAL



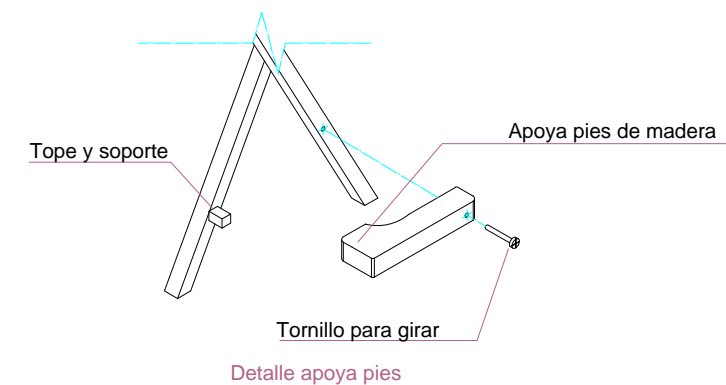
VISTA LATERAL



VISTA SUPERIOR



PERPECTIVA



Detalle apoya pies



ELEMENTOS INTERNOS



MESÓN FRONTAL



Mesón para amasado, y servir productos

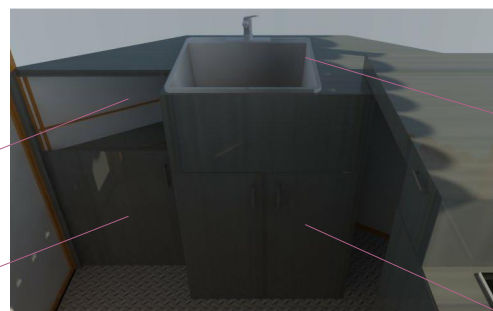
Cajón para el manejo de dinero

Espacio para colocar elementos necesarios

Cocina a nivel más bajo para el fácil manejo de las ollas, y así evitar accidentes.

Puertas, espacio para la colocación de cilindro de GLP de ser necesario.

MESÓN MÓVIL



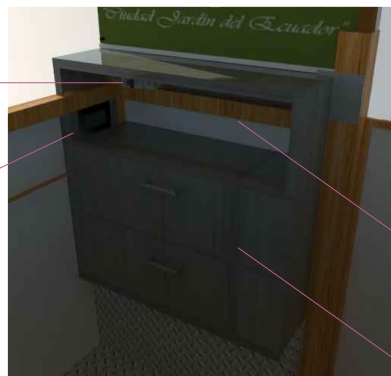
Espacio para elementos necesarios como canastas

Puerta, para el almacenamiento de platos

Lava platos

Puerta, para el almacenamiento de los implementos de limpieza y del basurero

MESÓN POSTERIOR



Breaker de luz

Toma corriente e interruptor

Espacio para la colocación de elementos como canastas o utensilios

Cajonera para el almacenamiento de vasos y servilletas



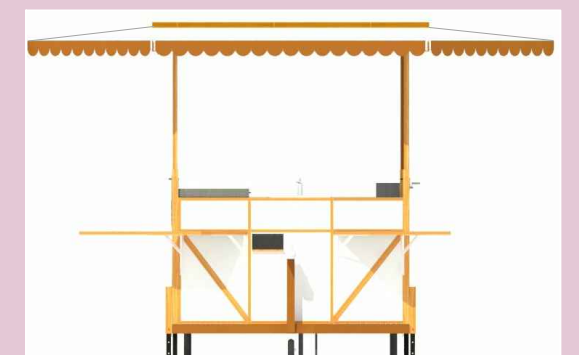
MÓDULO PLEGADO



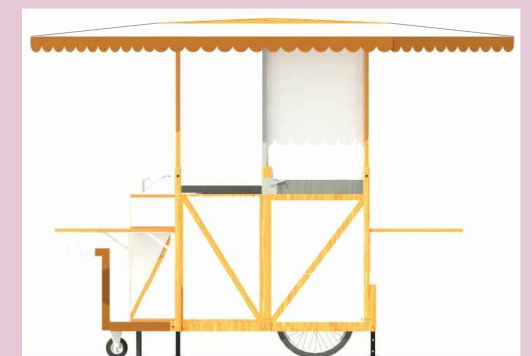
MÓDULO DESPLEGADO



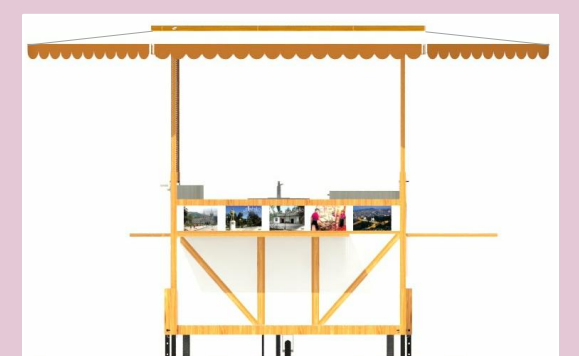
VISTA FRONTAL



VISTA LATERAL DERECHA



VISTA POSTERIOR



VISTA LATERAL IZQUIERDA

BENEFICIARIOS: ASO. 2 DE NOVIEMBRE

DIRECCIÓN: ATOCHA

PROYECTO:  
DISEÑO DE MÓDULO PARA EL EXPENDIO DE COMIDA TRADICIONAL

CONTIENE: PERSPECTIVAS Y DETALLES

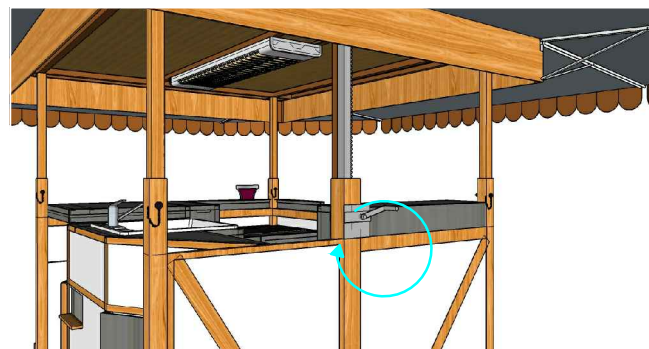
ESC:

AUTOR: ESTEFANÍA VELÁSQUEZ

TUTORÍA: ARQ. OSWALDO JARA

SEPTIEMBRE 2015

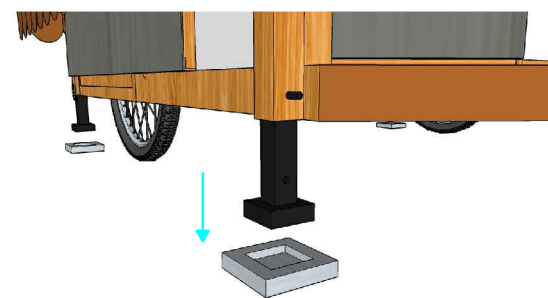




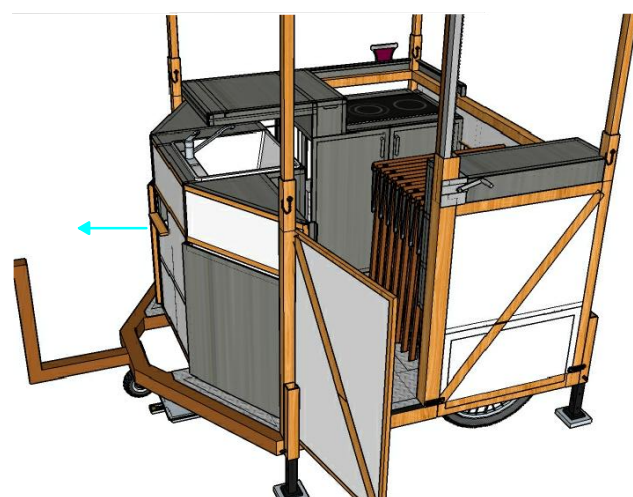
3: ELEVACIÓN DE TODA LA CUBIERTA



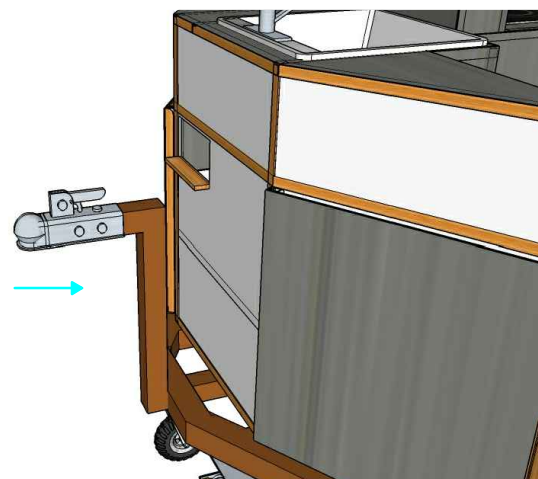
2: ELEVACIÓN CUBIERTA TEXTIL



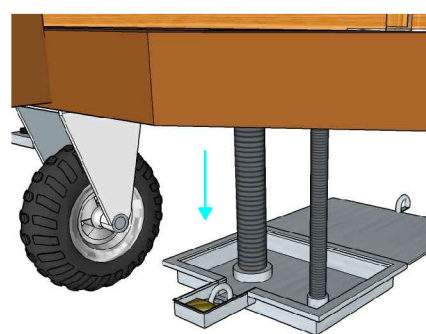
1: ANCLAJE DE PATAS



4: EMPUJE DE MESÓN MÓVIL



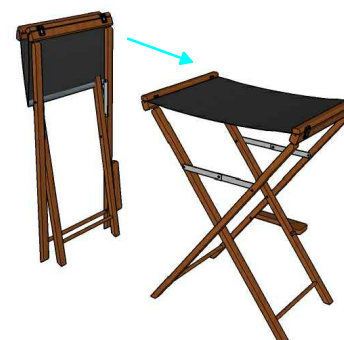
5: EMPUJE ESTRUCTURA DE CABEZAL DE ENGANCHE



6: CONEXIÓN A TOMAS SANITARIAS



7: ELEVACIÓN MESAS



8: DESPLIEGUE Y COLOCACIÓN DE SILLAS

### PASOS PARA EL DESPLIEGUE

- 1: Las patas se desplazan por el tubo de dimensiones mayores, hasta encajar la placa de la pata en la placa fija al piso. Se sujeta las patas en su lugar con pernos pasados por los orificios que poseen los tubos. (D1)
- 2: La cubierta textil, mediante los soportes metálicos, es desplazada hacia arriba en donde se coloca la pata del soporte a la perforación que posee la cubierta fija. (D5)
- 3: Se eleva toda la cubierta, girando la palanca que está en el lado posterior del módulo, esta impulsa el mecanismo de piñón y cremallera (D8), al tener las cubiertas elevadas se atranca el piñón con un perno. Las patas de la cubierta quedarán dentro de los tubos horizontales del chasis sujetandolos mediante pernos. (D2)
- 4: Una vez dentro del módulo se empuja el mesón lateral, desplazándolo hacia la prolongación del chasis. (D9)
- 5: Se introducirá el tubo en el que está el cabezal de enganche. (D3)
- 6: Los tubos de desagüe y de agua potable son conectados a los puntos de tomas de agua y desagüe que contiene la caja metálica que se encuentra fija en el piso, protegida por una tapa y candado. (D10)
- 7: Las mesas se despliegan hacia arriba gracias a los pies de amigo abatible que poseen. (D7)
- 8: Las sillas tipo acordeón que se transportaban dentro del módulo se las coloca alrededor de las mesas.

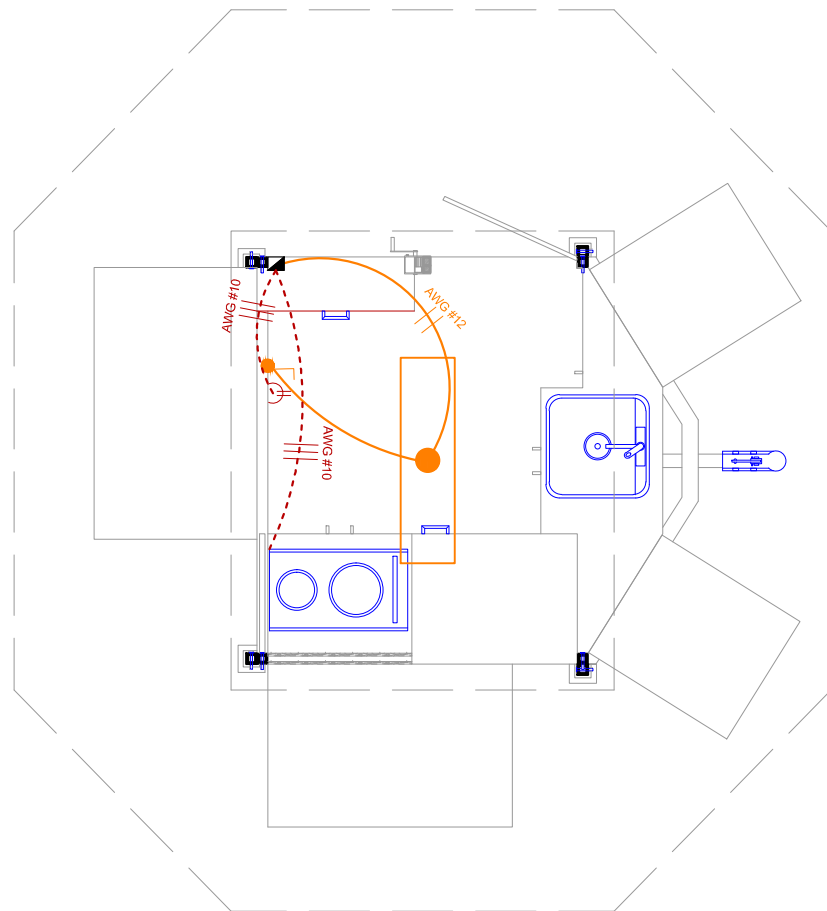


Al conseguir que el módulo sea desplegable y transportable, permitirá mantener un espacio amplio y reutilizable para fines socioculturales y de recreación. Los materiales a utilizarse para la construcción del módulo y su formalidad ayudaran a fomentar la higiene y organización dentro del mismo manteniendo una seguridad alimentaria y fortaleciendo la credibilidad en el producto.



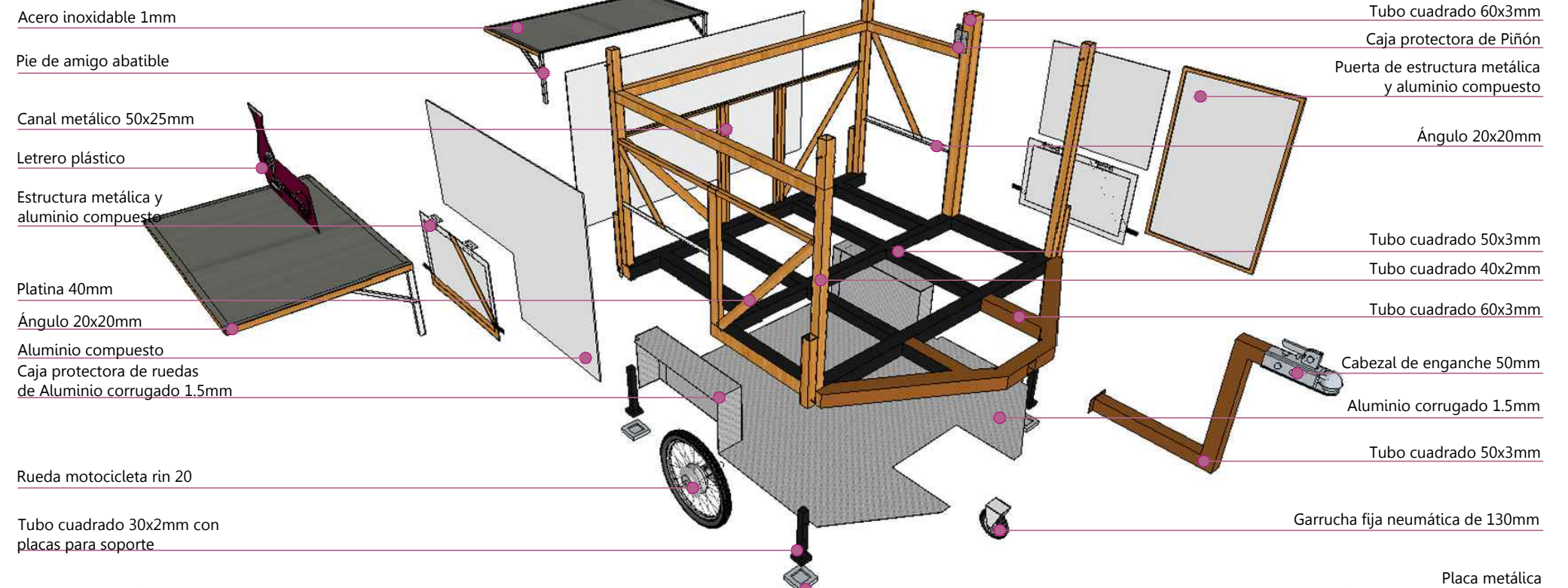


PLANO ELÉCTRICO

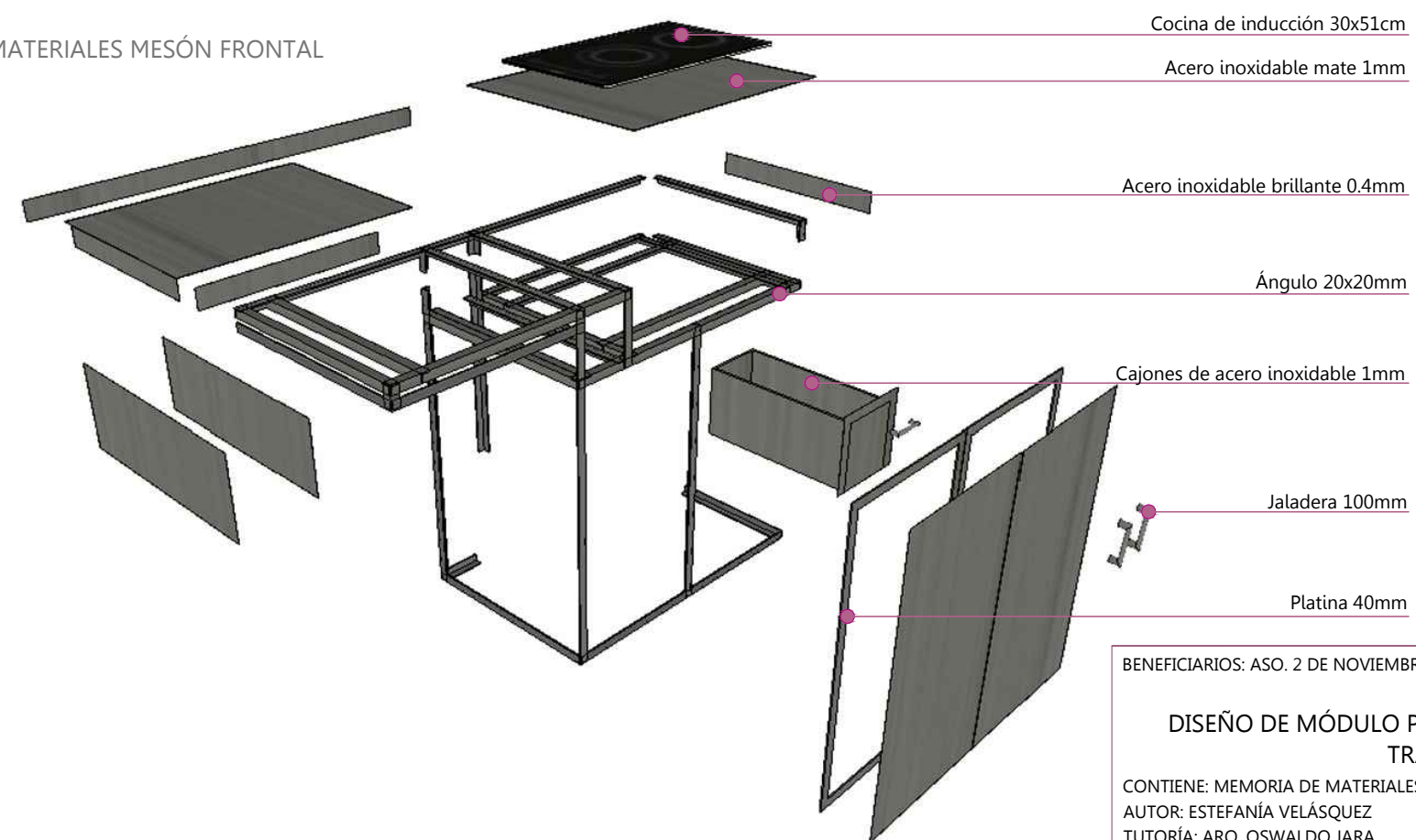


SIMBOLOGÍA	
	Tomacorriente Doble
	Circuito de Tomacorrientes
	Luminaria Fluorescente
	Interruptor Simple
	Caja de Breakes
	Circuito de Luminarias

MATERIALES CHASIS

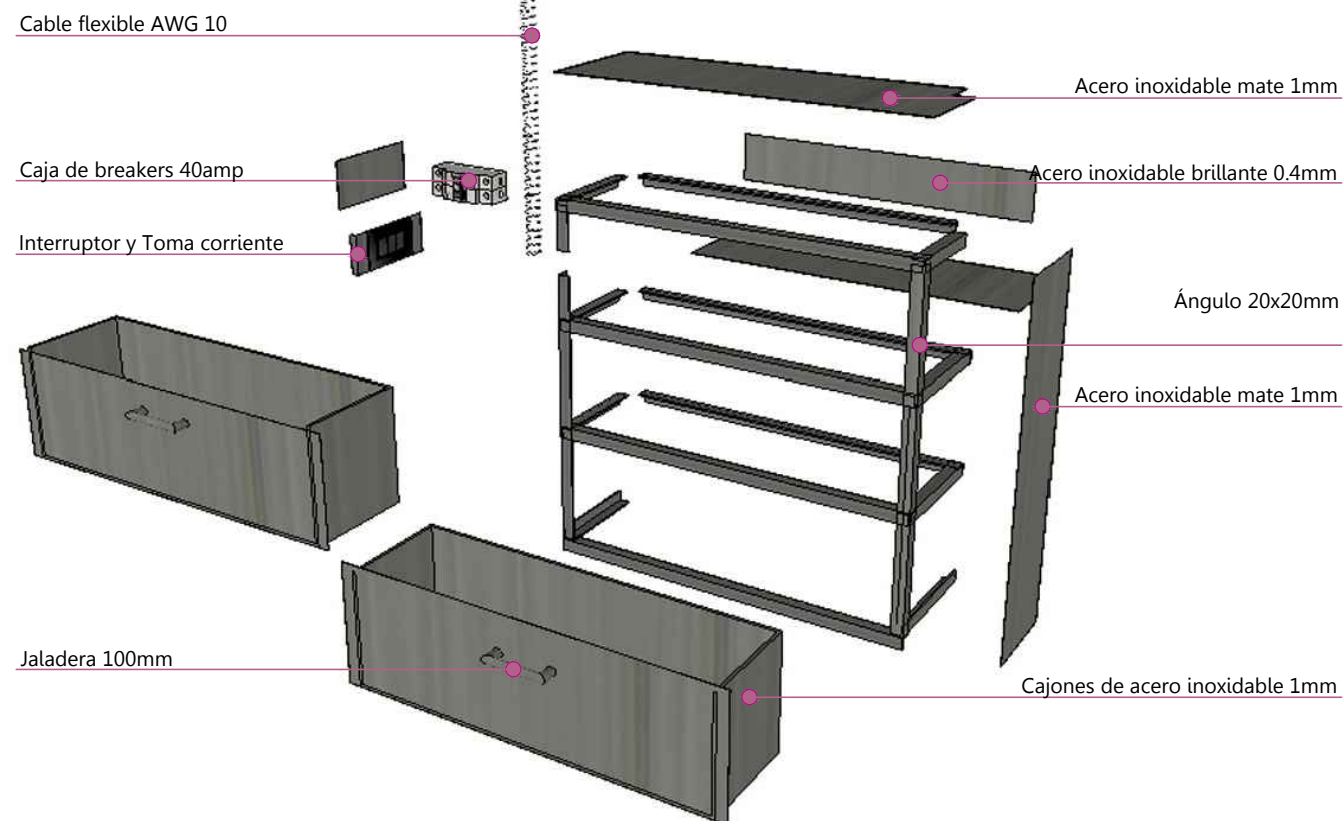


MATERIALES MESÓN FRONTAL

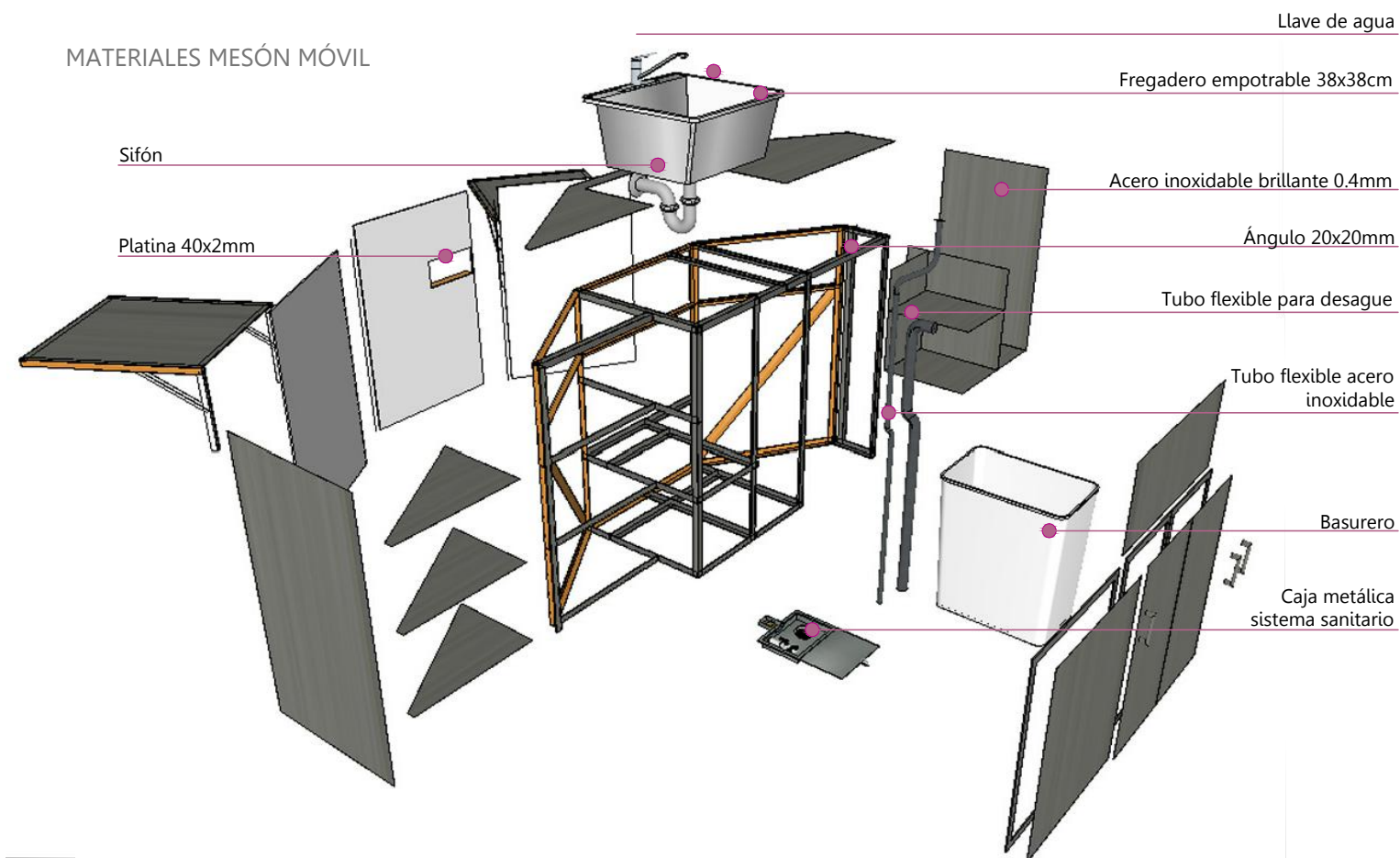


BENEFICIARIOS: ASO. 2 DE NOVIEMBRE  
 DIRECCIÓN: ATOCHA  
 PROYECTO:  
**DISEÑO DE MÓDULO PARA EL EXPENDIO DE COMIDA TRADICIONAL**  
 CONTIENE: MEMORIA DE MATERIALES 1  
 AUTOR: ESTEFANÍA VELÁSQUEZ  
 TUTORÍA: ARQ. OSWALDO JARA  
 ESC:  
 SEPTIEMBRE 2015

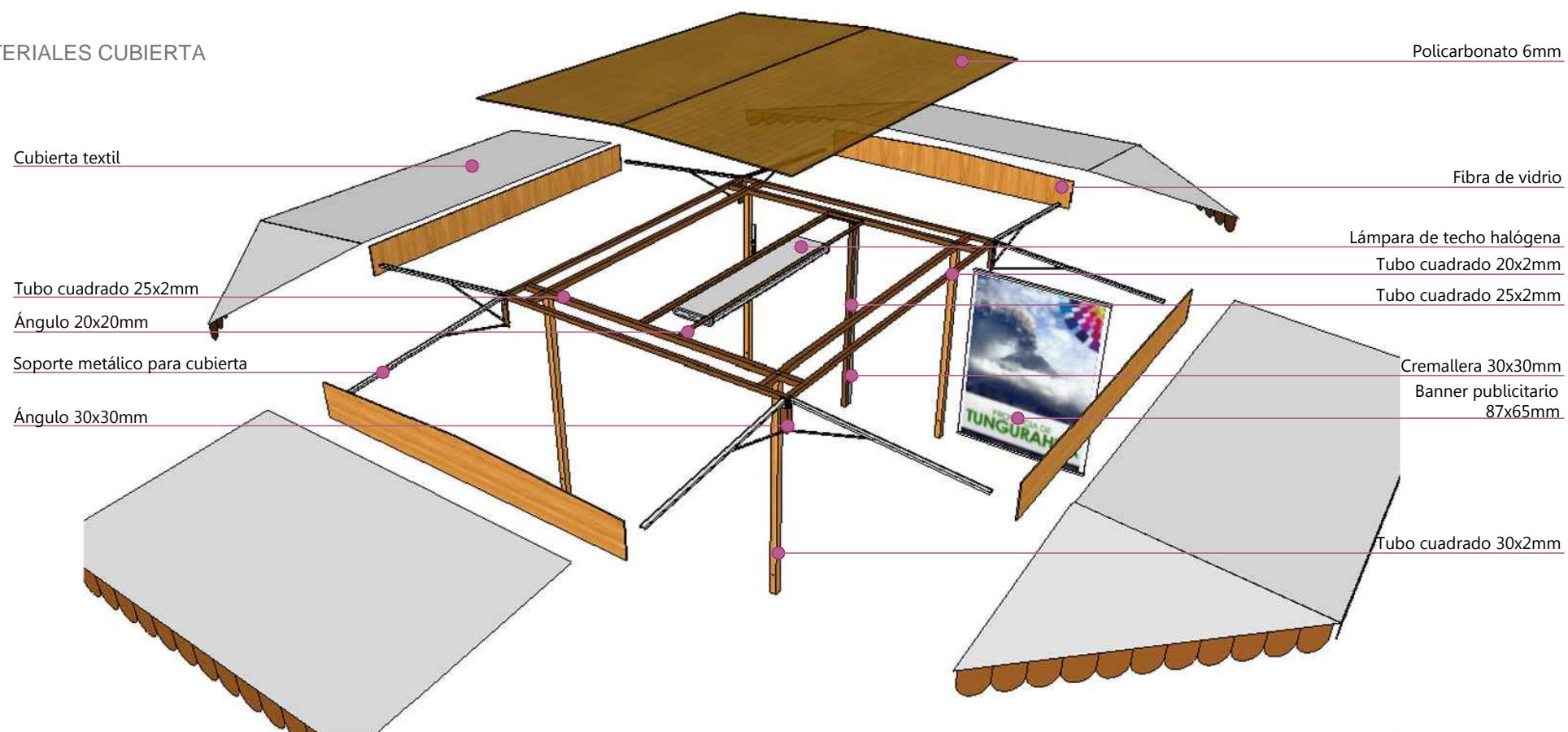
## MATERIALES MESÓN POSTERIOR



## MATERIALES MESÓN MÓVIL



## MATERIALES CUBIERTA



BENEFICIARIOS: ASO. 2 DE NOVIEMBRE

DIRECCIÓN: ATOCHA

UTA  
FDAA

PROYECTO:  
DISEÑO DE MÓDULO PARA EL EXPENDIO DE COMIDA  
TRADICIONAL

CONTIENE: MEMORIA DE MATERIALES 2  
AUTOR: ESTEFANÍA VELÁSQUEZ  
TUTORÍA: ARQ. OSWALDO JARA

ESC:

SEPTIEMBRE 2015



Mediante los materiales empleados para la construcción del módulo se cubrirá en parte los aspectos térmicos, por ejemplo, el piso, será metálico por su fácil limpieza, los laterales del módulo se lo realizará de aluminio compuesto, lo cual nos dará aislamiento térmico, los mesones y mesas serán elaborados de acero inoxidable mate, ya que evita la proliferación de bacterias y es de fácil limpieza, así como también el lavaplatos que se integrará en los mesones.

La cubierta por su parte se la realizará de policarbonato para permitir el ingreso de luz de día y una lámpara de techo que proporcionará luz eléctrica en las noches, los laterales del mismo serán realizados de fibra de vidrio ya que es un material liviano; esta misma cubierta permitirá desplegar una cubierta textil impermeable para cubrir el área de mesas.

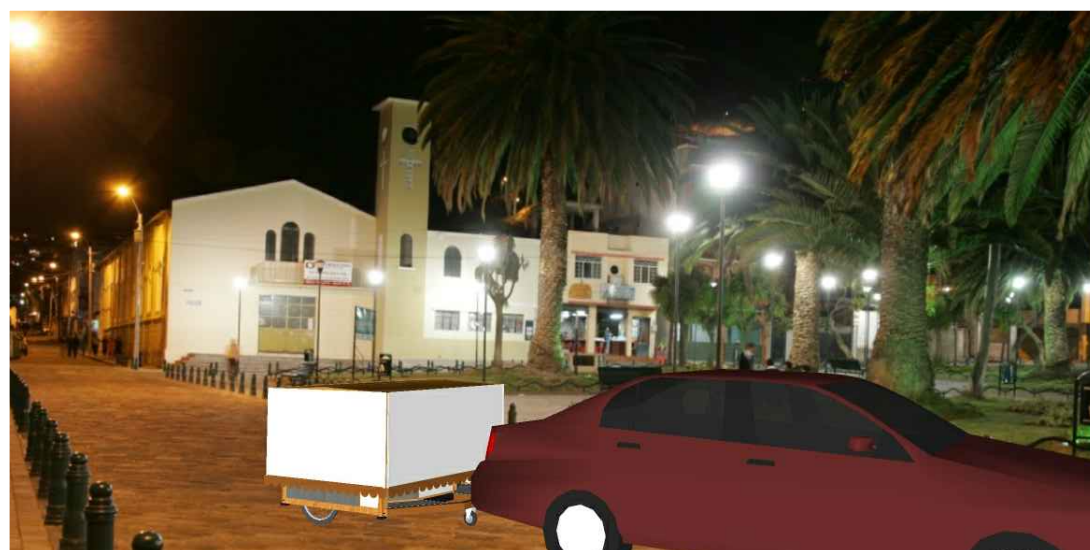
De esta manera se resguardará el confort tanto de los expendedores como de los clientes dentro del módulo de venta.

Al implementar un módulo transportable en el sector de Atocha para la venta de Colada Morada, nos aseguramos de resguardar y organizar los espacios públicos de una mejor manera y de esta forma optimizar la imagen visual que se desea transmitir.

Al conseguir que el módulo sea desarmable y transportable permitirá un espacio amplio y reutilizable para fines socioculturales y de recreación.



MÓDULO TRANSPORTADO MEDIANTE BICICLETA

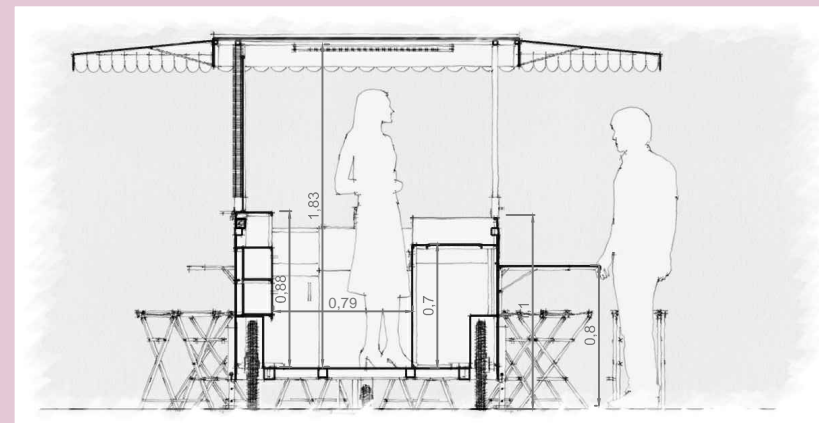


MÓDULO TRANSPORTADO MEDIANTE AUTO

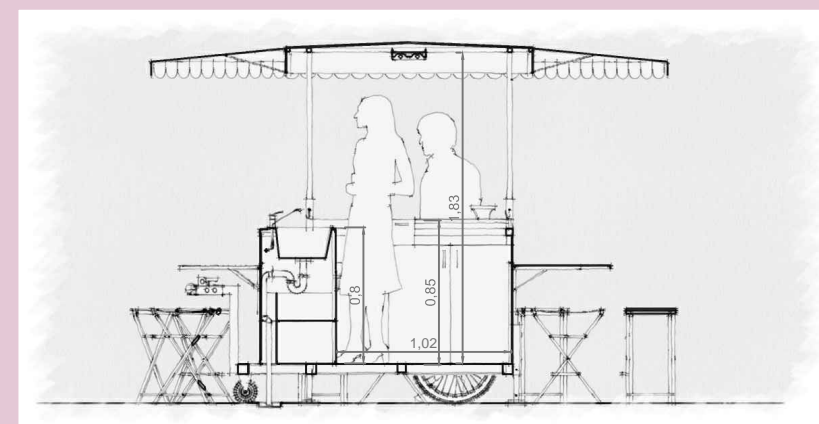


MÓDULOS INSTALADOS EN EL PARQUE

## ASPECTOS ERGONÓMICOS



El espacio interno permitirá que eventualmente se encuentren dos personas dentro, poseerá un mesón de 0,85m de altura para poder realizar amasados en caso de ser necesario, a continuación de este la cocina sera colocada a una altura de 0,70m desde el piso del módulo, ya que las ollas son altas, esto evitará accidentes y sera confortable el servir el producto.



En cuanto al mesón móvil la altura de este es de 0,80m, a esta altura lavar los implementos de cocina que se utilicen no implicará problemas. De igual manera permitirá que se introduzca en el mesón frontal al momento del pliegue.

La altura de los mesones con relación al piso es de 1,1m la cual dará acceso al expendedor con los clientes ya sea que estos se encuentren de pie como sentados.

## **CAPÍTULO V**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **5.1. Conclusiones.**

- El diseño actual de los puestos de expendio de comida tradicional posee aspectos físicos poco adecuados, de acuerdo con 61% de los clientes, para poder brindar un servicio completo y satisfactorio, al poseer espacios improvisados al igual que el mobiliario. Por otro lado los espacios de preparación y mantención de los productos, según el 25% de los proveedores, no cumplen con los requerimientos de limpieza, mientras que otras áreas están ausentes como el área de lavado, como menciona el 60% de los mismos, por lo que el usuario prefiere utilizar envases desechables o lavar los utensilios con agua que se mantiene en contenedores. Por lo tanto las áreas son deficientes e inseguras tanto para los consumidores como para los usuarios.
  
- El bienestar de los actores sociales no es el mejor dentro del puesto de expendio de comida tradicional en el sector de Atocha, continuamente se ven afectados por los agentes climáticos como son el viento, el sol y en especial por los gases vehiculares para la gran mayoría que corresponde al 52% de los visitantes, de igual manera por el mobiliario que como ya se menciona es improvisado y deficiente. En cuanto al 60% de los proveedores de los puestos sufren de constantes dolores musculares y articulares a causa de las actividades que realizan dentro del puesto como también al momento de montar y trasladarlo, además de haber sufrido alguna vez accidentes domésticos. Por lo tanto, por los puntos expuestos el nivel de bienestar de los actores sociales es bajo.

- El sistema actual de montado y desmontado de los puestos de expendio de comida tradicional, para el 40% de proveedores, no contribuyen a mejorar el bienestar de los actores sociales, más bien generan incomodidad en los mismos y muchas de las veces a más del 10% de los mismos han llegado a sufrir lesiones. Estos de igual manera no han sido pensados en la edad de la mayoría de integrantes de la asociación por lo que se les dificulta realizar muchas de las actividades que se requiere, debido a estos el 45% de los ellos han tenido que solicitar ayuda obligatoria de una segunda persona.

## **5.2. Recomendaciones.**

- Cada espacio es indispensable dentro de los puestos de expendio de comida tradicional por lo tanto estos se deben analizar concienzudamente uno a uno e identificar las deficiencias que poseen. De igual manera el aspecto físico del entorno está determinado por los puestos y por otros factores que se deben analizar y tomar en consideración conscientemente del aumento poblacional y de la demanda a satisfacer.
- Los Puestos de expendio de comida tradicional son deficientes en cuanto a los espacios y áreas se trata, así como también por la desconfianza que genera en los clientes. Debido a estos aspectos se debe promover a las personas que es mejor una buena planificación antes de poner en marcha un proyecto, así se contribuirá a que la existencia de espacios improvisados sea menor, y el bienestar de los implicados no se vea afectado.
- Los accidentes laborales actuales se pueden prevenir mediante manuales ergonómicos cuando se refiere a espacios mínimos como lo son los puestos de venta, al no existir normativas municipales. Pero por lo tanto consientes que el comercio ambulante no desaparecerá, y a la necesidad de crear un módulo de venta que cumpla con ciertas especificaciones, este se debe regir a estándares internacionales, no solo en aspectos de organizacionales sino también de construcción.

- Para contribuir al bienestar social las autoridades deben promover la creación de espacios socioculturales en espacial en sectores más reconocidos históricamente, el sector de Atocha ha sido descuidado por lo tanto no se promueve un ambiente sociocultural que permita la distracción y recreación de los peatones, y el ambiente familiar, el fin común con la implementación del diseño innovador para los puestos de expendio debe ser el de generar espacios acogedores y reconocidos por los turistas y por los mismos moradores.
- El sistema de montaje de los puestos de expendio de comida tradicional debe ser pensado en la mayoría de los usuarios conscientes de que son de la tercera edad, sus movimientos son reducidos y poseen limitaciones, los espacios deben ser los necesarios y prácticos, así como también cumplir con normativas de higiene y seguridad alimentaria, sin omitir la estética y la practicidad.
- Para los puestos de expendio de comida tradicional del sector de Atocha, debido al espacio que se ha destinado para los mismos, se debe realizar un sistema que permita el fácil armado y desarmado del módulo, y después de finalizada la jornada laboral sea retirado; esto permitirá contar con un área libre cuando no se esté vendiendo el producto, que permita promover la sociabilidad y la cultura de la ciudad y sus tradiciones.

## **CAPÍTULO VI**

### **PARA LA EJECUCIÓN Y/O CONSTRUCCIÓN**

#### **6.1. Condiciones económicas y sociales**

##### **6.1.1. Presupuesto**

Los módulos de expendio de colada morada que se instalará en el parque de Atocha serán un total de 21 ya que es el número de asociados que laboran en el sector, como se mencionó anteriormente cada módulo está valorizado por un precio de 3550,00\$ dólares, por lo tanto el precio de todos los módulos es de 74550,00\$ dólares. Los expendedores de colada morada, pan y empanadas de viento del sector de Atocha expenden su producto especialmente los días viernes sábado y domingo y eventualmente algunos días entre semana, de esta manera se estima que mensualmente cada asociado tiene un ingreso económico aproximado de 960,00\$ dólares, lo cual justifica la ejecución de los módulos ya que son necesarios tanto para los expendedores como para el sector.

##### **6.1.2. Financiamiento**

El financiamiento del presente proyecto será realizado por la Municipalidad de Ambato ya que tiene propuesto un presupuesto aproximado de 80,000\$ dólares, aparte de esto se buscara mejorar el diseño del parque de Atocha para generar una armonía entre este y los módulos de expendio de comida tradicional. De igual manera los expendedores deberán aportar con el 35% del valor de cada módulo y el mantenimiento de los mismos. Por otro lado los servicios básicos de agua y luz serán instalados con medidores generales, los cuales deberán cancelar la asociación en donde se aportará mensualmente una cuota básica por módulo y de igual manera ayudar al mantenimiento de las mismas.

### **6.1.3. Impacto social**

El presente proyecto será realizado con la participación directa de la Municipalidad de Ambato, quienes mediante el aporte investigativo y creativo de la investigadora, y de la institución a la que pertenece, siendo esta la Universidad técnica de Ambato en especial la Facultad de Diseño Arquitectura y Artes, ha podido dar una solución al problema actual que se tiene en el sector de Atocha y dar una nueva imagen visual a sus alrededores, para de esta manera fomentar el turismo de la ciudad. El presente proyecto se ha podido realizar gracias a las normativas que se encuentran en las Ordenanza sustitutiva que regula el funcionamiento de plazas, ferias populares, mercados y/o centro comerciales populares minoristas del cantón Ambato.

Al fomentar el cambio comercial de la venta de colada morada en el sector de Atocha se aporta a mejorar el aspecto físico y turístico del mismo generando un entorno saludable, armónico y organizado para los moradores y de igual manera para los comerciantes y puntos turísticos de la zona. Mediante esta intervención la visita a este lugar será agradable y segura, en donde los turistas y ambateños se sentirán atraídos a acudir con más frecuencia a las opciones de entretenimiento familiar que ofrece este sector, considerando que posee una riqueza histórica de Ambato, ya que como se mencionó anteriormente es el más antiguo de la ciudad por lo tanto posee un potencial turístico que debe aprovecharse.

Mediante el Plan Nacional del Buen Vivir se busca promover espacios públicos y culturales de encuentro común como es el caso del sector de Atocha que posee un fuerte componente cultural, además menciona que “de los bienes arqueológicos y monumentales y de las tradiciones intangibles, como la música y la cocina tradicional, la identidad nacional se nutre de nociones contemporáneas de patrimonio.”(p.182). Por esta razón al fomentar espacios de encuentro sociocultural y dándoles el trato que se merecen al ser considerados patrimoniales, las áreas sociales y económicas se verán beneficiadas y de igual forma se mejora el ornato de la parroquia Atocha Ficoa.



## CAPÍTULO VII

### 7.1. Bibliografía

Arámbulo, P., Almeida C., Cuellar, J., y Belotto, A. (1995). *La venta de alimentos en la vía pública en Latinoamérica*. Bogotá Colombia.

Asensio-Cuesta, S., Bastante, M., y Diego-Mas, J. (2012). *Evaluación Ergonómica de puestos de trabajo*. Madrid, España. Editorial Paraninfo.

Blanco, A., Díaz, D., (2005). El Bienestar social: su concepto y medición. *Psicothema*, 17(4), 582-589 páginas.

Bravo, T. (25 de Noviembre 2013). *Mobiliario urbano versátil, oportunidad para una ciudad inclusiva*. Urbanismo Emergente. New York/ Santiago. Recuperado 22/10/14. [www.urbanismoemergentepuc.wordpress.com](http://www.urbanismoemergentepuc.wordpress.com).

Broto, E. (2010). *Microarquitectura: Creatividad y Diseño*. Barcelona, España. Editorial Links.

Bustos, C. (7 de Abril 2013). ¿Qué es el Sumak Kawsay?. *Diario El Telegrafo*. Recuperado de <http://www.telegrafo.com.ec/>.

Camacho, J. (2010). *Diseño y construcción de un puesto ambulante para la venta de comida rápida cumpliendo parámetros ergonómicos y normas de higiene vigente* (tesis de pregrado). Universidad Católica del Ecuador, Ambato, Ecuador.

CALLEJAS, F. (2002). *Reforma a la ordenanza que regula las Operaciones de limpieza y aseo del cantón Ambato*.

CALLEJAS, F. (2009). *Plan de ordenamiento territorial Ambato 2020. Reforma y codificación de la ordenanza general del plan de ordenamiento territorial de Ambato*.

- CALLEJAS, F. (2012). *Ordenanza sustitutiva que regula el funcionamiento de plazas, ferias populares, mercados y/o centro comerciales populares minoristas del cantón Ambato*.
- Coroto, G. (26 de Mayo del 2011). Clasificación de vendedores ambulantes [Mensaje en un blog]. Recuperado de <http://grupodedisenocoroto.blogspot.com//2011/05/clasificacion-de-vendedores-ambulantes.html>
- Ching, F. (2002). *Arquitectura, forma, espacio y orden*. Barcelona, España. Editorial Gustavo Gili S.A.
- Ching, F. (2010). *Guía de Construcción Ilustrada*. México D.C., México. Editorial Limusa.
- Coles, J., y House, N. (2008). *Fundamentos de Arquitectura de Interiores*. Barcelona, España. Editorial Promopress.
- Cruz, J., y GARNICA, A. (2003). *Principios de Ergonomía*. Bogotá, Colombia. Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano.
- Donoso, A. (Diciembre 2011). “La colada morada: una tradición viva”. *Revista del Patrimonio Cultural Inmaterial*. Número 3, p. 16.
- Estrada, J., (2011). *Ergonomía, Salud Pública*. Antioquia, Colombia. Universidad de Antioquia.
- García, L. (2012). *Puesto de trabajo para la venta de arepas de maíz en espacios públicos de la ciudad de Pereira* (tesis de pregrado). Universidad Católica de Pereira, Pereira, Colombia.
- Gil, F. (2012). *Tratado de medicina del trabajo*. Barcelona, España. Segunda edición. Editorial Elsevier Masson.
- Guerra, D. (2013). *La gastronomía tradicional y su incidencia en el Desarrollo turístico de la parroquia Atocha-Ficoa* (tesis de pregrado). Universidad Técnica de Ambato, Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación, Ambato, Ecuador.
- Guerrero, H. (10 de Mayo del 2014). Factores del desarrollo sociocultural del Ecuador. *Revista FEN opina*, 55. Recuperado: [www.fcsh.espl.edu](http://www.fcsh.espl.edu).



- López, C., (03 Julio 2013). *La arquitectura efímera y sus significaciones*. Suite 101. Recuperado: 20/12/14 [www.suite101.net](http://www.suite101.net).
- Maradei, M., y Espinel, F., (2009). *Ergonomía para el diseño*. Bucaramanga, Colombia. Universidad Industrial de Santandé.
- Matamoros, M., (2013). El diseño de interiores en la formación del arquitecto. Experiencias en el plan de estudio D. *Arquitectura y Urbanismos*, 34(1), 119-127 páginas.
- Medina, P. (1997). *Equipos e instalaciones de bajo costo para la comercialización minorista de pescado*. Organización de las Naciones Unidas para la alimentación y la agricultura. Chile/ Santiago. Recuperado 12/11/14 [www.fao.org](http://www.fao.org).
- Meneses, L. (19 de Febrero 2013). Alcaldía inició proyecto de 'legalización' de informales. *Crónicas del Quindío*. Recuperado de <http://www.cronicadelquindio.com/>
- Mondelo, P., (2000). *Ergonomía Fundamentos*. Barcelona, España. 3ra Edición. Editorial Alfaomega.
- Mondelo, P., (2001). *Diseño de puesto del trabajo*. México, 2da Edición. Editorial Alfaomega.
- Montmollin, M., (1971). *Introducción a la Ergonomía: Los sistemas hombres-máquinas*. Madrid, España. Editorial Aguilar.
- N.N. (25 de Diciembre 2012). Cabildo repele la venta informal de comidas. *El diario Manabita de libre pensamiento*. Recuperado de <http://www.eldiario.ec/>.
- N.N. (05 de Junio 2014). Decenas de vendedores ambulantes tendrán sus propios quioscos metálicos. *Radio Santa Fe, Bogotá*. Recuperado de <http://www.radiosantafe.com/>
- N.N. (26 de Mayo 2015). Listos diseños del nuevo centro comercial para ambulantes en Palmira. *Diario el Tiempo*. Recuperado de <http://www.eltiempo.com/>
- N.N. (04 Agosto del 2013). El turismo gastronómico, una opción ambateña. *Diario el Telegrafo*. Recuperado de <http://www.telegrafo.com.ec>

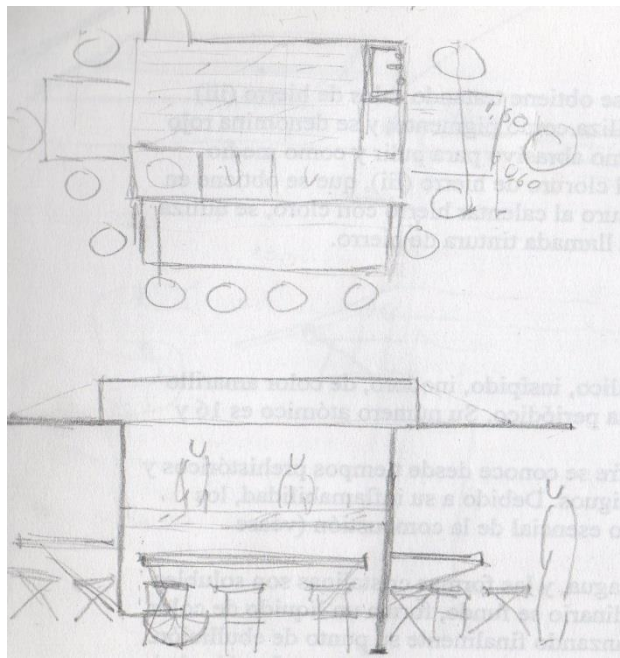
- N, N., (2013). *Manual de carros de comida ambulantes*. Oregón, Estados Unidos. Departamento de salud ambiental del condado de Oregón.
- Logroño, M. (2012). *NTE INEN 2458: Turismo, Seguridad alimentaria para personal operativo. Requisitos de competencia*. Quito, Ecuador.
- Logroño, M. (2012). *CPE INEN 001: Código de práctica para manipulación de alimentos. Requisitos de competencia*. Quito, Ecuador.
- Panero, J., Zelnik, M., (1996). *Las Dimensiones Humanas en Espacios Antropométricos*. Barcelona, España. Editorial G. Gili S.A. México.
- Plazola, A., (2001). *Enciclopedia de Arquitectura*. Vol. 7 y 9. México. Editorial Plazola y Noriega.
- Rincón, O., (2008). *Ergonomía y procesos de diseño: consideraciones metodológicas para el desarrollo de sistemas y productos*. Bogotá, Colombia. Pontificia Universidad Javeriana.
- Rodríguez, G. (1997). *Manual de diseño industrial*. Naucalpan, México. Editorial G. Gili. Tercera Edición.
- Rodríguez, C. (06 de Diciembre 2011). Ambato ciudad jardín del Ecuador. [Mensaje en un blog]. Recuperado de: <http://gastronomiaenambato.blogspot.com/>
- Rueda, M., y Zambrano, M., (2013). *Manual de ergonomía y seguridad*. Bogotá, Colombia. Editorial Alfaomega.
- Serrats, M. (2012). *La Biblia del diseño interior*. Barcelona, España. Editorial Lexus.
- Ulloa, C., (01 Septiembre 2003). *Reubicación de los vendedores ambulantes en Quito*. All Arte Ecuador. Quito, Ecuador. Recuperado 20/08/2014 [www.all-artecuador.com](http://www.all-artecuador.com).
- Vargas, M., Gallego, I., (2005). Calidad ambiental interior: Bienestar, Confort y Salud. *Rev Esp Salud Pública*, 79(2), 243-251 páginas.
- Wong, W., (1995). *Fundamentos del Diseño*. Naucalpan, México. Editorial Gustavo Gili S.A.

Erdman, A., (1998). *Diseño de mecanismos: análisis y síntesis*. México. 3ra Edición. Editorial Prentice Hall Hispanoamericana.

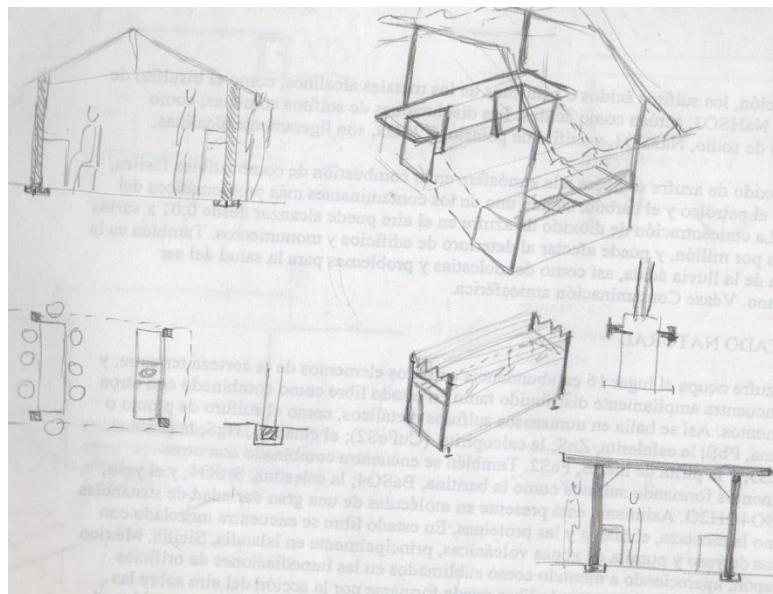
Norton, R., (2005). *Diseño de maquinaria: síntesis y análisis de máquinas y mecanismos*. México. 3ra Edición. McGraw Hill

## 7.2. Bocetos

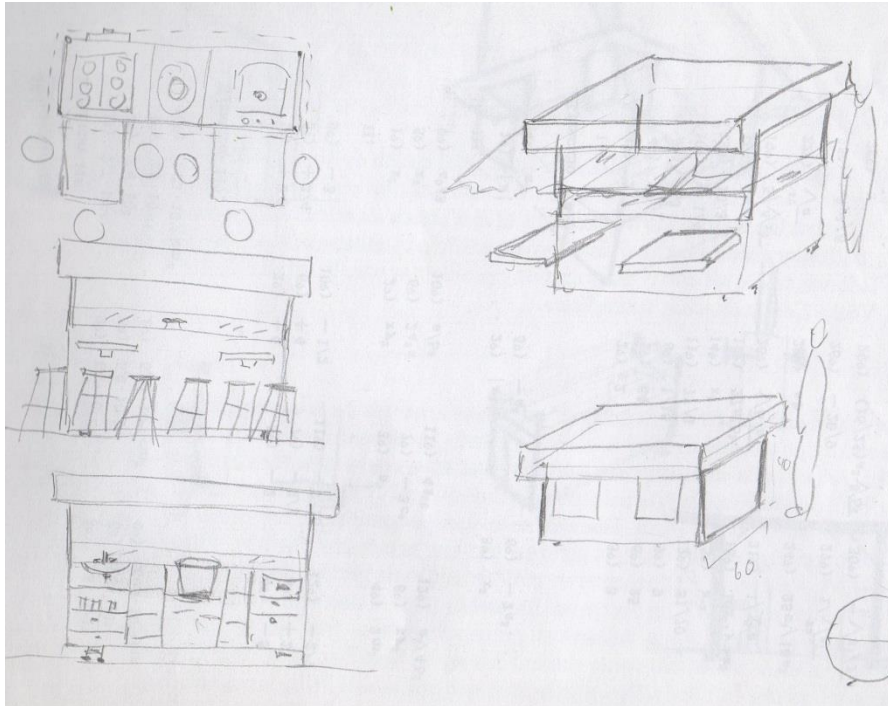
### Propuesta 1



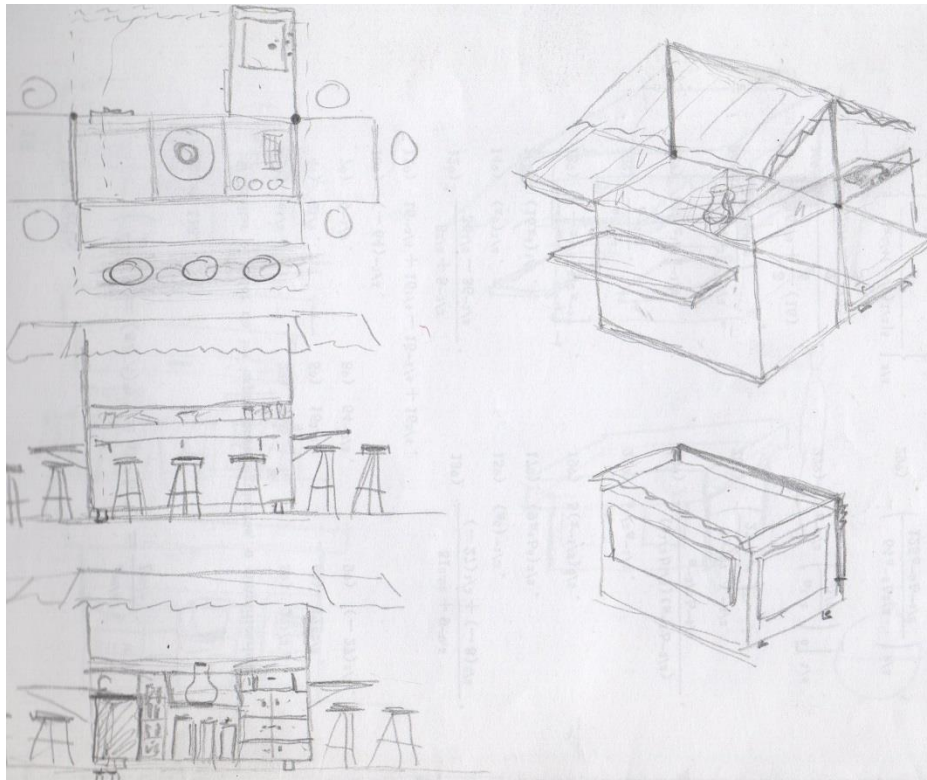
### Propuesta 2



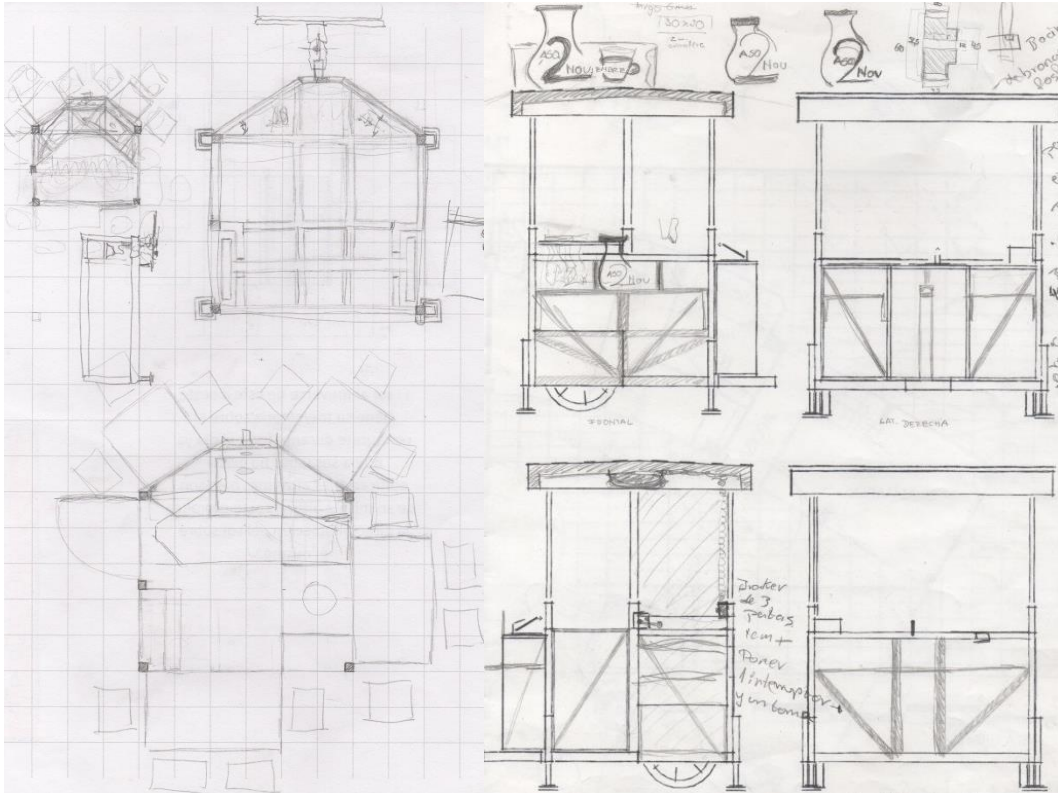
### Propuesta 3



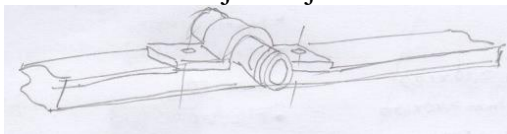
### Propuesta 4



## Propuesta definitiva



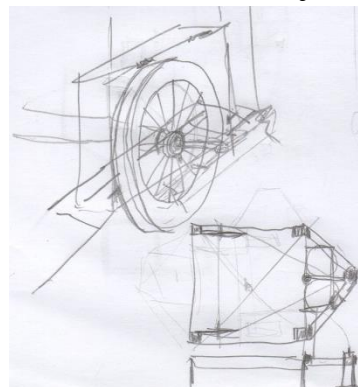
## Detalles de anclaje de eje



## Detalles de sistema piñón cremallera



## Detalle de eje de rueda



### 7.3. Entrevistas, encuestas



#### ENTREVISTA

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO  
FACULTAD DE DISEÑO ARQUITECTURA Y ARTES  
CARRERA DE ESPACIOS ARQUITECTONICOS

Título del proyecto: Diseño de los puestos de expendio de comida tradicional de Atocha y su impacto en el bienestar de los actores sociales.

Nombre del entrevistado:.....

#### Cuestionamiento

1.- ¿Qué problema considera usted que sea el principal causante de los inconvenientes en el sector de Atocha en donde se expende la tradicional Colada Morada?

2.- ¿Cómo influyen los aspectos físicos y sociales del entorno en los visitantes?

3.- ¿Qué mensaje visual transmite actualmente el sector, en especial los puestos de venta, y que mensaje debería transmitir?

4.- ¿Cómo cree se podría dar una solución a esta situación?

5.- ¿Cuál debe ser el diseño idóneo de los módulos destinados a la venta de colada morada?,  
¿Debería tener una forma característica?

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS INTEGRANTES DE LA ASO. 2 DE NOVIEMBRE



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO  
FACULTAD DE DISEÑO ARQUITECTURA Y ARTES  
CARRERA DE ESPACIOS ARQUITECTONICOS

Título del proyecto: Diseño de los puestos de expendio de comida tradicional de Atocha y su impacto en el bienestar de los actores sociales.

Objetivo: Analizar de qué manera impacta el diseño de los puestos de expendio de comida tradicional de Atocha en el bienestar de los actores sociales.

Instrucciones: Por favor lea detenidamente y marque con una X.

CUESTIONARIO

1.- ¿Qué área considera prioritaria?

- |                      |     |                        |     |
|----------------------|-----|------------------------|-----|
| Recepción de pedidos | ( ) | Cocina                 | ( ) |
| Comedor              | ( ) | Recepción de productos | ( ) |
| Limpieza             | ( ) | Preparación            | ( ) |

2.- ¿Ha tenido dificultades para armar su módulo de preparación de comida?

- Siempre ( )  
Frecuentemente ( )  
A veces ( )                      Qué aspecto es el que se le dificulta.....  
Casi Nunca ( )                      .....  
Nunca ( )

3.- ¿Qué aspecto de limpieza es más importante para usted?

- Área para los implementos de limpieza ( )  
Material de fácil de limpieza ( )

4.- ¿El puesto de trabajo se adapta a todas las actividades que realiza dentro del mismo?

- Siempre ( )  
Frecuentemente ( )  
A veces ( )  
Casi Nunca ( )  
Nunca ( )

5.- ¿Qué actividad le dificulta realizar dentro del puesto de venta?

- |                  |     |                          |     |
|------------------|-----|--------------------------|-----|
| Preparar         | ( ) | Organizar elementos      | ( ) |
| Servir           | ( ) | Almacenaje de productos  | ( ) |
| Lavar utensilios | ( ) | Almacenaje de utensilios | ( ) |

6.- ¿Cuenta con la ayuda de más personas dentro del puesto de venta?

- Siempre ( )  
Frecuentemente ( )  
A veces ( )                      Con cuantas máximo  
Casi Nunca ( )                      .....  
Nunca ( )



- 7.- ¿Cuál de los dos aspectos que se menciona a continuación apreciaría más?
- |   |     |                                      |     |
|---|-----|--------------------------------------|-----|
| Instalaciones de agua potable y servida | ( ) | Aseo de las calles                   | ( ) |
| Energía eléctrica                       | ( ) | Pintura de los espacios a utilizarse | ( ) |
| Aseo de las calles                      | ( ) |                                      |     |
- 8.- ¿Qué aspecto cree usted se deba dar prioridad dentro del módulo?
- |          |     |         |     |
|----------|-----|---------|-----|
| Lumínico | ( ) | Térmico | ( ) |
| Acústico | ( ) | Visual  | ( ) |
- 9.- ¿Su salud se ha visto afectada con más frecuencia, por cuál de los factores que se menciona a continuación?
- |                                  |     |
|----------------------------------|-----|
| Quemaduras                       | ( ) |
| Dolores articulares y musculares | ( ) |
| Enfermedades respiratorias       | ( ) |
| Accidentes domésticos            | ( ) |
- 10.- ¿Al final de la jornada laboral que tipo de fatiga siente usted?
- |          |     |
|----------|-----|
| Física   | ( ) |
| Psíquica | ( ) |
| Mental   | ( ) |
- 11.- ¿Los puestos de venta de Colada Morada de Atocha transmiten un mensaje visual agradable?
- |                |     |                                      |
|----------------|-----|--------------------------------------|
| Siempre        | ( ) |                                      |
| Frecuentemente | ( ) |                                      |
| A veces        | ( ) | Que mensaje cree que debe transmitir |
| Casi Nunca     | ( ) | .....                                |
| Nunca          | ( ) |                                      |

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN



## ENCUESTA DIRIGIDA A LOS CLIENTES DE LA ASO. 2 DE NOVIEMBRE



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO  
FACULTAD DE DISEÑO ARQUITECTURA Y ARTES  
CARRERA DE ESPACIOS ARQUITECTONICOS

Título del proyecto: Diseño de los puestos de expendio de comida tradicional de Atocha y su impacto en el bienestar de los actores sociales.

Objetivo: Analizar de qué manera impacta el diseño de los puestos de expendio de comida tradicional de Atocha en el bienestar de los actores sociales.

Instrucciones: Por favor lea detenidamente y marque con una X.

### CUESTIONARIO

- 1.- ¿Cree usted que el producto es de mejor calidad por la imagen que transmiten los puestos de colada morada?
- |                |     |                                      |
|----------------|-----|--------------------------------------|
| Siempre        | ( ) |                                      |
| Frecuentemente | ( ) |                                      |
| A veces        | ( ) | Que mensaje cree que debe transmitir |
| Casi Nunca     | ( ) | .....                                |
| Nunca          | ( ) |                                      |
- 2.- ¿Considera usted que la creación de módulos trasportables para la venta de colada morada mejorara la apariencia del sector?
- |                          |     |
|--------------------------|-----|
| Totalmente en desacuerdo | ( ) |
| En desacuerdo            | ( ) |
| Indiferente              | ( ) |
| De Acuerdo               | ( ) |
| Totalmente de acuerdo    | ( ) |
- 3.- ¿Considera que los actuales puestos de venta brindan un ambiente adecuado para satisfacer las necesidades de los turistas?
- |                          |     |
|--------------------------|-----|
| Totalmente en desacuerdo | ( ) |
| En desacuerdo            | ( ) |
| Indiferente              | ( ) |
| De Acuerdo               | ( ) |
| Totalmente de acuerdo    | ( ) |
- 4.- ¿Cree que el entorno sociocultural es fomentado por el ambiente donde se instalan los puestos de venta de colada morada?
- |                          |     |
|--------------------------|-----|
| Totalmente en desacuerdo | ( ) |
| En desacuerdo            | ( ) |
| Indiferente              | ( ) |
| De Acuerdo               | ( ) |
| Totalmente de acuerdo    | ( ) |
- 5.- ¿Qué factores ambientales generan más incomodidad al momento de servirse el producto?
- |                   |     |
|-------------------|-----|
| Viento            | ( ) |
| Luz solar         | ( ) |
| Gases vehiculares | ( ) |
- 6.- De los elementos y aspectos señalados a continuación escoja el que más le incomode.
- |        |     |                   |     |
|--------|-----|-------------------|-----|
| Sillas | ( ) | Tráfico vehicular | ( ) |
| Mesas  | ( ) | Tráfico peatonal  | ( ) |

Envase donde se mantiene la colada morada ( )

7.- ¿La tradición y el ambiente familiar deberían mantenerse para que la gente se sienta bien en el sector?

Totalmente en desacuerdo ( )

En desacuerdo ( )

Indiferente ( )

De Acuerdo ( )

Totalmente de acuerdo ( )

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

## ANEXOS

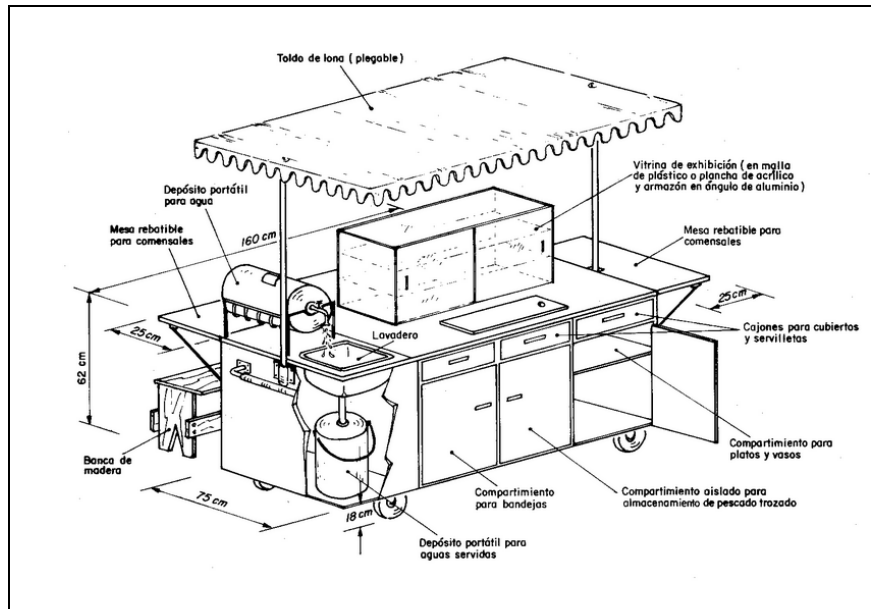
### A. Gráficos e imágenes de apoyo.

#### 1.- Venta de puesto de venta de Hornado.



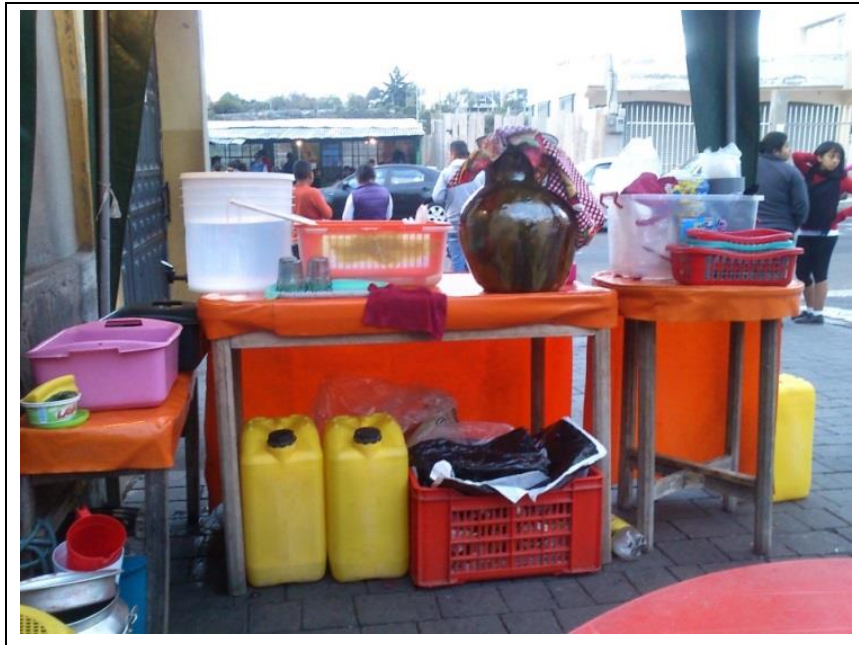
[Fotografía de Iurdana de Prada]. (Plaza de las Gallinas, Riobamba, 2012).  
Archivo fotográfico de "30 días en Ecuador".

#### 2.- Puesto ambulante de venta de Cebiches.



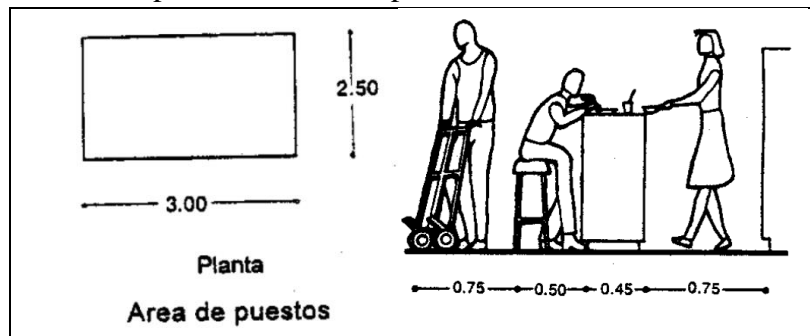
[Imagen "FAO: Organización de las Naciones Unidas para la alimentación y la agricultura"]. (Modelo mejorado tipo muelle para venta callejera de ceviches).  
Archivo "Equipos e instalaciones de bajo costo para la comercialización minorista de pescado".

### 3.- Puesto de venta de Colada Morada



[Fotografía de Estefanía Velásquez]. (Atocha, Ambato, 2014).

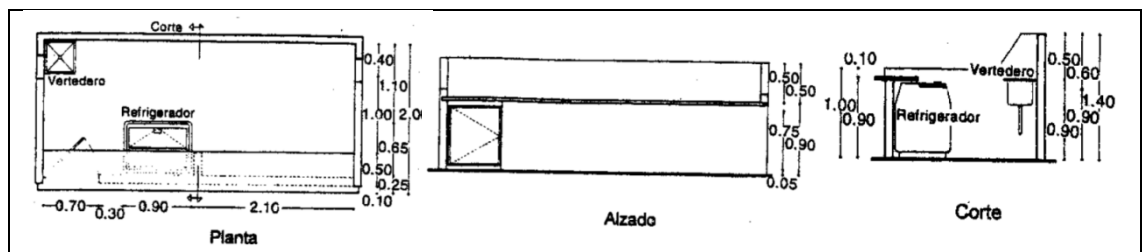
### 4.- Soluciones de puestos de venta tipo



[Imagen de Alfredo Plazola]. Enciclopedia de Arquitectura Volumen 7 p.619 (México D.C., México 2001).

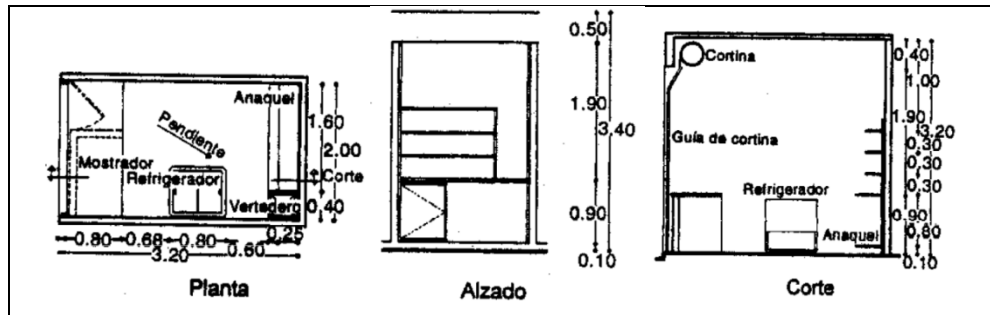
### 5.- Soluciones de puestos de venta de refrescos

#### Solución Isla



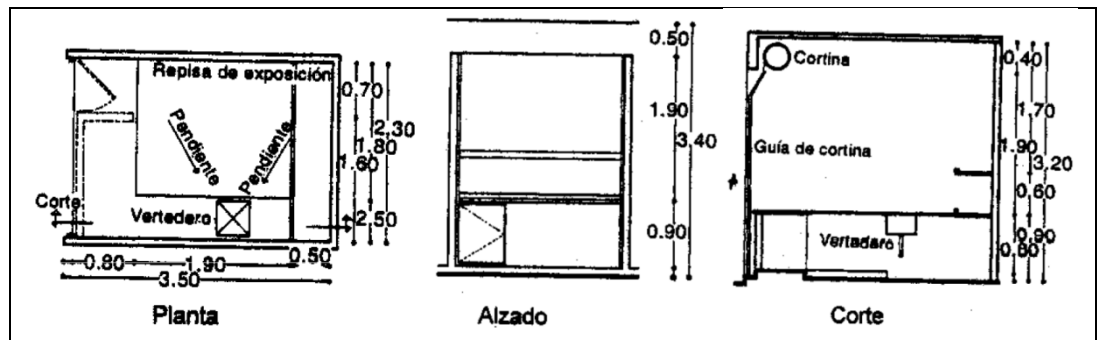
[Imagen de Alfredo Plazola]. Enciclopedia de Arquitectura Volumen 7 p.625 (México D.C., México 2001).

### Solución Modulo 1



[Imagen de Alfredo Plazola]. Enciclopedia de Arquitectura Volumen 7 p.625 (México D.C., México 2001).

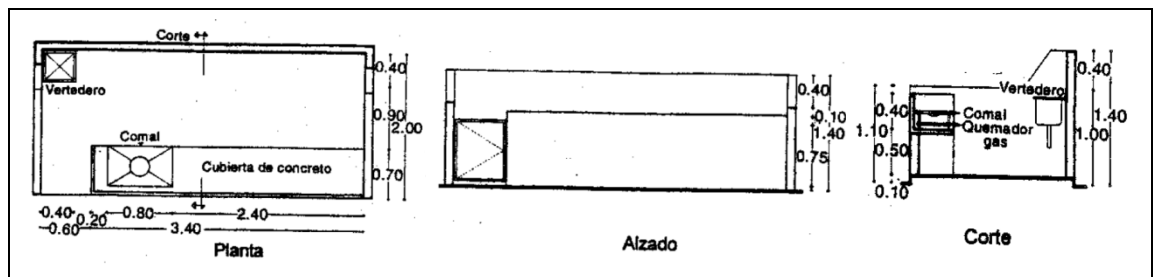
### Solución Modulo 2



[Imagen de Alfredo Plazola]. Enciclopedia de Arquitectura Volumen 7 p.625 (México D.C., México 2001).

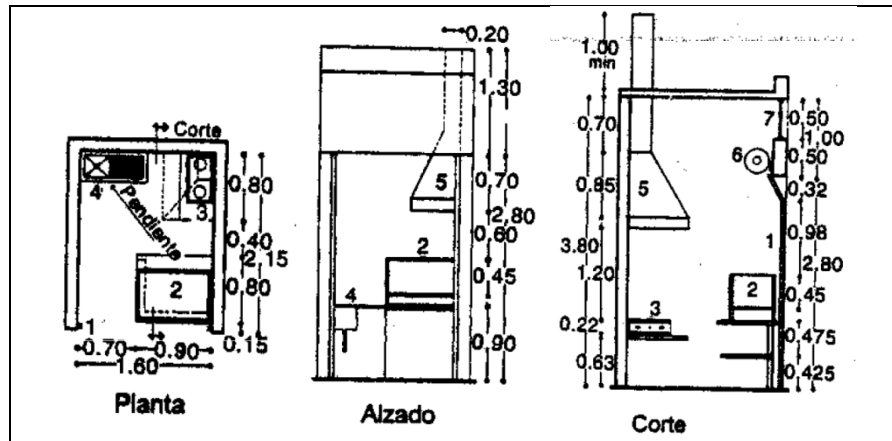
## 6.- Soluciones de puestos de alimento.

### Solución Isla



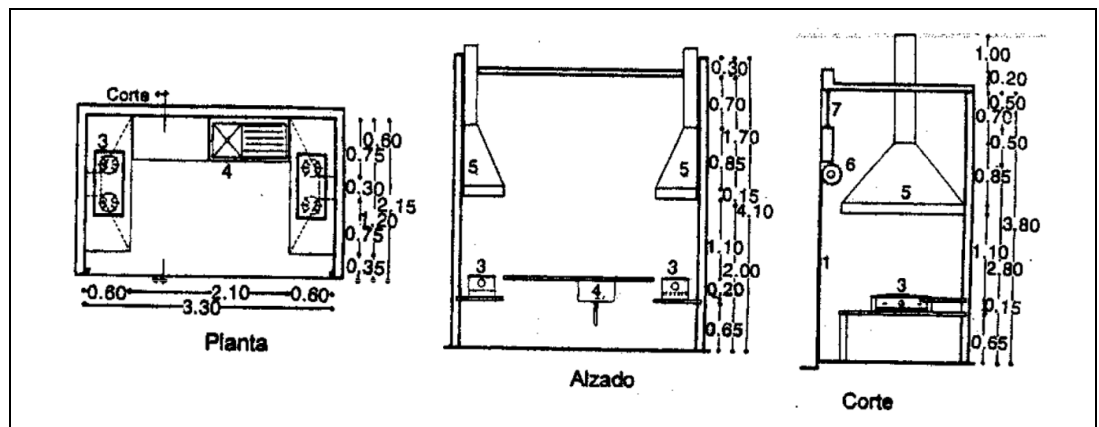
[Imagen de Alfredo Plazola]. Enciclopedia de Arquitectura Volumen 7 p.625 (México D.C., México 2001).

Solución Módulo 1



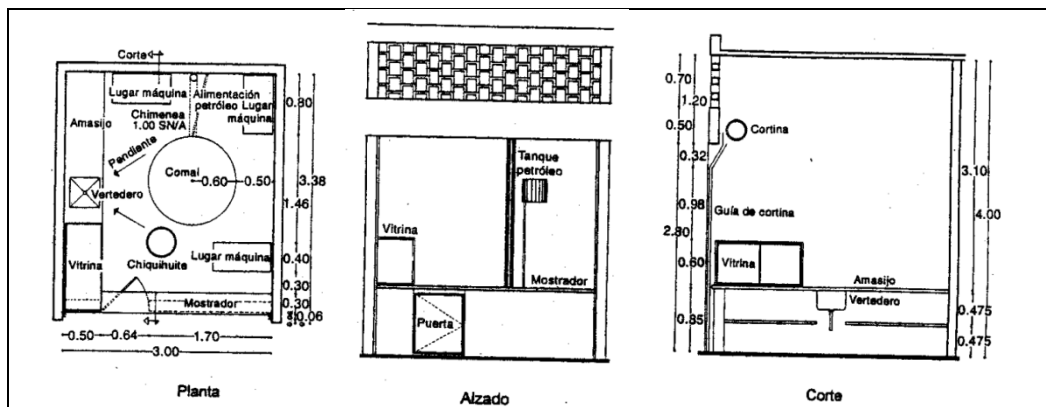
[Imagen de Alfredo Plazola]. Enciclopedia de Arquitectura Volumen 7 p.625 (México D.C., México 2001).

Solución Módulo 2



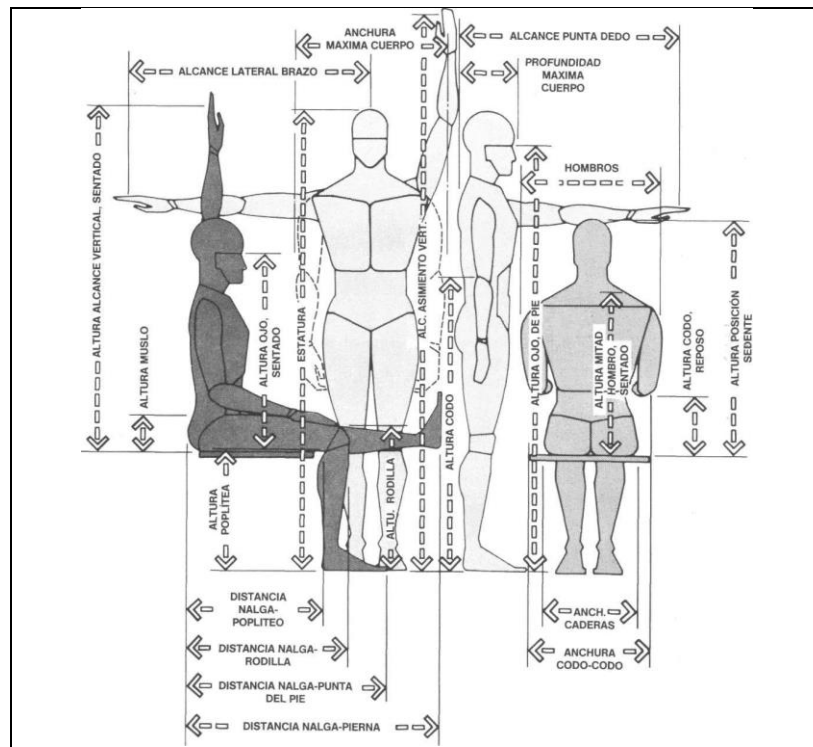
[Imagen de Alfredo Plazola]. Enciclopedia de Arquitectura Volumen 7 p.625 (México D.C., México 2001).

7.- Solución de puesto de Tortillería.



[Imagen de Alfredo Plazola]. Enciclopedia de Arquitectura Volumen 7 p.627 (México D.C., México 2001).

## 8.- Dimensiones humanas de mayor uso para el diseñador de espacios interiores



[Imagen de Panero, J., Zelnik, M]. *Las Dimensiones Humanas en Espacios Antropométricos* p.30 (Barcelona, España 1996).

## 9.- Ilustración del Área de mezclas y Preparación

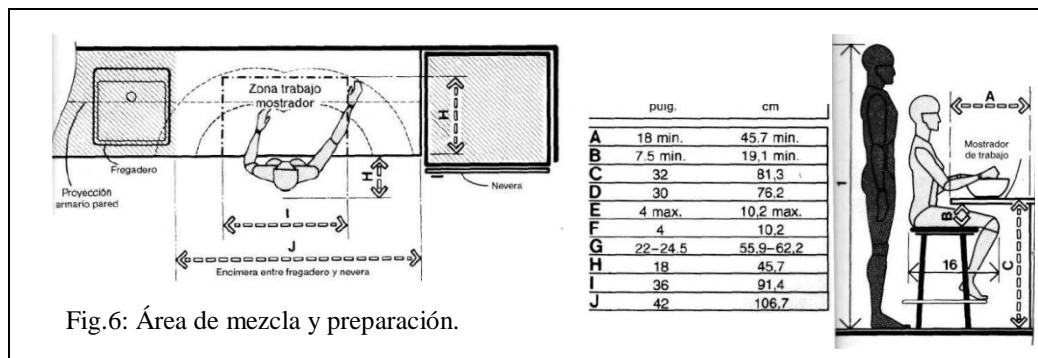
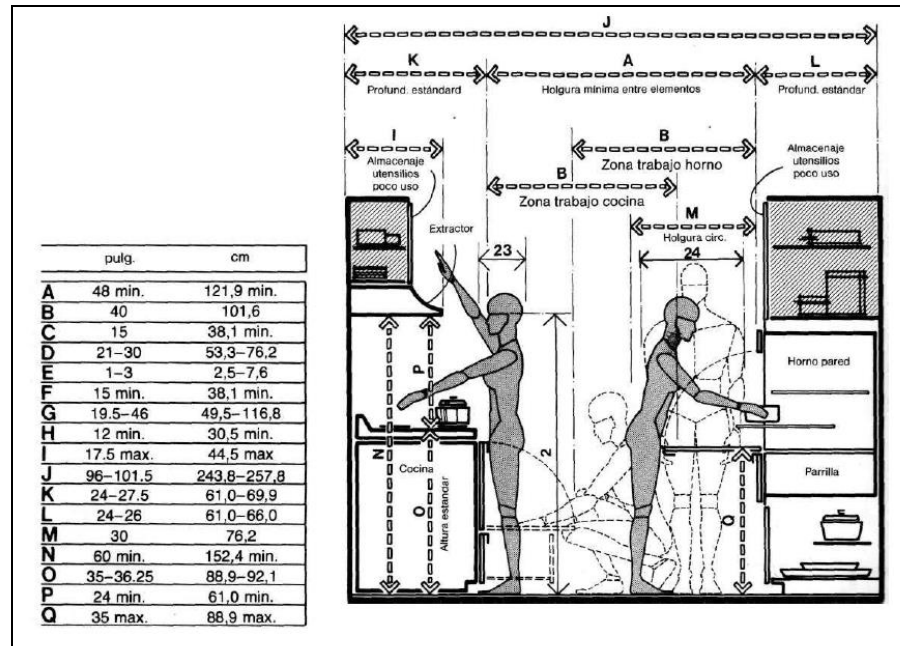


Fig.6: Área de mezcla y preparación.

[Imagen de Panero, J., Zelnik, M]. *Las Dimensiones Humanas en Espacios Antropométricos* p.159 (Barcelona, España 1996).

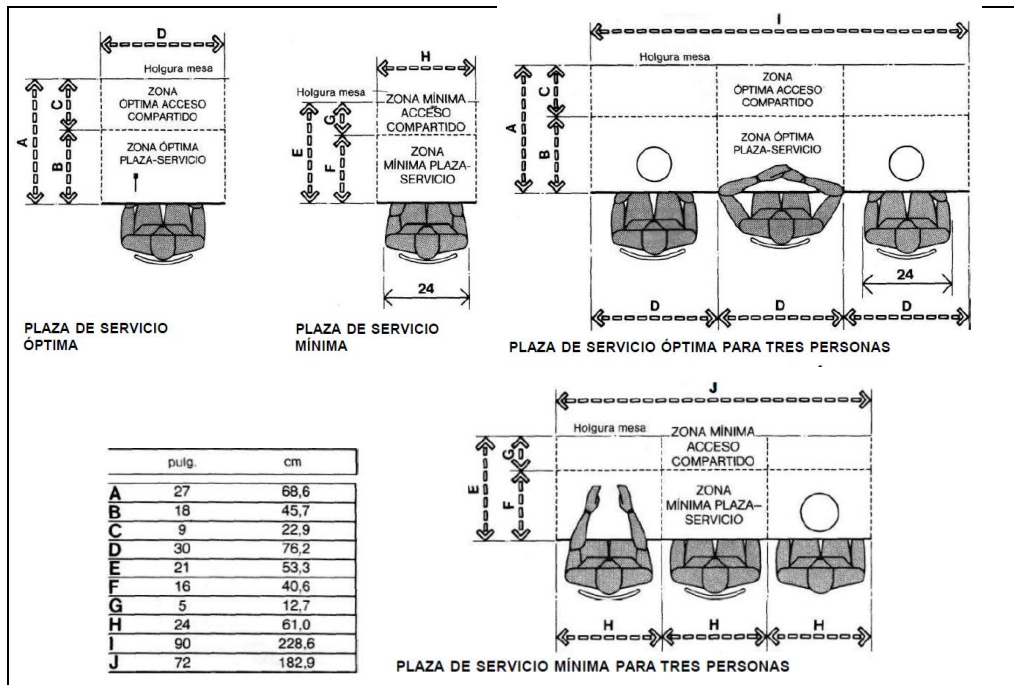


10.- Ilustración de la Holgura dentro de la cocina.



[Imagen de Panero, J., Zelnik, M]. *Las Dimensiones Humanas en Espacios Antropométricos* p.162 (Barcelona, España 1996).

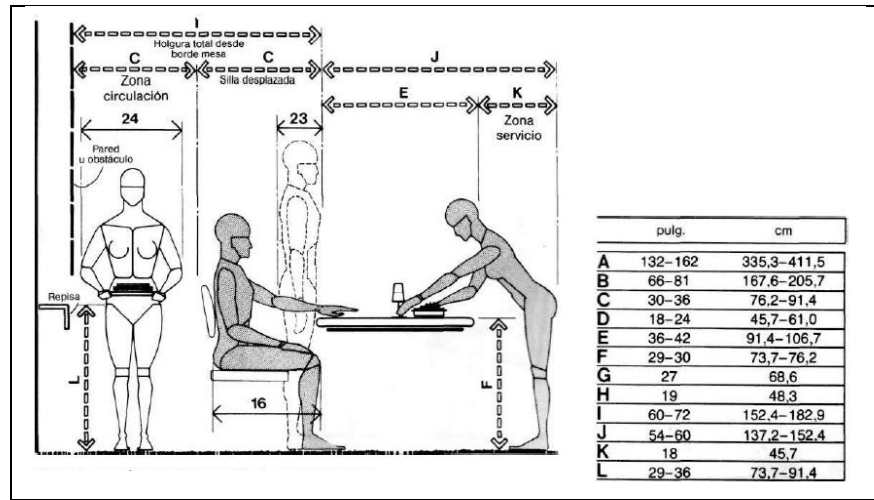
11.- Plaza de servicios para comensales.



[Imagen de Panero, J., Zelnik, M]. *Las Dimensiones Humanas en Espacios Antropométricos* p.140 (Barcelona, España 1996).

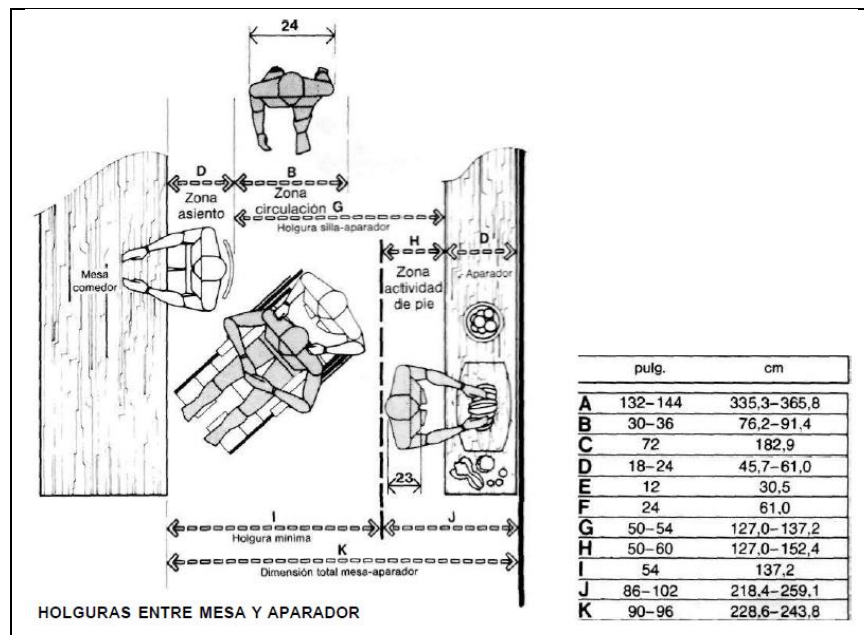


12.- Holgura mínima para una silla desplazada.



[Imagen de Panero, J., Zelnik, M]. *Las Dimensiones Humanas en Espacios Antropométricos* p.146 (Barcelona, España 1996).

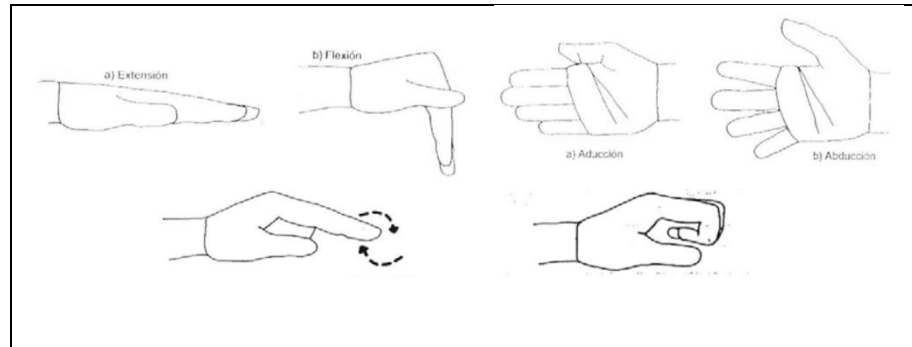
13.- Holgura entre la mesa y el aparador.



[Imagen de Panero, J., Zelnik, M]. *Las Dimensiones Humanas en Espacios Antropométricos* p.145 (Barcelona, España 1996).

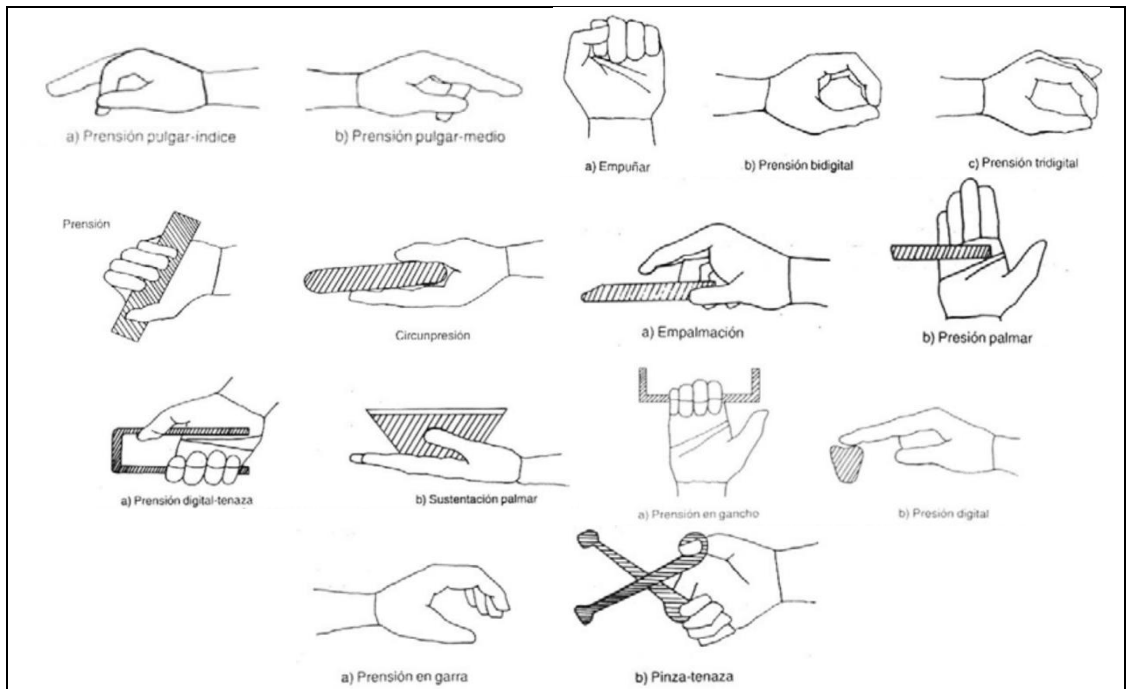
#### 14.- Movimiento de los miembros del cuerpo.

##### Movimiento de los dedos de las manos:



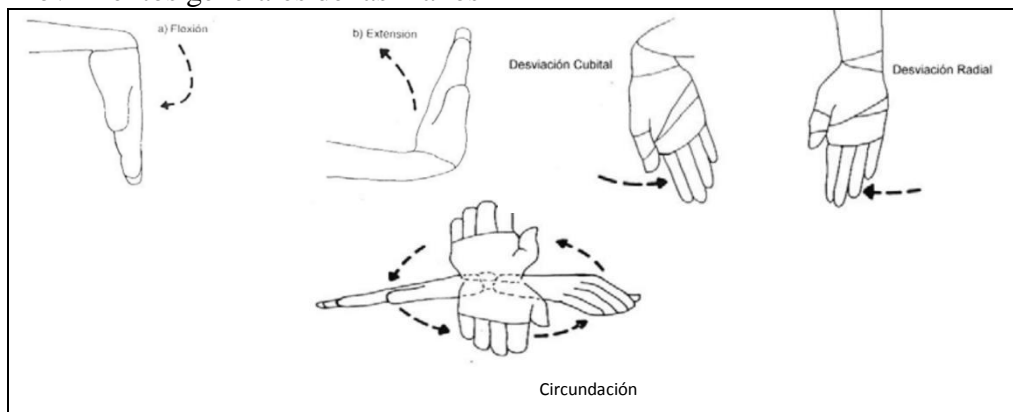
[Imagen de Estrada, Jairo]. *Ergonomía, Salud Pública* p.156 (Universidad de Antioquia, Colombia, 2011).

##### Movimientos intrínsecos de la mano



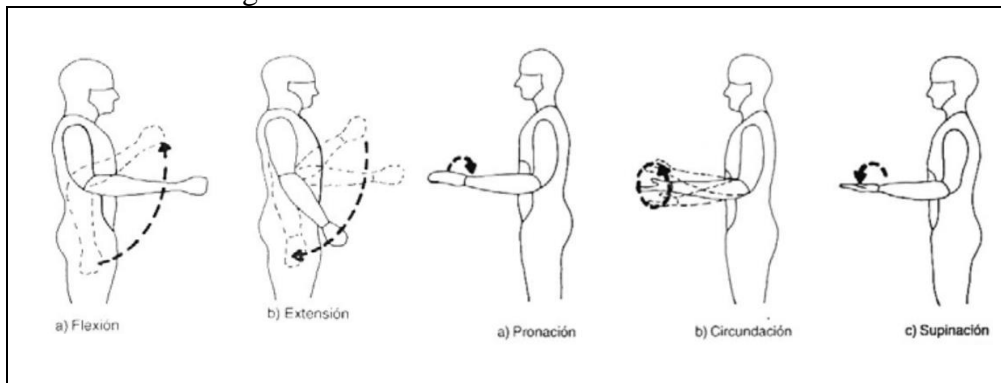
[Imagen de Estrada, Jairo]. *Ergonomía, Salud Pública* p.158 (Universidad de Antioquia, Colombia, 2011).

##### Movimientos generales de las manos



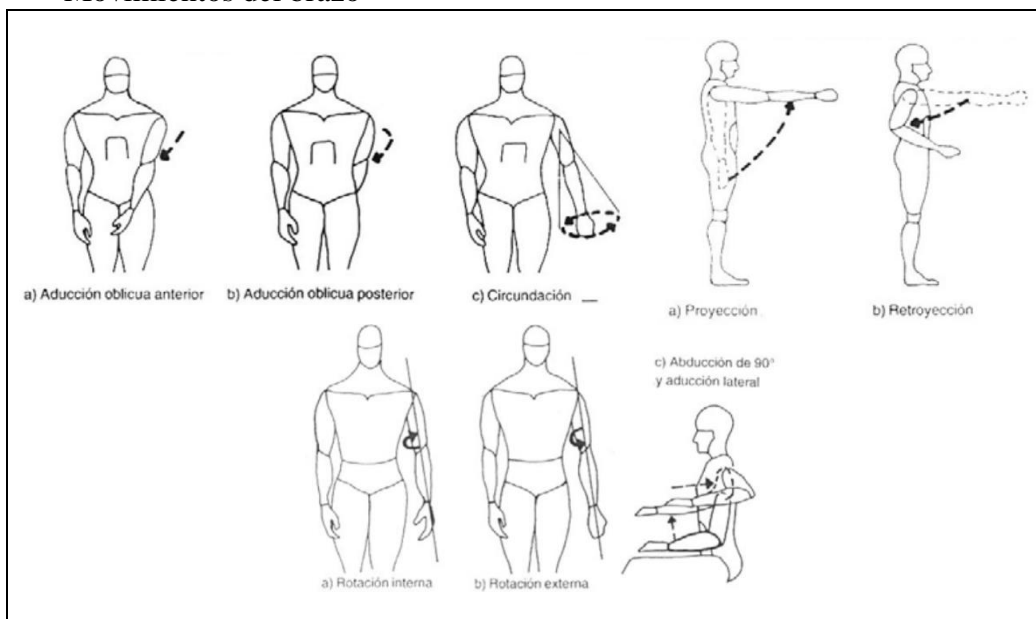
[Imagen de Estrada, Jairo]. *Ergonomía, Salud Pública* p.159 (Universidad de Antioquia, Colombia, 2011).

### Movimientos generales del antebrazo



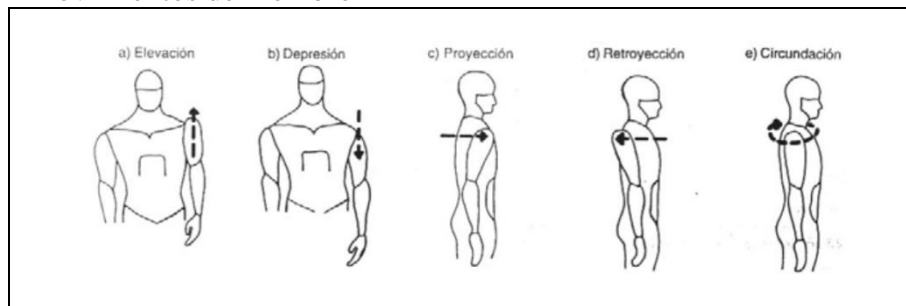
[Imagen de Estrada, Jairo]. *Ergonomía, Salud Pública* p.160 (Universidad de Antioquia, Colombia, 2011).

### Movimientos del brazo



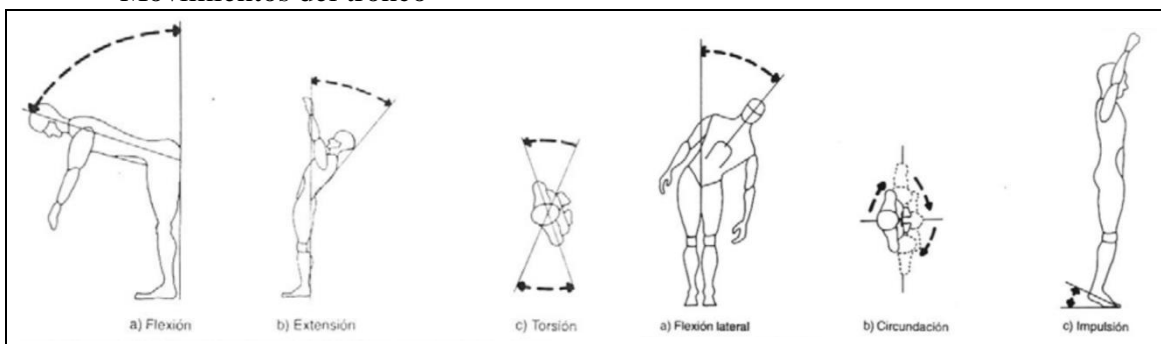
[Imagen de Estrada, Jairo]. *Ergonomía, Salud Pública* p.161 (Universidad de Antioquia, Colombia, 2011).

### Movimientos del hombro



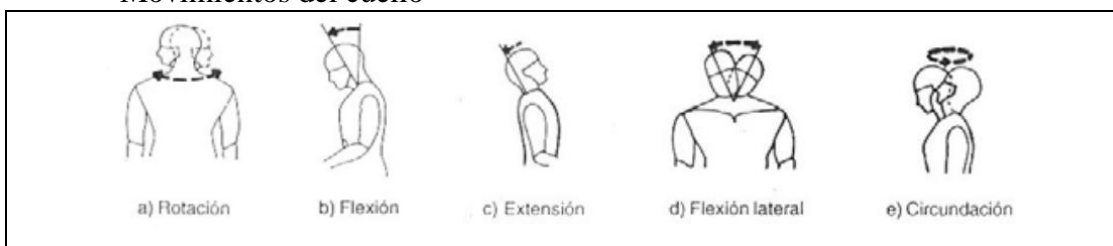
[Imagen de Estrada, Jairo]. *Ergonomía, Salud Pública* p.161 (Universidad de Antioquia, Colombia, 2011).

### Movimientos del tronco



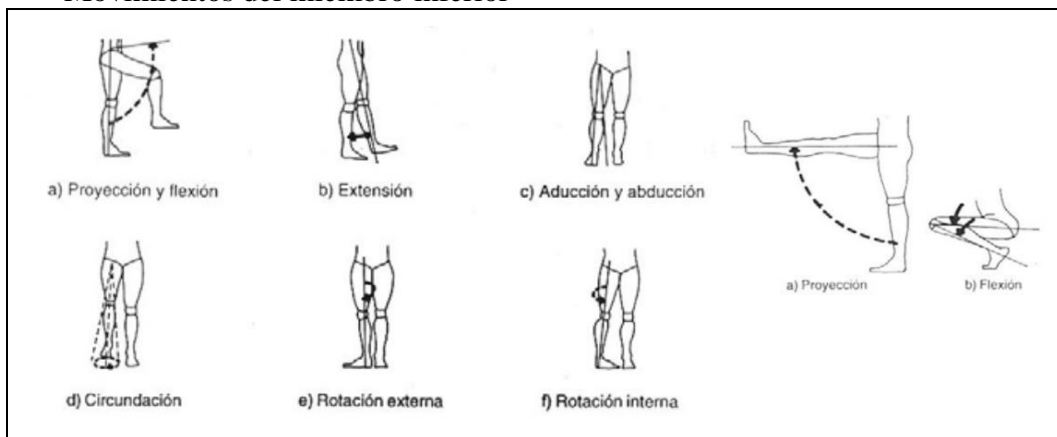
[Imagen de Estrada, Jairo]. *Ergonomía, Salud Pública* p.162 (Universidad de Antioquia, Colombia, 2011).

### Movimientos del cuello



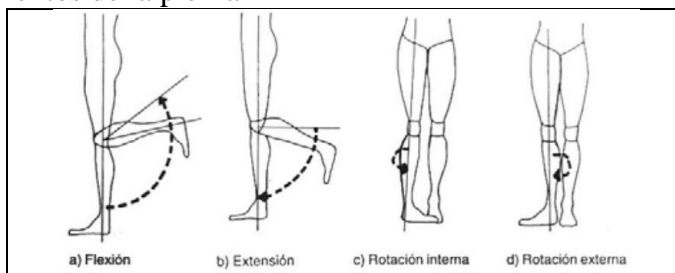
[Imagen de Estrada, Jairo]. *Ergonomía, Salud Pública* p.162 (Universidad de Antioquia, Colombia, 2011).

### Movimientos del miembro inferior



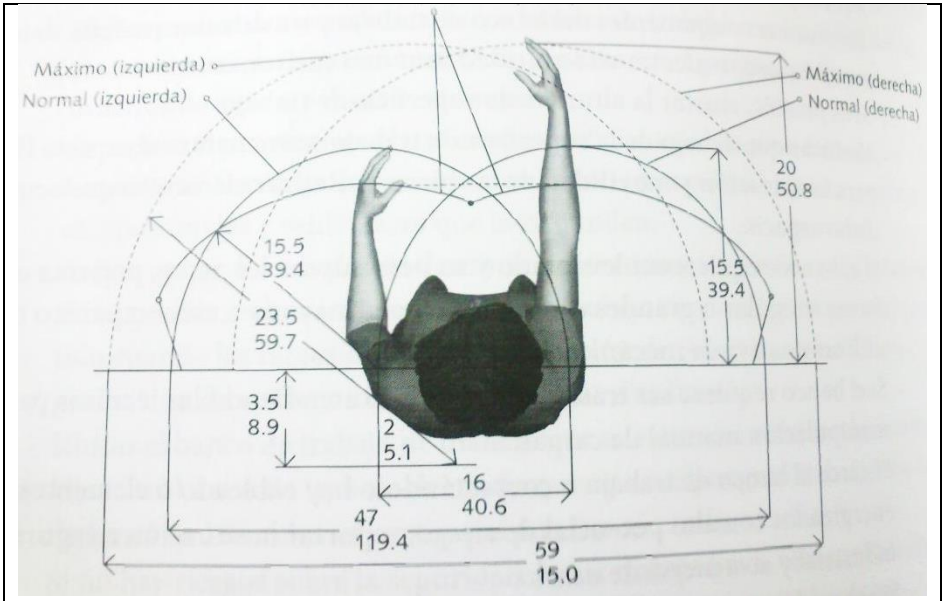
[Imagen de Estrada, Jairo]. *Ergonomía, Salud Pública* p.163 (Universidad de Antioquia, Colombia, 2011).

### Movimientos de la pierna



[Imagen de Estrada, Jairo]. *Ergonomía, Salud Pública* p.163 (Universidad de Antioquia, Colombia, 2011).

15.- Rango de comodidad postural frente a una mesa de trabajo.



[Imagen de Rueda, M., y Zambrano, M]. *Manual de ergonomía y seguridad* p.237 (Bogotá, Colombia 2013).

## B. Fotografías

Ubicación de la Asociación 2 de Noviembre en el sector de Atocha



[Fotografía de Estefanía Velásquez]. (Atocha, Ambato, 2014).