EL ESPACIO COMERCIAL MÓVIL



UNIVERSIDAD DEL AZUAY **FACULTAD DE DISEÑO** ESCUELA DE DISEÑO DE INTERIORES

TRABAJO DE GRADUACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE **DISEÑADOR DE INTERIORES**

AUTOR: **JAVIER CONTRERAS MOLINA**

TUTOR:

ARQ. PATRICIO HIDALGO

CUENCA - ECUADOR







EL COMERCIO MÓVIL

FRANCISCO JAVIER
CONTRERAS MOLINA



AUTOR: FRANCISCO JAVIER CONTRERAS MOLINA. TUTOR: ARQ. PATRICIO HIDALGO. DISEÑO, PROPUESTA Y DIAGRAMACIÓN: FRANCISCO JAVIER CONTRERAS MOLINA. MAQUETACIÓN DIGITAL: FRANCISCO JAVIER CONTRERAS MOLINA. MAQUETACIÓN FÍSICA: "ART Y METAL" & FRANCISCO JAVIER CONTRERAS MOLINA. IMPRESIÓN: HOME PRINT. CÍA. LTDA. CUENCA - ECUADOR 2015.





DEDICATORIA

A Dios Mi hija, Ma. Camila Mi esposa, Diana Karolina Papá, Mamá Mi Familia

AGRADECIMIENTOS

MA CAMILANOIF ÑVSNO A
A DA BSDSOFNLEE AD ZF I B
Y O J U T J J F B I A A Ñ J C T A U
R Q J E U J D J J A I R O D D O F E
A O Y L I Y C U U J A T B C A I R L
W C D I R D D W A D F U Q D M A M I
V T R T PÑ E V N C R I O E D P B T
C D I AN A F C F A L E J A N D R O
D F G F DÑ C D F E O P T C I V D F
E K N I D P A P I F N O A M I G O S

ÍNDICE

CAPÍTULO 1 (MARCO TEÓRICO)

CAPÍTULO 2 (DIAGNÓSTICO)

REFERENTES TEÓRICOS	18	2.1 ANÁLISIS	38
1.1 COMERCIO	19	2.1.1 SOBRE LAS PRÁCTICAS DE COMERCIALIZA-	38
1.1.1 PRODUCCIÓN	20	CIÓN EN CUENCA Y AZOGUES	
1.1.2 COMERCIO FORMAL E INFORMAL	20	2.1.2 DATOS DEL INEC (Intituto nacional de esta-	40
1.1.3 DIAGRAMA DE RELACIONES	21	dísticas y censos):	
1.1.4 EXPLICACIÓN DEL DIAGRAMA	21	2.2 ESPACIOS ÚTILES PARA EL COMERCIO MÓVIL	42
1.2 MOVILIDAD	22	2.2.1 CONTENEDOR	43
1.2.1 MOVILIDAD EN OBJETOS	23	a) PARTES ESTRUCTURALES DE CONTENEDOR	44
1.2.2 ELEMENTO MÓVIL	23	b) MATERIALIDAD	44
1.3. ESPACIO COMERCIAL	24	c) TIPOS DE CONTENEDORES	45
1.3.1 ESPACIO COMERCIAL DE BIENES	24	d) EL CONTENEDOR COMO ELEMENTO URBANO	46
1.3.2 ESPACIO COMERCIAL DE SERVICIOS	24	e) VENTAJAS Y DESVENTAJAS DEL USO DEL	47
1.3.3 DIAGRAMA RELACIONAL DE SITUACIÓN	25	2.2.2 AUTOBUS	48
DEL PROYECTO EN EL COMERCIO MÓVIL		a)TIPOS DE AUTOBUS:	48
1.3.4 EXPLICACIÓN DE SITUACIÓN DEL PROYEC	25	b) CARACTERISTICAS:	48
TO EN EL COMERCIO MÓVIL		c) COMO ELEMENTO URBANO	49
REFERENTES CONCEPTUALES:	26	d) TAMAÑO:	49
a) VERSATILIDAD	26	e) VENTAJAS Y DESVENTAJAS DEL USO DEL AU-	49
b) FUNCIONALIDAD	28	TOBUS EN EL COMERCIO MÓVIL:	
c) MULTIFUNCIONALIDAD	28	2.2.3 REMOLQUE	50
d) MODULARIDAD	29	a) TIPOS DE REMOLQUE	50
e) ADAPTABILIDAD	29	b) COMO ELEMENTO URBANO	51
f) DISTRIBUCIÓN ESPACIAL	30	c) VENTAJAS Y DESVENTAJAS DEL USO DEL RE-	51
g) FLEXIBILIDAD ESPACIAL	30	MOLQUE PARA EL COMERCIO MÓVIL:	
h) ADAPTACIÓN AL ENTORNO	31	2.2.4. CAMIÓN	52
1.4.POSICIONAMIENTO ENTRE REFERENTES TEÓ-	32	a) TIPOS DE CAMIÓN	52
RICOS Y CONCEPTUALES		b) COMO ELEMENTO URBANO	53
1.4.1 CONTEXTO DEL PROYECTO	32	c) VENTAJAS Y DESVENTAJAS DEL USO DEL CA-	53
1.4.2 ENFOQUE DEL PROYECTO	33	MIÓN PARA EL COMERCIO MÓVIL:	
1.4.3 RELACIÓN DE REFERENTES CONCEPTUA	34	2.2.5 PERIODO DE VIDA ÚTIL Y VENTA DE PRO-	54
LES		DUCTOS	

2.2.6 ENCUESTA SOBRE IMPLEMENTACIÓN	56	CAPÍTULO 4 (APLICACIÓN)	
DEL LOCAL COMERCIAL MÓVIL.			
2.2.7 ANÁLISIS DE HOMÓLOGOS	58	4.1 ESTRATEGIAS DE DISEÑO	88
a) EMPRESA "ENALES"	59	a) EXHIBICIÓN DE ACUERDO CON LA	89
b) EMPRESA "BUILDING STORE"	60	NECESIDAD	
c) EMPRESA "CARROCERIAS JÁCOME"	61	b) MENOR NÚMERO DE MOVIMIEN-	89
2.2.8 CONCLUSIONES	63	TOS	
CAPÍTULO 3 (EXPERIMENTACIÓN)		c) EXHIBICIÓN - BODEGA TRASPORTE	89
		4.2 HERRAMIENTAS DE DISEÑO	90
3.1 SELECCIÓN DEL ESPACIO	68	a) EXHIBICIÓN - BODEGA TRASPORTE	91
3.2 ESPACIO SELECCIONADO	69	, TRIANGULACIÓN	
3.3 NECESIDADES Y CONDICIONANTES	69	b) COMBINACIÓN DE ELEMENTOS	91
3.4 ACONDICIONAMIENTO EXTERIOR	70	c) DESPLIEGUE	91
3.5 ACONDICIONAMIENTO INTERIOR	71	4.3 SOLUCIÓN	92
3.6 MECANISMOS Y SISTEMAS DE MOBILIA-	72	a) MOBILIARIO, EXHIBICIÓN Y TRIAN-	93
RIO		GULACIÓN	
3.7 MATERIALES	73	b) EXHIBICIÓN HORIZONTAL Y VERTI-	93
3.8 CRITERIOS DE EXPERIMENTACIÓN	74	CAL	
3.8.1 GEOMETRÍA	74	4.4 PROPUESTA	94
3.8.2 MORFOLOGÍA	74	4.4.1 DETALLES TÉCNICOS	96
3.8.3 EXHIBICIÓN	74	4.4.2 DETALLES CONSTRUCTIVOS	102
3.8.4 ELEMENTOS CONSTITUTIVOS	74	4.4.3 NÚMERO DE MOVIMIENTOS	108
3.9 MODELO CONCEPTUAL	75	4.4.4 PROTOTIPO DIGITAL	110
3.9.1 DEFINICIÓN DEL MODELO DE EXPERI-	75	4.4.5 PRESUPUESTO DE LA OBRA	121
MENTACIÓN.			
3.10 PROCESO DE EXPERIMENTACIÓN	76	CONCLUSIONES	121
3.11 CRITERIOS DE SELECCIÓN	84	RECOMENDACIONES	123
3.12 CONCLUSIONES	85	ANEXOS	126
a) POTENCIALIDADES	85		
b) LIMITACIONES	85		

ÍNDICE DE IMÁGENES

1	http://goo.al/Msl3oN	20
2	,	21
3	http://goo.gl/ileF21	22
4	http://goo.gl/R86pTq	23
5	http://goo.gl/ez3whv	24
6	http://goo.gl/B7NMcN	25
7	http://goo.gl/f4496u	26
8	http://goo.gl/zccdTy	27
9	http://goo.gl/ikm0jo	28
10	https://goo.gl/l6V67y	29
11	http://goo.gl/B9cO3t	30
12	http://goo.gl/c2q3x6	31
13	https://goo.gl/SKq8HU	32
14	http://goo.gl/91oM3S	33
15	http://goo.gl/jQQZhX	34
16	http://goo.gl/KBrJdT	35
17	http://goo.gl/MMOA39	36
18	http://goo.gl/W7PYS7	37
19	https://goo.gl/tsWWbX	38
	3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18	http://goo.gl/ileF21 http://goo.gl/R86pTq http://goo.gl/ez3whv http://goo.gl/B7NMcN http://goo.gl/f4496u http://goo.gl/jcccdTy http://goo.gl/ikm0jo https://goo.gl/ikm0jo https://goo.gl/l6V67y http://goo.gl/B9cO3t http://goo.gl/sc2q3x6 http://goo.gl/SKq8HU http://goo.gl/SKq8HU http://goo.gl/JQQZhX http://goo.gl/jQQZhX http://goo.gl/KBrJdT http://goo.gl/MMOA39 http://goo.gl/MMOA39

En las imagenes se ha utilizado GOOGLE SHORTENER para una mejor optimización de los enlaces.

Link: https://goo.gl

RESUMEN

EL COMERCIO MÓVIL

"El espacio comercial móvil" es un proyecto de diseño interior que aborda la problemática de una nueva alternativa de venta de productos de primera necesidad, que consiste en un volumen desplazable, a ser ubicado en los alrededores de las ciudades.

A partir de conceptos de funcionalidad y versatilidad, se propuso reutilizar un contenedor, para adecuarlo como un espacio de comercialización. En base a las investigaciones y experimentaciones se realizó el diseño interior, en el que se aprovechó el espacio interior disponible y su estructura, en función de las necesidades tanto del usuario como de la persona que da el servicio, aplicando tecnologías del medio.

Palabras Clave: Comercial, móvil, contenedor.

ABSTRACT

A "mobile commercial space" is a project of interior design which deals with the problem of finding a new alternative for selling basic necessities. The idea is to design a movable traveling body which will be placed in city surroundings.

By taking into account the concepts of functionality and versatility, the possibility of using a container as a marketing space is proposed in this work. Based on our research and experiments, we have designed the interior of a container taking advantage of the available space and structure of it to meet the needs of both users and service providers by applying the existing technology.

Key words: commercial, mobile, container

Javier Contreras M.

Author

Architect Patricio Hidalgo C.

Tutor

Travlated by, Brokel Aglo V

AZUAY

Doto. Idiomas

INTRODUCCIÓN

El comercio es una actividad socioeconómica que involucra el intercambio de bienes, servicios y productos, permitiendo el adelanto y desarrollo de las diversas urbes; sin embargo, recientemente en ciudades como Cuenca y Azogues, la constante y creciente movilización de personas que habitan en los alrededores se trasladan hacia el centro de la ciudad para realizar sus respectivas actividades comerciales, como consecuencia genera incomodidad y desorganización en los centros de comercio, debido a la gran afluencia de gente sobre todo en locales de compra y venta de productos alimenticios y/o de primera necesidad.

El presente proyecto pretende brindar una solución pragmática al mencionado problema, a través de un exhaustivo estudio previo que emplearía diferentes herramientas y estrategias de diseño considerando fundamentalmente cuestiones logísticas y de densidad poblacional, a fin de evitar potenciales inconvenientes, brindando comodidad y garantizando satisfacción a los usuarios.

Este trabajo genera un considerable impacto a nivel social, ya que propone métodos creativos y poco ortodoxos de comercialización, pretendiendo constituirse como una herramienta de apoyo para los municipios que permitirá una óptima distribución poblacional en los diversos centros de comercio, regulando el ordenamiento vehicular, agilizando el servicio y potencialmente mejorando la interacción vendedor-cliente.

Es menester tomar como punto de partida la concientización de los miembros de la sociedad, de esta manera reconocer la necesidad del comercio móvil en pos de optimizar y personalizar las condiciones de servicio.

Para el emplazamiento y uso del espacio comercial, es necesario analizar varias alternativas de espacio móvil, seleccionar la más adecuada y acondicionarla tecnológicamente de manera que responda a las necesidades de movilidad de acuerdo al tipo de comercialización.

5

Prefiero equivocarme creyendo en un Dios que no existe, que equivocarme no creyendo en un Dios que existe. Porque si después no hay nada, evidentemente nunca lo sabré, cuando me hunda en la nada eterna; pero si hay algo, si hay Alguien, tendré que dar cue

BLAISE PASCAL

CAPÍTULO 1

TERMINAL BURCH

MAERSK

MAERSK

MAERSK

MAERSK

MAERSK SEALAND

TERMINAL BURCHAR M

TERMINAL BURCH

ERMINAL BURCHAR

TEF

REFERENTES TEÓRICOS

1.1 COMERCIO

Se concentra en toda acción que involucra una compra, venta o intercambio de: bienes, productos o servicios. Es un proceso donde se establece una negociación, es decir, el comerciante es aquel que vende el producto y el comprador es el consumidor, pero todo con un fin de lucro.





1.1.1 PRODUCCIÓN

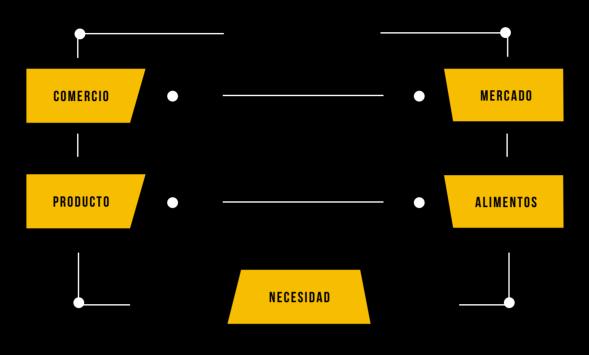
1.1.2 COMERCIO FORMAL E INFORMAL

Es la actividad que permite la obtención de bienes y servicios, a través de un proceso de elaboración, sin embargo, este proyecto abordará el tema de una producción de consumo hacia la sociedad, con el fin de satisfacer la demanda de dichos bienes y servicios. Existen diversos tipos de producción, pero este proyecto se referirá específicamente a la de bienes alimenticios que se expenden en los mercados

municipales. En este particular caso los campesinos son los que cultivan y ofertan los alimentos a la sociedad resaltando la importancia de la interacción directa vendedor-cliente, lo cual no se da con los productos comercializados en supermercados, en donde dicha interacción es mediada (los supermercados compran productos de los campesinos al por mayor y los venden a precios más altos).

Se considera como comercio formal a las actividades con fines de lucro que son organizadas, reguladas y sujetas a las normas jurídicas. Mientras tanto lo informal, es todo lo contrario, no cuenta con una estructura y organización para la comercialización, se da de forma espontánea; además, perjudica e interrumpe el flujo normal de las actividades del comercio formal, por ejemplo: los vendedores ambulantes o negocios ilícitos.

1.1.3 DIAGRAMA DE RELACIONES



1.1.4 EXPLICACIÓN DEL DIAGRAMA

En el diagrama podemos encontrar las herramientas adecuadas que se encuentran involucradas en el comercio y la producción. Para entender las relaciones que incluyen el proyecto, primero debemos comprender los cuatro puntos en que se sitúa el espacio comercial móvil:

- Comercio Productos
- Mercado Alimentos
 Estos puntos forman un circulo de interrelación, de manera que si hablamos de comercio, hablamos de productos alimenticios que se promocionan en los mercados. Entonces, todos estos conceptos forman un todo, creando una necesidad en la sociedad.

1.2. MOVILIDAD

Se entiende el conjunto de desplazamientos, de personas y mercancías, que se producen en un entorno físico. Cuando hablamos de movilidad urbana nos referimos a la totalidad de desplazamientos que se realizan en la ciudad. Estos desplazamientos son realizados en diferentes medios o sistemas de transporte: automóvil, transporte público. Todos con un claro objetivo: el de salvar la distancia que nos separa de los lugares donde satisfacer nuestros deseos o necesidades. (1)

Entonces, la movilidad es el desplazamiento realizados hacia un lugar determinado, ya sea de personas o productos en un espacio físico en la ciudad. En todo movimiento existe una trayectoria que se establece de un punto inicial y final, ubicados

• (1) (2007).¿Qué entendemos por movilidad? Recuperado de http://www.ecologistasenaccion.org/article9844.html

a una determinada distancia.

DÍA MUNDIAL DEL MEDIO AMBIENTE - ESPAÑA

1.2.1 MOVILIDAD EN OBJETOS

Consiste en el traslado de objetos individuales que pueden juntarse y formar una unidad funcional. Este tipo de técnicas pueden ser muy utilizadas al interior de espacios reducidos con mobiliarios modulares que cumplan distintas funciones.

1.2.2 ELEMENTO MÓVIL

Es aquel que puede ser trasladado de un lugar a otro con facilidad y no requiere de estabilidad. La creación de espacios móviles es de gran importancia sobre todo en el comercio, de esta manera se puede brindar servicios en diferentes puntos con facilidad y de acuerdo a las necesidades. La movilidad va acompañada necesariamente de tecnología con diferentes mecanismos y formas constructivas.

1.3 ESPACIO COMERCIAL

Laura Scott lo define como, "la última parada en la cadena de fabricación, el lugar donde los comerciantes venden los productos a los clientes. Un local comercial se diferencia de otras propiedades comerciales, como industrial o de oficinas, en la que el énfasis está en la exhibición de productos y el alojamiento del cliente". (2)

Los espacios comerciales también necesitan de una ubicación adecuada y acondicionamientos, es decir, como interviene un profesional en el espacio otorgado por el arrendatario, de manera que, se pondrá a la venta la mercadería disponible a los consumidores.

•(2) Scott, Laura. (2010). Definición de espacio comercial. Recuperado de http://www.ehowenespanol.com/definicion-espacio-comercial-hechos_372463/

1.3.1 ESPACIO COMERCIAL

DE BIENES

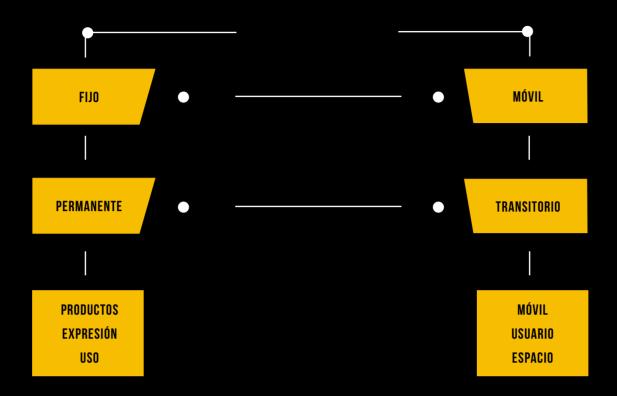
1.3.2 ESPACIO COMERCIAL

DE SERVICIOS

En este ámbito se encuentran los locales ubicados en los centros comerciales o mercados. Su tamaño es diverso y los productos que ofrecen son de alimentación, confección, droguería, almacén, etc. Estos locales cuentan con varias zonas de exposición, circulación, escaparates y el mobiliario adecuado para cumplir ciertas funciones y necesidades.

Existen otros centros que no son dedicados al comercio de compra y venta como: bares, discotecas, concesionarios, agencias, etc. Estos locales son amplios, cuentan con salas de espera, caminerías y utilizan a manera de mobiliario un escritorio con estanterías, diversas vitrinas, etc.

1.3.3 DIAGRAMA RELACIONAL DE SITUACIÓN DEL PROYECTO EN EL COMERCIO MÓVIL



1.3.4 EXPLICACIÓN DE SITUACIÓN DEL PROYECTO EN EL COMERCIO MÓVIL

En el cuadro podemos observar dos ejes fundamentales, la relación lo fijo con lo móvil.

El eje izquierdo trata sobre lo que se va a vender, es decir los productos a promocionar serán alimentos y no se cambiará de tipo de productos, al igual que el uso del espacio que va a tener la misma funcionalidad que es la venta de alimentos, además el diseño interior a intervenir siempre trasmitirá una singular expresión sin que se realicen cambios.

El eje derecho trata sobre el espacio en que se promocionarán los productos. Este funcionará de manera transitoria, es decir, llegará a diferentes sitios de manera rotativa a vender los artículos cumpliendo con la premisa de dinamismo planteada como objetivo del proyecto. Por otro lado, los usuarios no van a ser los mismos debido a que el proyecto recorre diferentes puntos de la provincia, entonces la clientela será temporal.

a) VERSATILIDAD

Es la capacidad que dispone un objeto a adaptarse y cumplir diferentes funciones en un entorno o espacio, es decir, cumple diversas actividades polivalentes.

Un objeto versátil es aquel que puede cumplir funciones en una variedad de circunstancias y no solo en una. En general se toma como atributo positivo puesto que se vincula con la flexibilidad, la adaptabilidad. (3)

(3) (2014). Significado de versátil. Recuperado de http://www.ecologistasenaccion. org/article9844.html

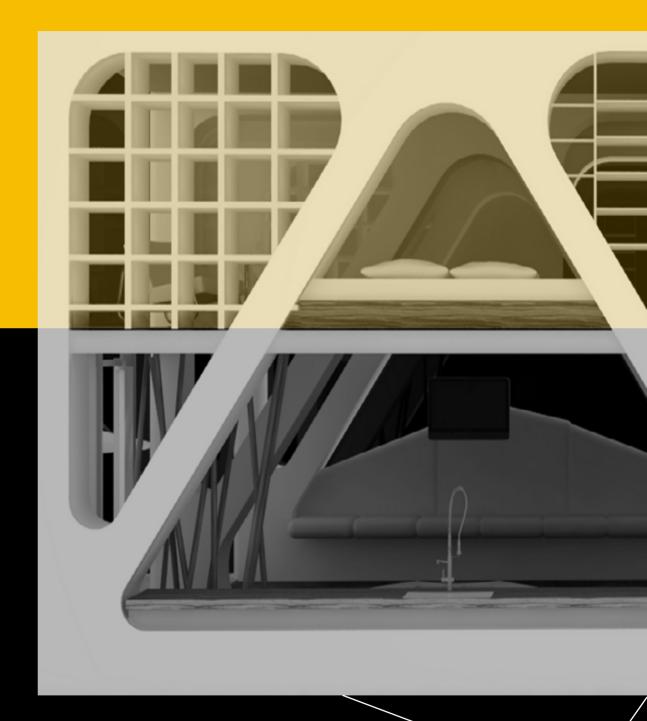


b) FUNCIONALIDAD

Es todo aquello que se puede considerar útil, además, de disponer de un significado y razón.

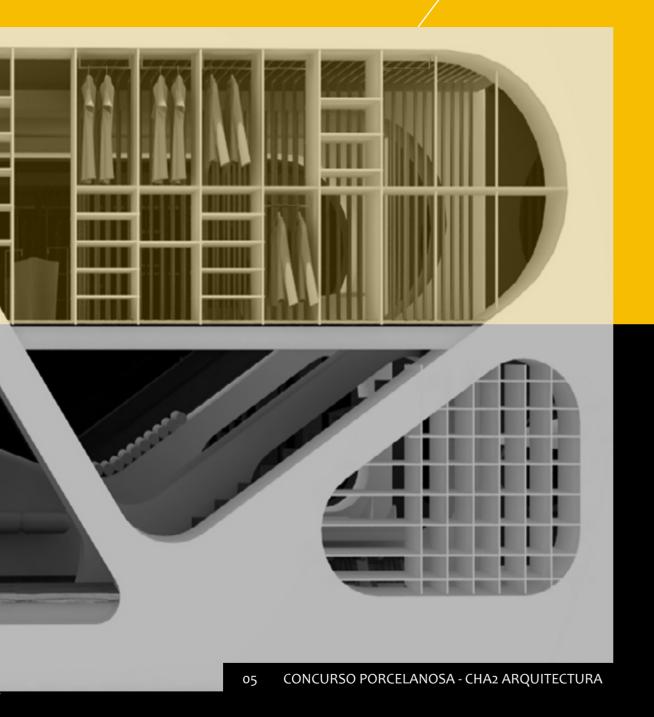
En el interiorismo es usado para percibir la distribución espacial y como ésta se desarrolla.

Los productos que cumplen varias funciones brindan soluciones creativas a diversos problemas, a más de poder alargar su ciclo de vida pasando a cumplir otras actividades con la intervención de una tecnología determinada. En este particular caso el producto resolvería problemas tanto de movilidad de bienes como de logística; Se buscará además aprovechar al máximo el espacio del conteiner a fin de optimizar el transporte y comercio de bienes.



c) MULTIFUNCIONALIDAD

d) MODULARIDAD



Un objeto es modular cuando esta desarrollado por partes. La modularidad en este proyecto requiere de una tecnología que otorgue funcionalidad correcta a dicho objeto, permitiéndole multifuncionalidad y cumpliendo diferentes tareas y necesidades.

Consiste en la capacidad de acomodar y acoplarse a situaciones imprevistas sin que eso reduzca la eficacia de la actividad a realizar; también involucra cierta capacidad de improvisación a fin de apreciar diferentes perspectivas al afrontar cualquier situación. Además, cuenta con la posibilidad de evaluar la actividad que estaba realizando a fin de encontrar potenciales innovaciones.

e) ADAPTABILIDAD

f) DISTRIBUCIÓN ESPACIAL

g) FLEXIBILIDAD ESPACIAL

Todos los elementos y objetos que conforman el espacio de este proyecto son de gran importancia; constituyen un universo donde debe haber un sentido de equilibrio entre producto-espacio disponible-utilidad.

La correcta manipulación del espacio determina la ubicación de los elementos, y la adecuada interacción de estos con el individuo. Por ejemplo circulaciones.

Para esto existen varios puntos a tomar en cuenta como: los patrones de distribución correcta del espacio, de tal manera que potencie la administración del mismo.

En varias ocasiones la distribución espacial se da de acuerdo a las actividades que se desarrollan.

Un espacio engloba una actividad principal y secundaria, por lo tanto, éste y los elementos que lo conforman satisfacen los requerimientos del cliente. Todo espacio debe adaptarse directa o indirectamente a las necesidades primordiales del usuario, tomando en cuenta que las personas están en constante actividad. Cada espacio y tipo requiere de un diseño común de acuerdo a la acción que se vaya a desarrollar, además, la distribución se asigna conforme al grado de jerarquía y pueden dividirse en dos formas:

- Actividades Habituales: Que son las actividades más frecuentes del individuo, las de mayor necesidad, es decir: comer, dormir, higiene y servicios básicos.
- Actividades Ocasionales: No ocurren con mucha frecuencia, sin embargo, en ciertos casos productos no indispensables ocupan espacio provocando incomodidad, las tendencias del diseño han solucionado estos problemas, dando una visión a la importancia de la actividad y descartar lo que no es útil.

h) ADAPTACIÓN AL ENTORNO

La evolución del interiorismo ha ido incorporando este pensamiento siendo capaz de combinar la vivienda a un espacio comercial de acuerdo a las necesidades, y al mismo tiempo relacionándola con el entorno.

El espacio refleja todo el comportamiento de la persona y la forma de habitar, esta cuenta con parámetros de diseño planteados ya sea: Morfológicos, técnicos, constructivos y sociales, permitiendo personalizar el espacio.

Los criterios de adaptación pueden ser múltiples y de acuerdo a las exigencias del usuario pueden ser:

- A cada entorno le corresponde una acción, es decir, primero debe asignar la actividad a cada espacio para luego conseguir una correcta distribución que satisfaga los requerimientos del usuario.
- Aprovechar el espacio al máximo y configurar el mobiliario de forma personalizada.
- Las medidas y la ergonomía son indispensables para el confort, por lo tanto, se deberá cumplir con ciertos parámetros ergonómicos para satisfacer las necesidades.



CUBE ARQUITECTURE - INGLATERRA



DIDOMESTIC MICRO APARTMENT - EEUU

1.4 POSICIONAMIENTO ENTRE REFERENTES TEÓRICOS Y CONCEPTUALES

1.4.1 CONTEXTO DEL PROYECTO

COMERCIAL

Efectuarse en el campo de venta de productos y llegar a una propuesta del espacio, tal como su diseño, su funcionamiento y todas sus normativas.

TECNOLÓGICO

Las formas de construcción y materiales empleados en el elemento móvil del proyecto, son el punto de partida, así como la selección del espacio el uso de una tecnología adecuada es fundamental en el proceso de construcción y potencial mejora del elemento.

CREATIVO

Engloba la capacidad de brindar un espacio comercial móvil e innovador a la ciudadanía; con un local moderno y funcional diseñado acorde a ciertos parámetros que garantizan la satisfacción al cliente.

CONSUMO

Es la manera en que se describe la utilización de los productos para satisfacer los deseos y necesidades de los individuos; de manera que, la venta del producto dependerá de la demanda del mismo.

1.4.2 ENFOQUE DEL PROYECTO

SOCIAL

Es un proyecto dirigido a las personas, sin tomar en cuenta su nivel, social, cultural y económico, teniendo como única meta la comercialización de productos de primera necesidad a zonas alejadas de los principales mercados municipales.

INNOVACIÓN

Jugar con procesos, formas y sistemas tecnológicos para llegar a un producto que satisfaga las necesidades de los individuos.

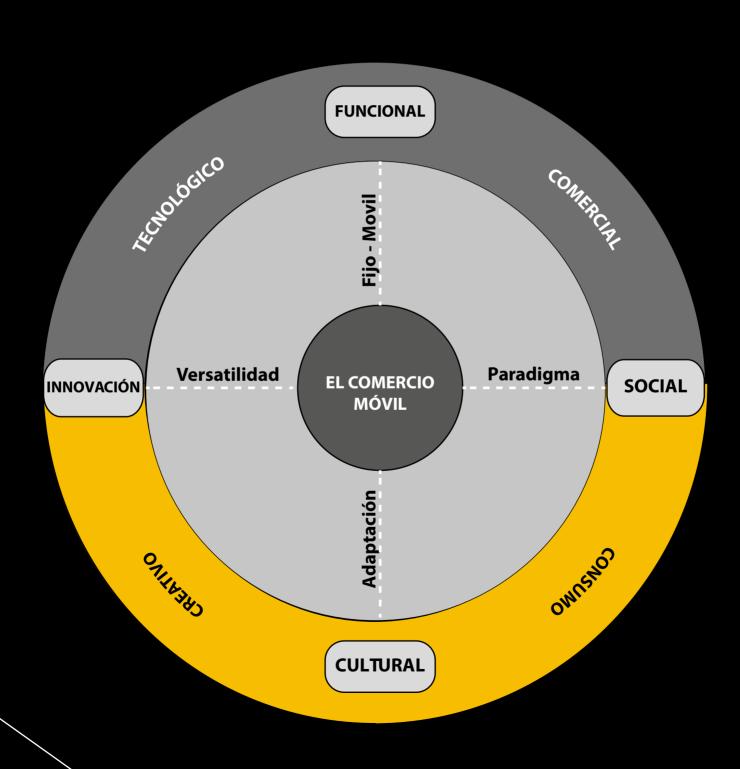
CULTURAL

Ver en la sociedad cual es el hábito de consumo, cuales son sus razones, costumbres y el tipo de comercialización que les interesa.

FUNCIONAL

La eficacia y la eficiencia de este proyecto es de gran importancia, es decir, que cumpla ciertos parámetros planteados por el diseñador, resaltando de manera onsiderable la utilidad del espacio.

1.4.3 RELACIÓN DE REFERENTES CONCEPTUALES



Este diagrama ayudará a entender de una mejor manera, cual es el enfoque en el que se encuentra y las relaciones dentro del marco teórico. Existen dos ejes fundamentales que son: El longitudinal y el transversal, estos dos ejes están compuestos por los enfoques que son:

- Funcional
- Cultural

• Social

Innovación

En un sistema de relaciones trataremos los siguientes temas planteados:

COMERCIO MÓVIL- INNOVACIÓN

Se encuentra la versatilidad y como concebir el espacio para dar una mayor funcionalidad, entonces, cuando este es versátil se adapta el espacio a las necesidades y se puede construir de una forma eficiente.

COMERCIO MÓVIL- CULTURA

En esta relación se encuentra la adaptación en la cultura. Cuenca cuenta con un contexto patrimonial, entonces, la propuesta se adaptará ha su cultura y tradición.

FUNCIONAL-SOCIAL

Entre estos dos puntos se encuentra la parte comercial, de modo que los productos que se venderán son de primera necesidad. Entonces, la eficiencia funcional que se brindará a la sociedad será quien defina que tan válido es local comercial.

COMERCIO MÓVIL- FUNCIONALIDAD

En esta relación comprende que elementos van a ser fijos y cuales son móviles, esto ayudará en el tramo funcional del local comercial y como configurar el espacio desde sus partes.

FUNCIONAL-SOCIAL

Entre estos dos puntos se encuentra la parte comercial, de modo que los productos que se venderán son de primera necesidad. Entonces, la eficiencia funcional que se brindará a la sociedad será quien defina que tan válido es local comercial.

SOCIAL-CULTURAL

Las necesidades de una sociedad frente a su cultura dependerá de su hábito de consumo, de modo que, una persona puede hacer costumbre de un servicio de acuerdo a su forma periódica adquirir alimentos.

CULTURAL-INNOVACIÓN

Adquirir productos en los mercados es una cultura que se encuentra ya establecida en Cuenca y Azogues. Entonces, la capacidad creativa del proyecto y como proponer generará una idea diferente de comercializar productos y cambiar dicha costumbre.

INNOVACIÓN-FUNCIONAL

La innovación requiere de un manejo tecnológico eficiente con correctos procesos de construcción que puedan otorgar un mejor funcionamiento en el espacio.

En el corazón de todos los inviernos vive una primavera palpitante, y detrás de cada noche, viene una aurora sonriente.

KHALIL GIBRAN

CAPÍTULO 2

2.1.1 SOBRE LAS PRÁCTICAS DE COMERCIALIZACIÓN EN CUENCA Y AZOGUES

La manera de comercialización en los mercados de estas ciudades es ciertamente particular, ya que el orden no es precisamente un factor determinante, sino que más bien brilla por su ausencia, esto podría deberse principalmente a que el espacio asignado a los comerciantes es muy reducido y por ende éste no puede desempeñar sus actividades adecuadamente.

Durante una entrevista a una de las comerciantes en el interior del mercado, se pudo recalcar que el espacio que les brinda el municipio es de apenas 2m2, lo cual evidentemente causa problemas en la distribución del espacio para la exhibición y venta de productos lo que a su vez deriva en la sobreacumulación de estos en el interior de cada puesto, además en muchos de los casos, el mobiliario no existe en estos puestos de venta. Sin

FRESITAS

embargo, en la mayoría de locales, el vendedor trata de ubicar cada tipo de producto por secciones

a pesar de su reducido espacio, demostrando que el problema no es la mala organización en los

respectivos puestos sino la falta de espacio.

Las relaciones compra-venta en el mercado cuenta con una premisa en la que todos los compradores tienen opción a manipular el producto, esto es muy frecuente y a su vez necesario para saber si un alimento esta óptimo para su consumo, por lo tanto la dependencia va mucho más allá de la relación compra-venta, entonces, en las prácticas de comercialización de los mercados necesariamente intervienen 3 aspectos relacionados que son: Vendedor- Producto-Comprador.

2.1 ANÁLISIS





2.1.2 DATOS DEL INEC (INTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS):

Según los datos del INEC del año 2014 en la ciudad de Cuenca la canasta básica familiar para un hogar de cuatro miembros con 2 perceptores de Remuneración básica unificada nos dice lo siguiente:

Existen 13 tipos de productos básicos que satisfacen la canasta familiar que es conformada por alimentos y bebidas, estos se dividen en subgrupos como mostramos en la siguiente tabla:

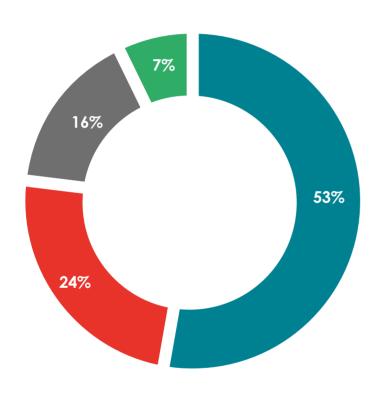
NO Orden	GRUPOS Y SUB GRUPOS DE CON- Sumo	ENCARECIMIEN- To Mensual	COSTO ACTUAL EN DOLARES	DISTRIBUCIÓN DEL	RECUPERACIÓN EN EL CONSUMO	
UNDEN	20M0			INOUE SO ACTUAL	EN DÓLARES	% DEL COSTO
1	Alimentos y Bebidas	0,76	210,30	250,89	-40,60	-8,47
2	Cereales y Derivados	-7,92	36,51	37,38	-0,87	-0,18
3	Carne y Preparaciones	2,64	33,84	35,81	-1,97	-0,41
4	Pescados y Mariscos	-2,33	9,53	13,09	-3,56	-0,74
5	Grasas y aceites	62,53	10,80	1,98	-1,18	-0,25
6	Leche, huevos	0,45	25,48	27,18	-1,70	-2,58
7	Verduras frescas	-0,99	14,42	26,81	-12,39	-0,11
8	Tuberculos y derivados	1,55	18,95	19,48	-0,53	-1,67
9	Leguminosas	14,77	5,21	13,19	-7,99	-1,52
10	Frutas frescas	1,80	15,86	23,15	-7,29	-0,04
11	Azucar, sal, condimentos	0,24	7,04	7,26	-0,21	-0,42
12	Café, té, gaseosas	-17,73	5,52	7,52	-2,00	-0,12
13	Otros productos	-5,48	2,85	3,42	-0,57	-0,42
14	Alim y beb, fuera del hogar	0,21	24,29	24,63	-0,34	-0,07
	total	2,12	479,19	660,80	-181,61	-37,90

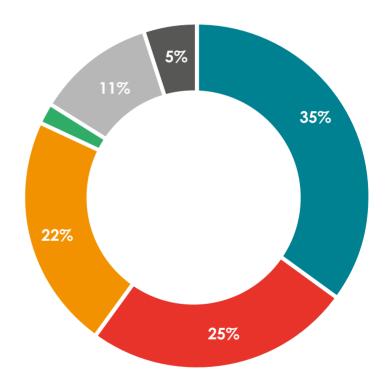
A continuación, con los siguientes datos que nos brinda el INEC nos muestra la escasez y la falta de venta de productos.

Este gráfico nos dice que, los productos con menor oferta en la ciudad de Cuenca y por consiguiente en Azogues son los 4 indicados, sin embargo, esta escasez se da por sectores debido que en la región costa es todo lo contrario, entonces, estos 4 tipos de productos nos es conveniente comercializar por lo que la adquisición del producto es difícil y esto puede dar inconvenientes al momento de realizar la venta. Sin embargo, para tener una visión más amplia y directa sobre el consumo de la gente al momento de comprar los productos, se realizó una consulta a 100 personas de entre 30 y 60 años hombres y mujeres; se formuló con una sola pregunta que consiste en:

Al momento de adquirir productos alimenticios. ¿Cuáles son de su mayor demanda?

La encuesta realizada nos dió como resultado que las verduras son las de mayor demanda, por lo tanto, son de mayor comercialización en los mercados; sin embargo, como se puede observar que existe otros tipos de productos que se comercializan con frecuencia, como son las frutas y hortalizas.





CAFÉ, TÉ, GASEOSAS

OTROS PRODUCTOS

CEREALES Y DERIVADOS
PESCADO

VERDURAS
HORTALIZAS
OTROS

FRUTAS

CEREALES

CARNE

2.2 ESPACIOS ÚTILES PARA EL COMERCIO MÓVIL



2.2.1 CONTENEDOR

Un contenedor es un recipiente de carga para el transporte marítimo o fluvial, transporte terrestre y transporte multimodal. Se trata de unidades estancas que protegen las mercancías de la climatología y que están fabricadas de acuerdo con la normativa ISO (International Organization for Standardization), por ese motivo, también se conocen con el nombre de contenedores ISO. (4)

(4) Marí Sagarra, Ricard; de Larrueca, Jaime Rodrigo (2007). El tansporte en contenedor (Primera edición). Barcelona (España): Marge Books.

a) PARTES ESTRUCTURALES DE CONTENEDOR

Pilares postes: Son elementos ubicados en las esquinas del contenedor, formando un marco vertical.

Esquineros: Son molduras ubicadas en las esquinas del contenedor y sirven para manipularlo.

Travesaño y solera: Es el elemento que se encuentra en la puerta principal formando un marco sobre esta.

Marco frontal: Se ubica frente a la puerta principal del contenedor, está conformada por los travesaños superiores e inferiores.

Travesaño Superior: Son los elementos en los costados del contenedor, formando una estructura.

Travesaño inferior: Son los elementos inferiores a manera de vigas ubicados en los costados del contenedor, forman una estructura.

Travesaños de piso: Ubicadas dentro del marco del soporte del piso. Son las vigas transversales que soportan el contenedor.

Piso: Generalmente es de tablones o madera lamina dura o suave. 25

Costados y Frente: Los contenedores tienen paneles de acero corrugado, los mismos que apoyan en los durmientes longitudinales.

Puertas: Por lo general, estos elementos son de metal y enchapado corrugado.

Sello de seguridad: Es un código propio del contenedor, el mismo que se coloca en la puerta principal como información.

b) MATERIALIDAD

El tipo de material del contenedor depende de la mercadería que se trasportará; estas son las siguientes:

* Acero de alta resistencia, este sistema constructivo se aplica perfiles metálicos de diferente forma y tamaño.

- * Aluminio, este soporta la corrosión.
- * Madera contrachapada reforzada con fibra de vidrio.

c) TIPOS DE CONTENEDORES

Dry Van: estos contenedores son estándar cerrados sin refrigeración y ventilación. Su acceso está dado por dos portones que se encuentran a cada extremo del contenedor. Su dimensionamiento es de 20 y 40 pies.

CONTENEDOR DRY VAN DE 20 PIES							
Parte	Largo	Ancho	Alto				
Exterior	6.06m	2.43m	2.59m				
Interior	12 . 03m	2.35	2.39m				
Puertas Abiertas	2.34m	2 . 27m					
Capacidad	67.6m3						
Tara	8200 lb	3720 kg					

Reefer: Miden 20 pies y son refrigerados, además, cuenta con un sistema de conservación de frío o calor. Funcionan bajo corriente trifásica y deben ir conectado al buque o camión.

CONTENEDOR REEFER DE 20 PIES							
Parte	Largo	Ancho	Alto				
Exterior	5.55m	2.35m	2.59m				
Interior	5.46m	2 . 24m	2.39m				
Puertas Abiertas	2.24m	2.18m					
Peso	25400 kg						
Tara		2870 kg					

Reefer High Cube: cuenta con las misma características del reefer, pero su capacidad es de 40 pies.

CONTENEDOR REEFER HIGH CUBE DE 20 PIES						
Parte	Largo	Ancho	Alto			
Exterior	11.67m	2.35m	2.30m			
Interior	11.58m	2.28m	2.55m			
Puertas Abiertas	2.29m	2.57m				
Peso	32500 kg					
Tara		4630 kg				

Open top: Cuenta con la característica de abrirse en la cara superior, además, se usa para trasportar cargas grandes porque que es empacado desde la parte superior.

CONTENEDOR OPEN TOP DE 20 PIES						
Parte	Largo	Ancho	Alto			
Exterior	5.97m	2.42m	2.40m			
Interior	5.89m	2 . 34m	2.34m			
Puertas Abiertas	2.33m	2 . 27m				
Peso	24000 kg					
Tara		2140 kg				

Flat Rack: este tipo de contenedor no cuenta con laterales, es decir, es abierto por los costados; es usado para trasportar elementos difíciles de manipular.

CONTENEDOR FLAT RACK DE 20 PIES						
Parte	Largo	Ancho	Alto			
Exterior	6.05m	2.45m	2.42m			
Interior	5.98m	2.39m	2.36m			
Puertas Abiertas						
Peso 25400 kg						
Tara 3080 kg						

Open Side: Es abierto a un costado y se utilizado para carga y descarga en trenes.

CONTENEDOR OPEN SIDE 20 PIES						
Parte Largo Ancho Alto						
Exterior	5.95m	2.38m	2.03m			
Interior	5.89m	2.31m	1.96m			
Puertas Abiertas	2.23m	1 . 96m				
Capacidad 25400 kg						
Tara 2930 kg						

d) EL CONTENEDOR COMO ELEMENTO URBANO

Hoy en día, se puede visualizar la implementación de este tipo de espacios ya sea para vivienda o locales comerciales. La percepción de la sociedad ha cambiado, empleando métodos innovadores de supervivencia y de vivienda. La arquitectura y el diseño se encuentran estrechamente relacionados con la ergonomía con espacios que se acoplan hacia la disposición del ser humano respondiendo prioritariamente a los requerimientos básicos, y a su vez brindando flexibilidad espacial, seguridad y confort.

P342 ONO

11 CIUDAD CONTENEDOR - LONDRES_REINO UNIDO

e) VENTAJAS Y DESVENTAJAS DEL USO DEL CONTENEDOR PARA EL COMERCIO MÓVIL

VENTAJAS	DESVENTAJAS	
Transporte de puerta a puerta	Costo elevado	
Deterioro mínimo	Los productos no se conservan en su interior	
Menos mano de obra	El emplazamiento no siempre es óptimo	
Espacialidad óptima	Se calientan demasiado	
Fácil trasportación		

2.2.2 AUTOBÚS

Puede ser llamado bus, colectivo, ómnibus o guagua. Estos son los nombres más usados en el medio. Son vehículos diseñados para el trasporte de personas, sin embargo, desde hace décadas se ha utilizado con otra visión; ya no solo para transporte de personas, sino para el turismo, comercio, etc. Su capacidad puede variar entre 10 y 120 personas dependiendo del tipo de bus.

a) TIPOS DE AUTOBÚS:

Minibús.- Es un autobus conocido como buseta, además es pequeño y cuenta con una capacidad de 8 a 30 pasajeros.

Midibús.- Es un autobús mediano con una longitud de 8 a 10.5m.

Autobús articulado.- Cuenta con dos o más secciones.

Autobús de dos pisos.- Es utilizado para turistas, pero en Europa es usado para trasporte urbano.

Autocar.- Es de gran capacidad de pasajeros. Es conocido en el medio como inter-provincial o de largo recorrido.

Trolebús.- Es de sistema eléctrico y no necesita de carriles, pero cuenta con cables aéreos para su tracción.

Ferrobús.- Es un vehículo ligero usado para trasporte urbano con un chasis regular.

Chivas.- Son típicos de Ecuador y son adaptados en una tecnología artesanal.



b) CARACTERÍSTICAS:

ESPECIFICACIÓN	CARACTERÍSTICA
Estructura	 Estructura de acero y perfiles. Altura promedio de plataforma de 1m.
Laminación	• Acero galvanizado. • Aluminio.
Vidrios	Parabrisas.Ventanillas laterales y corredizas
Puertas	• 3 o 4 puertas promedio.
Espejos	Exteriores e Interiores.Salidas de emergencia.
Interiores	 Ventiladores Pasamanos. Piso de acero. Iluminación interior. Espacios Ergonómicos.
	• Altura promedio de 2.5m



c) COMO ELEMENTO URBANO

En la actualidad se está instalando locales comerciales en este tipo de transporte, debido a que se puede ubicar en diferentes urbes y zonas aledañas, sin embargo, para desarrollar este tipo de comercio, es necesario contar con profesionales que puedan establecer la estructura adecuada y poder satisfacer todas las necesidades. Existe normativas, reglas y permisos para que este tipo de locales puedan funcionar por su ocupación de espacio en la calzada, además debe cumplir con ciertos requisitos.

d) TAMAÑO:

VEHÍCULO	LONGITUD	ASIENTOS	CAPACIDAD	POSICIÓN DE MOTOR	
Microbús	4.5 – 6 m	8 - 12	8 – 12	frontal	
Minibús	6 – 7.5 m	13 – 22	20 – 35	frontal	
Midibus	8 – 10.5 m	20 – 30	35 – 85	Trasero	
Estándar	10.6 – 12 m	35 – 40	100 – 120	Trasero	

e) VENTAJAS Y DESVENTAJAS DEL USO DEL AUTOBÚS EN EL COMERCIO MÓVIL:

VENTAJAS	DESVENTAJAS
Fácil transportación.	Ocasiona contaminación.
Deterioro mínimo	Requiere de mucho mantenimiento
Espacialidad óptima	Emplazamiento complejo
	Se calientan demasiado

a) TIPOS DE REMOLQUE

Remolques Industriales



- Remolques destinados al transporte de todo tipo de cargas.
- Remolque legalizado hasta 750 kg.
- Posibilidad de fabricar en chapa galvanizada o aluminio.

Remolques tipo furgón



- Remolques fabricados de aluminio.
- Poseen amortiguadores que pueden ser desmontables.
- Son fabricados de uno o dos ejes.
- La caja puede ser de: 1.80m x 2.70m

Remolques platoformas



- Es usado para trasporte de vehículos
- Cuenta con un chasis reforzado.
- Soporta hasta 2000kg
- Sus medidas vienen en 4m, 4.5m, 5m de longitud.

2.2.3 REMOLQUE

El remolque cuenta con un mínimo chasis y depende de su peso posee propios frenos. Este objeto es arrastrado por un vehículo, motos o bicicletas. En general, los agricultores usan este transporte para llevar equipos agrícolas y maquinaria, también los concesionarios de autos utilizan los remolques para trasportar los autos sin que exista deterioro alguno.

d) COMO ELEMENTO URBANO

En lo que se observa en el medio este tipo de objetos es muy habitual, ya sea trasportando objetos o desarrollando alguna actividad comercial. Son seguros y cuentan con chasis. Se ha observado en muchos casos el uso del remolque para vender comida rápida, además, on muy aceptados por los comerciantes ya que cuentan con características adecuadas para el comercio y son de fácil transportación.

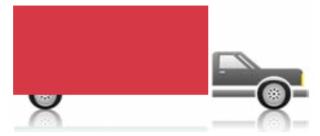
c) VENTAJAS Y DESVENTAJAS DEL USO DEL REMOLQUE PARA EL COMERCIO MÓVIL:

Fácil transportación. Por su enganche no son muy seguros Su emplazamiento es óptimo en cualquier lugar. Cuenta con amortiguación. Son estrechos.

Son autónomos.

a) TIPOS DE CAMIÓN

CAMIONES DE 2 EJES, SOPORTAN HASTA 16 TONELADAS.



Estos camiones cuentan con una plataforma dado por el chasis del vehículo, su cajón viene incorporado al camión, es decir todo el vehículo forma un solo elemento sin articulación alguna. Sus medidas son de 4m x 2.5x y 5m x 2.5m

CAMIÓN RÍGIDO DE 4 EJES, SOPORTA HASTA 27 TONELA-DAS.



Es un vehículo de una sola pieza formado por largueros rígidos desde la parte delantera. Su medida del cajón es de 5m x 2.7m.

CAMIÓN Y REMOLQUE DE 6 EJES, SOPORTA HASTA 48 TO-NELADAS.



Este vehículo se incorpora con un remolque para su funcionamiento de carga, debido que tiene una pequeña plataforma de acero en la parte posterior, esta sirve de enganche para el remolque sus medidas son vienen de acuerdo con el remolque que se vaya a acoplar.

2.2.4 CAMIÓN

Es utilizado para transporte de bienes y disponen de un chasis, ade cuenta con un sistema de estructura integrada. Existen camiones de tipo como son pequeños, medianos y todoterreno. Los camiones har la evolución de una simple caja hasta un elemento para trasportar quier tipo de mercadería u objeto.

b) COMO ELEMENTO URBANO

Este tipo de elementos no han sido empleados con gran frecuencia para comercio en sí, sin embargo resultan muy útiles para el trasporte de alimentos hacia diferentes regiones del país, la mayoría de pequeñas y medianas industrias de alimentos emplean este tipo de trasporte para sus productos.

c) VENTAJAS Y DESVENTAJAS DEL USO DEL CAMIÓN PARA EL COMERCIO MÓVIL:

VENTAJAS	DESVENTAJAS	
Fácil transportación.	Contaminan el medio ambiente	
Su emplazamiento es óptimo en cualquier lugar.	Son estrechos.	
Cuenta con amortiguación.	Nos son muy seguros para productos alimenticios.	
Son autónomos.		

2.2.5 PERIODO DE VIDA ÚTIL Y VENTA DE PRODUCTOS

Según Richard L. Sandhusen, el ciclo de vida y venta del producto es un modelo que supone que los productos introducidos con éxito a los mercados competitivos pasan por un ciclo predecible con el transcurso del tiempo, el cual consta de una serie de etapas (introducción, crecimiento, madurez y declinación), y cada etapa plantea riesgos y oportunidades que los comerciantes deben tomar en cuenta para mantener la rentabilidad del producto (5).

Estas estrategias son herramientas que ayudan a fijar los objetivos y requisitos para ser alcanzados. Sin embargo, este tipo de conceptos se dan hacia los grandes y medianos empresarios de productos. En una entrevista sobre el ciclo de vida y venta de los productos a los pequeños comerciantes de los mercados Norma Castro señala que "para obtener los productos nosotros tenemos que primero preparar el terreno, luego sembrar para luego cosechar y ser vendido en los puestos de mercado, pero no todo lo que esta aquí es cosechado por nosotros, sino compramos a los mayoristas que nos dejan los productos; estos alimentos nos cobran por kilos, sobretodo en las frutas. Nosotros tenemos que tratar de venderlos a como de lugar debido a que se daña y no tenemos posibilidad de devolución, entonces nosotros nos trasladamos hacia otros mercados para vender nuestros productos; y si por fuerza mayor no lo vendemos, usamos de

 (5) Sandhusen L. Richard, (2002).Mercadotecnia, Primera edición.Editorial Continental.

abono pero ya nuestro dinero se pierde.

16 PRODUCTORES ECOLÓGICOS - COLOMBIA

parte, en una entrevista acerca del periodo de vida útil de los productos con un empleado del supermercado "AKÍ" en la ciudad de Azogues, Miguel Méndez nos dice "Los productos que nosotros obtenemos son de calidad, mas no por cantidad. Estos productos son sometidos a pruebas por nuestros distribuidores, sin embargo nosotros también los fabricamos en nuestros laboratorios de alimentos como antes mencione de calidad. El ciclo de vida de nuestros productos cuentan con 4 etapas que son: Producción, Trasporte, Consumo y Reciclaje. Cuando nosotros observamos que alguna línea de productos no se consume, les sometemos a una etapa de promoción para que no exista pérdida alguna y tratar de solventar por lo menos el capital

Como conclusión de las entrevistas, existe una gran diferencia entre los grandes productores y los pequeños, debido que a los grandes productores el periodo de vida útil del artículo les es mucho más fructífero; además, los compradores acuden hacia ellos sintiendo una mayor seguridad por el mismo, por lo contrario los pequeños productores alargan el periodo de utilidad del producto de diferentes maneras tratando de venderlo para recuperar el capital invertido, y si el comprador no va hacia ellos, pues los comerciantes tienen que acudir hacia el comprador.

Las estrategias que usan estos productores grandes y medianos, resultan muy útiles debido a que si las fusionamos podemos establecer un buen mercadeo de productos de primera necesidad implementando en primer plano la calidad y luego los 4 puntos del supermercado que son: Producción, Trasporte, Consumo y Reciclaje; además, la estrategia de los pequeños comerciantes de llevar el producto hacia la clientela mediante la implementación de promociones o descuentos resulta una interesante iniciativa.

invertido"

Por otra

2.2.6 ENCUESTA SOBRE IMPLEMENTACIÓN DEL LOCAL COMERCIAL MÓVIL:

La siguiente propuesta trata sobre el funcionamiento de un local comercial móvil que es llevado a diferentes puntos del entorno fuera de la ciudad. Los productos a comercializar son de primera necesidad. Estos se van a comercializar de tal manera que sean llevados directamente hacia los hogares. El rango de edad que se realizará la encuesta es entre 20 y 50 años de edad entre ambos sexos y de todas las clases sociales. Los resultados fueron los siguientes:

¿Le interesaría adquirir productos de primera necesidad en un local comercial móvil? Porque.

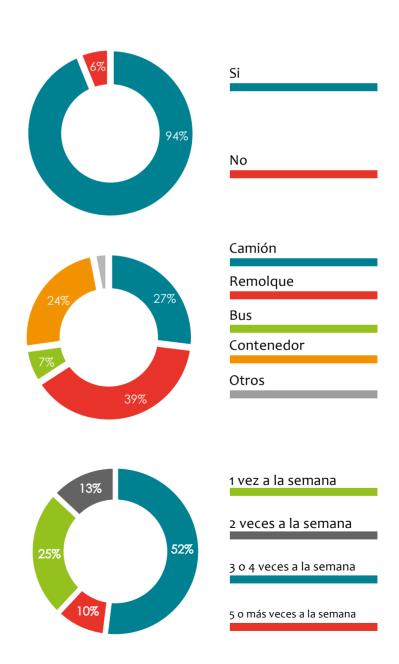
Los resultados son favorables, la razón de la gran mayoría fúe que es un tipo de negocio que no existe en el medio, además por razones de tiempo y de trasporte en muchos de los casos ellos prefieren comprar los productos entre la semana poco a poco mientras se necesite.

¿De que manera le interesaría que llegue este tipo de productos a su casa? Porqué.

La razón por la que escogieron el remolque como preferencia es debido a que es más accesible y pueden escoger los productos con mayor facilidad. Los camiones su razón es que ya han visto con particularidad camiones que venden frutas.

¿Con que frecuencia usted acudiría al local comercial para adquirir productos?

La gente acude con constancia a adquirir productos, por lo tanto, el local comercial es una de las prácticas de la vida cotidiana.





Entre los siguientes productos ¿Cuáles son de su mayor preferencia para adquirirlos en el local comercial móvil? Porque.

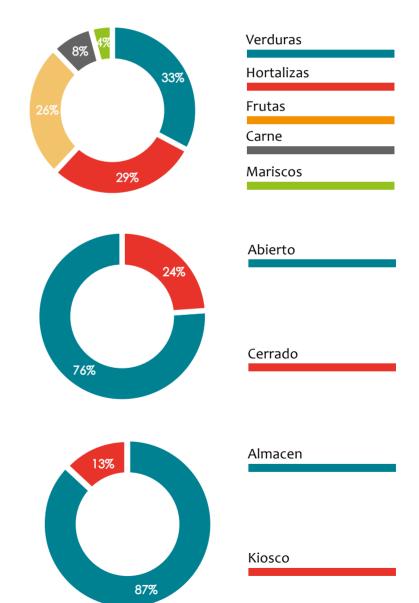
Los productos que prefiere la gente son: Las verduras, hortalizas y frutas debido a que estas son de más uso cotidiano. Las carnes y mariscos la gente prefiere comprar en los cárnicos debido a que es más fresco.

En su espacio interior del local comercial ¿Cómo le interesaría que sea? Porque.

La gente prefiere un espacio abierto es por la facilidad de ver los productos, otra razón es por la agilidad, iluminación y para que se mantenga los productos frescos.

¿Cómo le interesaría que sea el local comercial móvil? Porque.

Le interesa que sea de tipo almacén debido al servicio que se piensa brindar tiene que ser de calidad y para poder escoger más productos.



2.2.7 ANÁLISIS DE HOMÓLOGOS

a) EMPRESA "ENALES"

Empresa "Enales".- Se encuentra ubicada en España; se dedicada a la fabricación, reparación y mantenimiento de vehículos tienda, brindando servicios de elaboración de carrocerías y remolques.

La materialidad es de primera calidad de acuerdo a las normas aplicadas en dicho país.

Este local comercial cuenta con una carrocería auto portante, es decir, cuenta con un sistema hidráulico equipado en cada esquina de la caja otorgándole un emplazamiento. Además, dispone de mobiliario interior previamente adaptado a las necesidades tanto del cliente y el consumidor; la calidad del equipamiento responde a una función de protección del sol, calor, viento, frío y lluvia. Su diseño es ergonómico; también la materialidad es de acero inoxidable para que no exista algún daño en los alimentos.

Potencialidades.- Su sistema hidráulico que ayuda a que el local comercial cumpla una característica de autenticidad, debido a que puede ser transportado con gran facilidad uno o varios locales comerciales con un solo camión. Su sistema basculante de los extremos del espacio brinda iluminación natural y apertura, dando un aporte de luz interior, de tal modo, el sistema de iluminación artificial no sea usado dando un aporte al ecosistema. Además, su materialidad de acero inoxidable es correctamente empleada por los alimentos de venta y no se descompongan.

Debilidades.- La distribución interior de estanterías y mobiliario en general, es usado de una forma sencilla; a más de poseer una buena materialidad, esta no cuenta con una flexibilidad espacial, es decir, las estanterías son empotradas y no cumplen otras funciones a mas de ser exhibidores. Las partes como son cielorrasos no son aprovechadas.













b) EMPRESA "BUILDING STORE"

Esta empresa se encuentra ubicada en Chile, nace luego de las desgracias de terremotos ocasionados con la mejora de las condiciones estructurales de las pescaderías.

Se especializa en el equipamiento de estructuras móviles y modernas al rubro gastronómico con usos de materiales vinculados al medioambiente. Además, dispone con líneas de locales comerciales móviles como son de arrastre, eléctricos, de reparto y modelos de interior. Estos modelos de locales comerciales móviles cuentan con características, de acuerdo lo que solicite el cliente. En este caso el tipo de espacio es para venta de frutas, hortalizas y juegos naturales; a pesar de que es tan reducido estos espacios son aprovechados. Los locales comerciales son fabricados en una misma empresa desde un principio, es decir, ellos configuran todo el trabajo; además cuentan con un sistema de remolque de varios tamaños.

Potencialidades.- La aplicación del diseño ya no es solo en el sistema, sino interviene en su expresión dando un mejor aporte a la percepción del cliente en la manera de mostrar sus productos. Las tonalidades neutras en el interior se manejan al igual que los proyectos anteriores dando sensaciones de limpieza y amplitud del espacio; de igual modo aprovechan en sus proyectos la iluminación y la materialidad que es de acero inoxidable.

Debilidades.- Todos sus proyectos tienen similitud en las formas y la manera de distribución del equipamiento en el local; además, no existe una relación cliente-vendedor-productos, es decir, existe una restricción que el cliente no pueda tocar el producto para adquirirlo. Maneja una protección con el medioambiente, sin embargo, utilizan materiales como son la fibra de vidrio en el interior y exterior.





c) EMPRESA "CARROCERIAS JÁCOME"

Este tipo de empresa se dedican a la fabricación de cualquier tipo de adaptación de carrocerías de acuerdo a las necesidades del usuario. La fabricación de buses es su punto más fuerte con diferentes técnicas que les permite llegar

a la obtención de el acoplamiento de las carrocerías. Todas estas adaptaciones están sujetas a las normas ISO que brindan los estándares para la seguridad de los usuarios.

RECURSOS HUMANOS

2.2.8 CONCLUSIONES

• Hoy en día, la exhibición de productos no se utiliza de una manera adecuada; esto nace desde las prácticas de comercialización en los mercados o negocios ambulantes, etc. Esto no se debe a la falta de espacialidad, sino a la manera de exhibir el producto.

• El INEC me brindó la información del tipo de productos de la canasta familiar, sin embargo, gran parte de los productos que requiere la gente son perecibles.

• En el universo de espacios existe diversos tipos, materiales y potencialidades; sin embargo, la autenticidad y la practicidad son factores claves para que el local tenga un fácil montaje y pueda funcionar de manera independiente.

• El equipamiento de los locales comerciales tanto en nivel local e internacional se distribuye en base a los productos mas no en la relación de cliente-vendedor-producto.

• El ciclo de venta y vida de los productos ayuda a comprender el tipo de acondicionamiento del espacio, asimismo la espacialidad que se otorga a cada producto.

• Según la encuesta realizada a las personas si les interesa adquirir productos en este tipo de locales con una frecuencia regular, a esto se añade un espacio amplio y abierto para que puedan tener una buena relación con el producto.

5

Algún día en cualquier parte, en cualquier lugar indefectiblemente te encontrarás a ti mismo, y ésa, sólo ésa, puede ser la más feliz o la más amarga de tus horas.

PABLO NERUDA

CAPÍTULO 3

3.1 SELECCIÓN DEL ESPACIO

Movilidad.- Hace referencia al fácil sistema de trasporte a seleccionar. Dentro de esta variable podemos encontrar al emplazamiento, autenticidad, seguridad, modularidad.

CONTENEDOR DE 20 PIES (6,5M X 2,5MM)							CAMIÓN							
		Movilida	d			Movilidad								
	Fácil trans- porte	Emplaza- miento	Autentici- dad	Seguri- dad	Modulari- dad			Fácil trans- porte	Emplaza- miento	Autentici- dad	Seguri- dad	Modular dad		
Mala							Mala			*				
Regular	*						Regular		*		*	*		
Buena		*					Buena	*						
Muy Buena			*	*	*		Muy Buena							
Exhibición							Exhibición							
	Iluminación			Temperatura				lluminación			Temperatura			
Mala					*		Mala							
Regular		*					Regular		*			*		
Buena							Buena							
Muy Buena							Muy Buena							
		Almacena	je			Almacenaje								
	Capacidad		Dimensión		Espaciali- dad		Capac		idad Dimens		Espaciali- sión dad			
Mala							Mala							
Regular							Regular					*		
Buena							Buena	*		*				
Muy Buena	*		*		*		Muy Buena							
			Total		80/100					Total		55/100		

Exhibición.- Comprende cómo el espacio seleccionado actúa frente a la exhibición de productos alimenticios, no obstante también interviene la iluminación, temperatura.

Almacenaje.- Capacidad que cuenta el espacio para recolectar los productos con sus dimensiones y espacialidad.

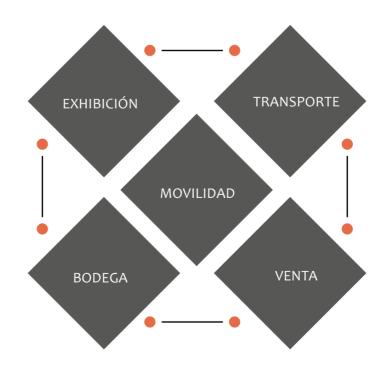
AUTOBUS							REMOLQUE								
Movilidad							Movilidad								
	Fácil trans-	Emplaza-	Autentici-					Fácil trans-	Emplaza-	Autentici-	Seguri-				
	porte	miento	dad	dad	dad			porte	miento	dad	dad	dad			
Mala			*				Mala								
Regular	*	*			*		Regular								
Buena				*			Buena		*	*	*				
Muy Buena							Muy Buena	*				*			
	Exhibición							Exhibición							
	Iluminación Temperatura				oeratura			ı	Temperatura						
Mala							Mala								
Regular							Regular		*			*			
Buena		*			*		Buena								
Muy Buena							Muy Buena								
	Almacenaje							Almacenaje							
	Capacidad		Dimensión		Espaciali- dad			Capacidad		Dimensión		Espaciali- dad			
Mala							Mala								
Regular							Regular								
Buena	*		*		*		Buena	*		*		*			
Muy Buena							Muy Buena								
			Total		62,5/100					Total		75/100			

En conclusión, el espacio seleccionado es el contenedor de 20 pies, es decir, el más pequeño; además, cuenta con varias potencialidades y se ha utilizado en varios proyectos de diseño y arquitectura. Del mismo modo cuenta con la ventaja que su espacio dispone ya de paredes, piso y cielo raso. De manera que su acondicionamiento no es costoso y es eficiente al momento de intervenir.

3.2 ESPACIO SELECCIONADO



3.3 NECESIDADES Y CONDICIONANTES



3.4 ACONDICIONAMIENTO EXTERIOR

CILINDRO HIDRÁULICO

Especificaciones

-Diámetro de 88mm. - Altura de 4,5m.

- Volumen de 2,8. - Peso máximo de 8000kg.

Este sistema será utilizado en cada esquina del contenedor, de manera que baje con todo el cuidado y funcione de un modo práctico y adaptable. Además, requiere de poco tiempo para su emplazamiento. Existen diversas empresas en el medio local donde se puede adquirir este tipo de sistema.

BRAZO PARA PUERTAS ABATIBLES

Especificaciones:

-Altura = 10,7cm -Largo = 64 cm

-Voltaje= 230V -Carga el peso de= 6,5kg

Este sistema ayudará que las puertas del contenedor se abran de tal modo que funcione de una manera abatible; o sea, consiste en pistones hidráulicos que permiten la suavidad en la apertura de las puertas del contenedor. Este producto es de fácil acceso en el medio y se puede encontrar con facilidad en las ferreterías y en centros comerciales.

RECUBRIMIENTO TÉRMICO

Existen diversas maneras de realizar un aislamiento térmico en un contenedor, una de las más sencillas es aplicar una pintura cerámica ya que esta cuenta con propiedades aislante y anticorrosivas. Esta aplicación puede bajar hasta un 50% de su temperatura, tanto interior como exterior. La aplicación de esta pintura es utilizada en la industria para aislar domos de metal, en embarcaciones, tuberías, tanques y conductos.



CILINDRO HIDRÁULICO KRANT PAKOL

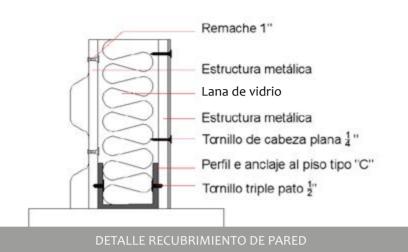


BRAZO HIDRÁULICO CLEMSA



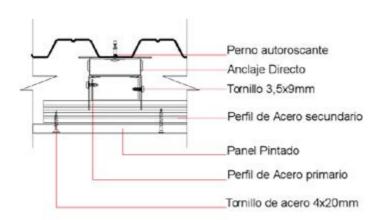
PINTUA TÉRMICA TEMP COAT

3.5 ACONDICIONAMIENTO INTERIOR



Piso epóxico Rasante mortero e=2cm Piso actual de contenedor Estructura de contenedor

DETALLE RECUBRIMIENTO DE PISO



DETALLE RECUBRIMIENTO DE CIELO RASC

Recubrimiento de pared

Se utilizará un recubrimiento de yeso cartón con estructura metálica para la conservación de alimentos. Este deberá tener la menor junta posible entre las planchas, además, se colocará la cinta para cubrir las juntas entre las planchas de yeso. Todo este sistema se construirá con estructura metálica debido al movimiento en la trasportación.

Recubrimiento de piso

La idea es contar con un piso llano y no tener juntas; esto ayudará en la higiene del local comercial y que entre las uniones no haya residuo alguno de alimentos, además, el piso epóxico es de fácil limpieza

Recubrimiento de cielo raso

El cielo raso se manejará de forma provisional y mediante la concreción de la propuesta se escogerá la más conveniente. La tecnología utilizada es de yeso cartón; al igual que en el manejo de las paredes por su rápido sistema.

3.6 MECANISMOS Y SISTEMAS DE MOBILIARIO

BISAGRAS

En varios almacenes y ferreterías podemos encontrar este tipo de bisagras. En el local de Masisa ubicado en la ciudad de Cuenca disponen de los siguientes productos de la marca "Hettich".

Este mecanismo ayudará a ganar espacio en el mobiliario con pliegues y brazos que dispone este sistema.

SISTEMA DE RIELES EN EL MOBILIARIO "PUSH TO OPEN"

Especificaciones:

-Largo= 40cm

-Soporta= 25kg

-Precio= \$45

-Proveedor= MASISA Cuenca

Proporciona mayor facilidad de apertura y cierre sin contar con tiradores en frente. Este sistema permite abrir el mobiliario con una pequeña pulsación.

SISTEMA DE ALMACENAJE EN MOBILIARIO

Estos sistemas son funcionales y almacenan un gran número de productos en una escasa espacialidad. Habitualmente son utilizados en mobiliario de cocina, pero se podría utilizar en el mobiliario del local comercial debido a su poca espacialidad brindando una mayor funcionalidad. Los siguientes sistemas son de la marca MOBILE que se puede encontrar en MASISA Cuenca.



BISAGRA SENSYS HETTICH











3.7 MATERIALES

LÁMINAS DE ACRILICO

Pueden ser empleados en el proyecto cambiando el uso por el cristal ya que es similar, además, posee propiedades como resistencia, es flexible, son menos flágiles a comparación con el vidrio y resisten a la luz solar. Por lo tanto, se emplearía este material por su constante movimiento y requiere de seguridad en lo productos.

MADERA MDF

Este material consiste en un aglomerado elaborado por fibras de madera. Se aplicaría en el proyecto ya que es de buena calidad y es fácil de cortar y amoldar. La fabricación del mobiliario consistiría de este material, pero antes realizando un estudio óptimo de los pegamentos que se empleará.

ACERO INOXIDABLE

Sin duda alguna este material es empleado en donde existe contacto con alimentos, entonces, el material cuenta con características importantes para este tipo de uso, además dispone de una elevada resistencia a la corrosión. Comúnmente este material es aplicado en los electrodomésticos, en fachadas de edificios y en fábricas de aliemntos.

3.8 CRITERIOS DE EXPERIMENTACIÓN

3.8.1 GEOMETRÍA

Este criterio es seleccionado porque dará como resultado una totalidad, es decir, la geometría cuenta con unidades, reglas, constantes y variables, pero las estructuras entre estas darán un resultado un espacio homogéneo o heterogéneo. Luego de estos parámetros se peude pasar al siguiente punto que es la morfología.

3.8.2 MORFOLOGÍA

Luego de la geometría se puede realizar una selección, combinación y valoración de las unidades y reglas, de tal manera que se pueda ver los elementos del sistema y los limites de configuración que lleva una estructura morfológica tomada desde la geo-

3.8.3 EXHIBICIÓN

Consiste en la miscelánea de los elementos utilizados en el comercio para su exhibición, esto es, plantear que mobiliario se puede aplicar en el comercio móvil y que cumpla parámetros versátiles.

3.8.4 ELEMENTOS CONSTITUTIVOS

Definir cuales son los elementos y como funcionarán es la manera de intervenir en las partes que forma un espacio, y así para poder llegar a una concreción formal.

metría.

3.9 MODELO CONCEPTUAL

3.9.1 DEFINICIÓN DEL MODELO DE EXPERIMENTACIÓN.

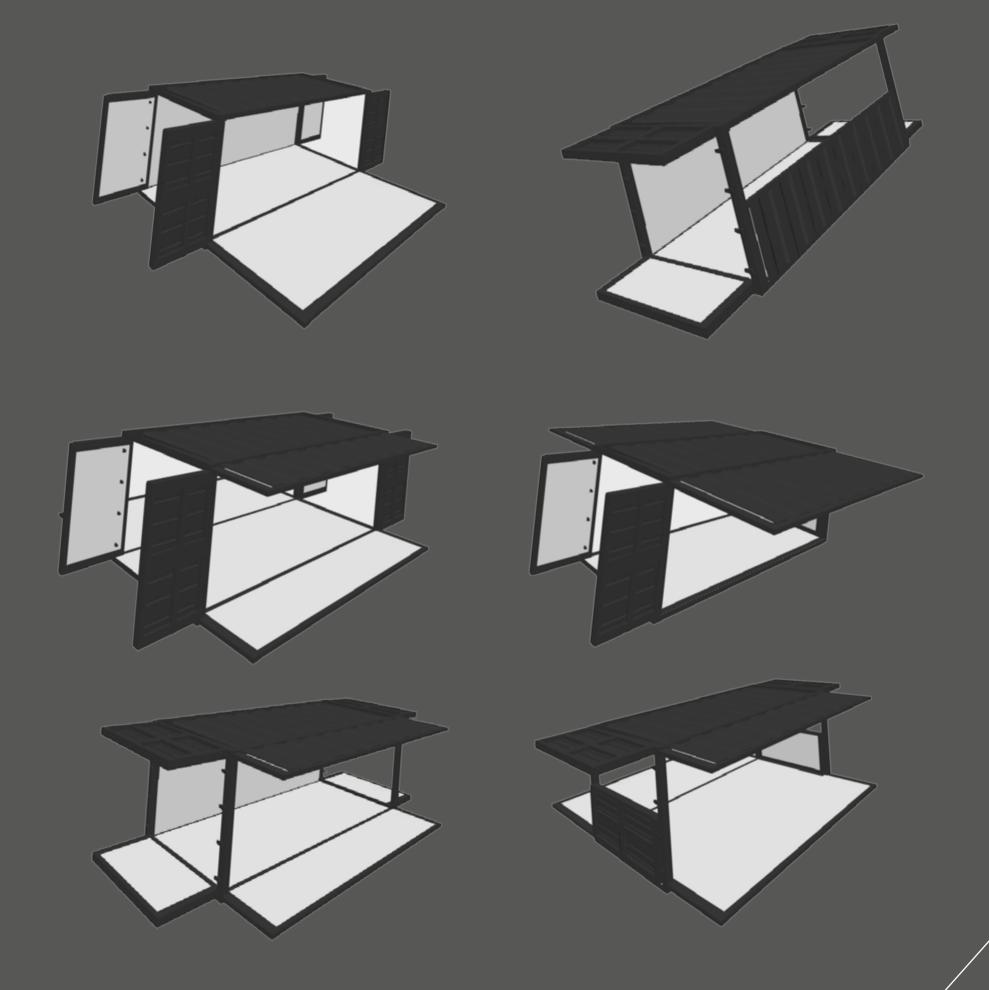
El siguiente modelo esta relacionado con los criterios de experimentación, de manera que se desglosa cada uno de sus puntos para configurar un esquema de relaciones desarrollando de la siguiente manera:

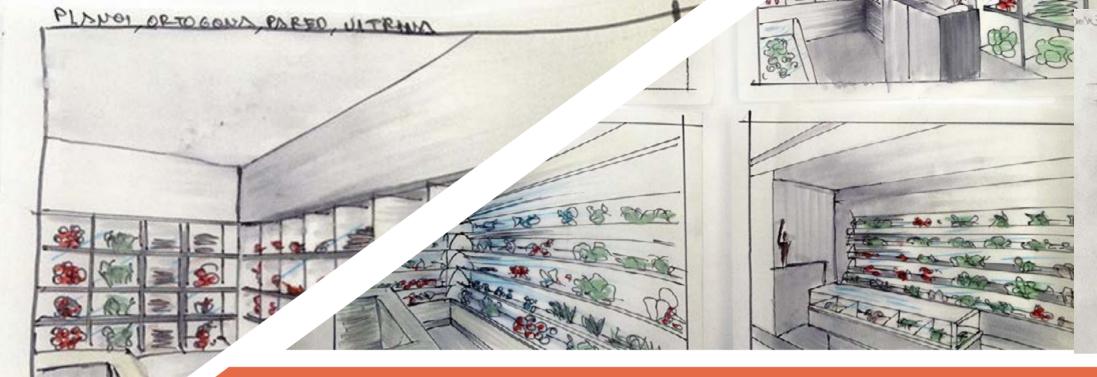
Geometría	Morfología	Elem.consti- tutivos	Exhibición	
Líneas		Piso	Repisas	
Planos	Ortogonal	Cielo raso	Módulos	
Volúmenes		Pared	Vitrinas	

ELEM. CONSTITUVOS MORFOLOGÍA ORGÁNICO BILOZ TORONO ORGÁNICO ORGÁNICO



Este proceso consiste en la columna de la propuesta, de modo que, dependiendo de como se despliega el contenedor se propondrá el diseño. Sin embargo, puede abrirse de varias formas dando soluciones de orden distributivo, mas no funcional. Por lo tanto, se elaboró propuestas de despliegue de acuerdo a las necesidades, tanto del comerciante como el consumidor.



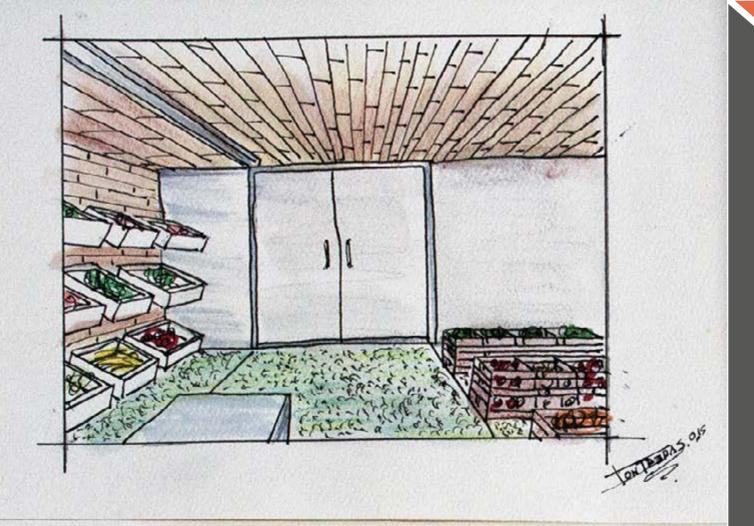


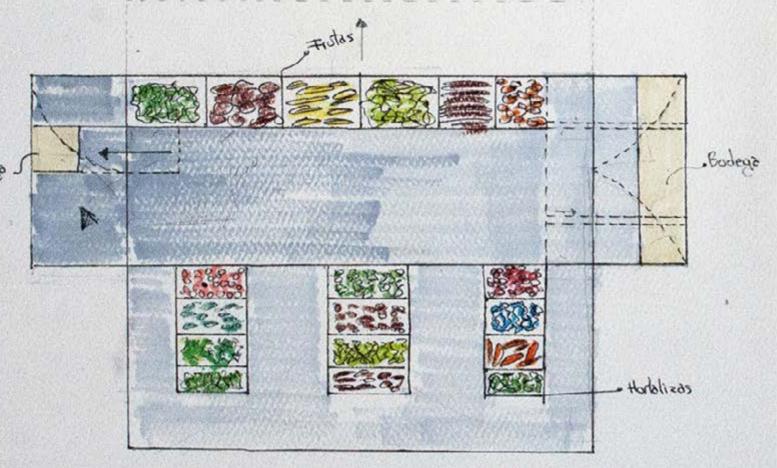
BOCETOS DE EXPERIMENTACIÓN



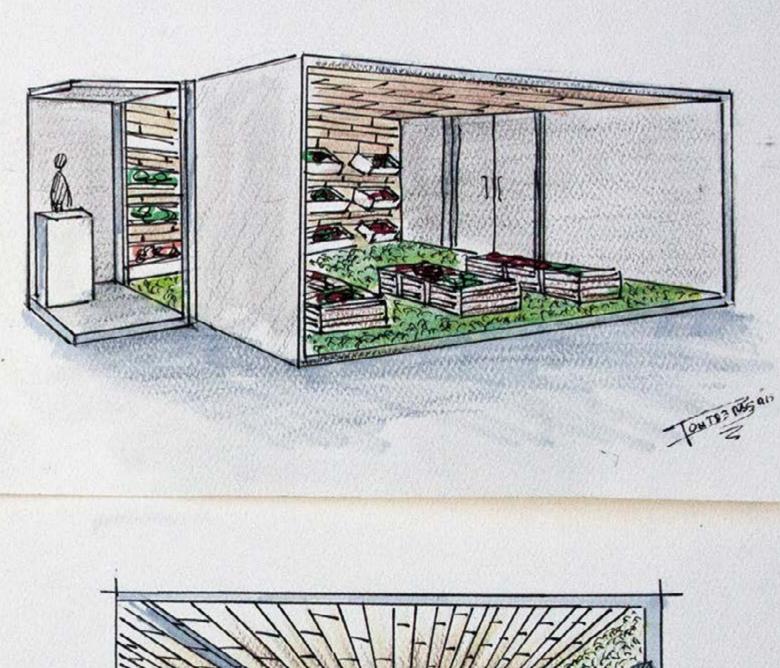


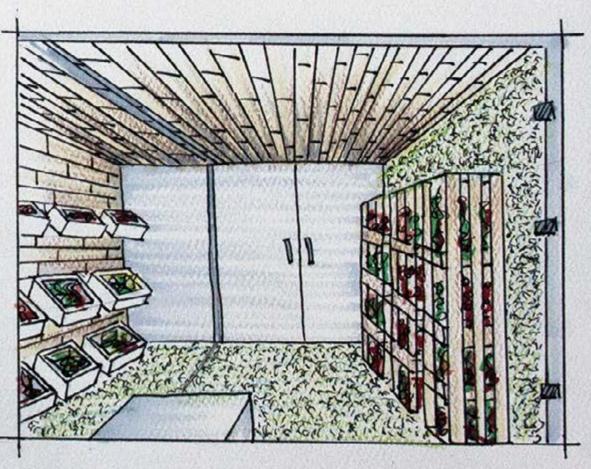






PLANTE Esc 1:50



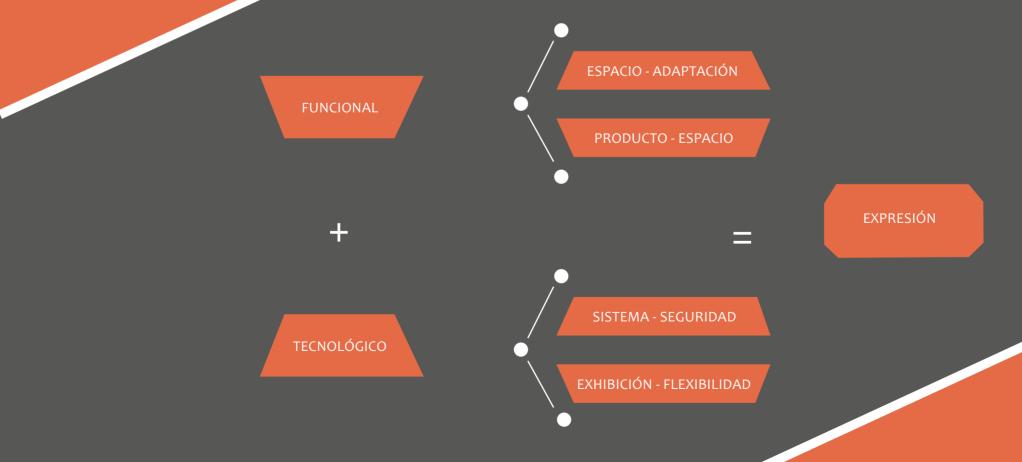


Janus seas and





3.11 CRITERIOS DE SELECCIÓN



3.12 CONCLUSIONES

a) POTENCIALIDADES

Elemento Rígido:

Un contenedor de carga esta fabricado en hierro y acero, entonces, esta es una de las potencialidades encontradas en la experimentación. Por esta razón este sistema es seguro y estable para productos, mobiliario e instalaciones.

Facil manipulación:

Plegar y desplegar el contenedor va a ser una rutina diaria en el comerciante, entonces, este cuenta con puertas en sus dos extremos, sin embargo, puede añadirse fácilmente bisagras o brazos hidráulicos en la apertura de todas las vistas del contendor, de esta manera se dió como una ventaja la fácil implementación tecnológica en el interior ya sea aplicando en pisos, paredes y cielo raso.

ANTROPOMETRÍA:

El confort ergonómico en las estaciones de trabajo son importantes tanto del el empleador como el trabajador. En este caso sería el comerciante y consumidor, de manera que, la facilidad y comodidad pueda desarrollar-se dentro del contenedor realizando diferentes actividades.

FLEXIBILIDAD ESPACIALIDAD:

A este concepto lo conocemos como la capacidad para adaptarse con facilidad a las diversas situaciones o necesidades. Entonces, la realización de diferentes tareas en el contenedor no solo va formar parte del usuario, sino también del local comercial por las concisiones espaciales reducidas.

b) LIMITACIONES

Aprendi que no se puede dar marcha atràs, que la esencia de la vida es ir hacia adelante. La vida, en realidad, es una calle de sentido único.

AGATHA CHRISTIE

CAPÍTULO 4

JUEGO DE AJEDREZ 4.1 ESTRATEGIAS DE DISEÑO

a) EXHIBICIÓN DE ACUERUO a) EXHIBICIÓN DE ACUERUO a) EXHIBICIÓN DE ACUERUO A) EXHIBICIÓN DE ACUERUO

Se pone en juego esta estrategia manejando a la exhibición de distintas maneras, aplicando de forma horizontal o vertical, de manera que, de acuerdo al sitio que se encuentre el comerciante podrá exhibir sus productos de las dos formas ya mencionadas. Por otro lado, la exhibición tendrá que efectuar una funcionalidad que pueda cambiarse, es decir, los productos alimenticios son de diferentes tamaños, por lo tanto, crear un mobiliario que pueda acoplarse fácilmente de acuerdo a las necesidades del comerciante y este pueda dar un uso dependiendo de la cantidad de productos para exhibir.

b) MENOR NÚMERU b) MENOR NÚMERTOS DE MOVIMIENTOS

El proyecto consiste en un emplazamiento de un espacio comercial versátil, entonces, al momento que el comerciante llega a su destino los movimientos a efectuar en el contenedor deberían ser pocos y fáciles. La materialidad del contenedor es de acero, entonces, los despliegues serán cortos aprovechando al máximo sus paredes.

.) EXHIBICIÓN - BODEGI

Estos 3 puntos facilitan la propuesta y forman una condicionante; por lo tanto, establecer en un mismo espacio una exhibición y bodega sin dejar a un lado la seguridad resultará un mobiliario eficiente.

4.2 HERRAMIENTAS DE DISEÑO

a) EXHIBICIÓN - BODEGA TRASPORTE TRIANGULACIÓN

Esta herramienta es muy utilizada en el comercio de alimentos por la conservación. Es decir, esta forma una pirámide y el peso de los alimentos se distribuye hacia la parte baja del apilamiento, dando un menor número de productos en la parte alta.

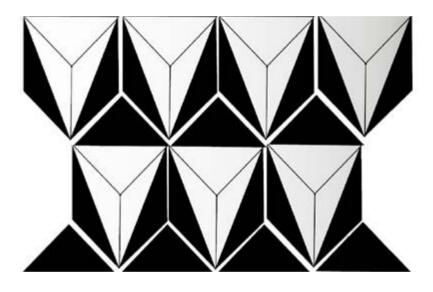
b) COMBINACIÓN DE ELEMENTOS

Esta herramienta ayudará ha aprovechar el espacio, es decir, el mobiliario adquiere una acondicionamiento de acuerdo a la necesidad del comerciante, entonces, este método puede efectuarse con una combinación, adición o sustracción de planos; los cuales son los que lo componen al mobiliario.

c) DESPLIEGUE

El contenedor puede deformarse de diferentes maneras, sin embargo, de acuerdo a las necesidades no se pueden generar varios movimientos. Entonces, la combinación de la exhibición con el despliegue genera una funcionalidad, de manera que, la exhibición sea tanto vertical como horizontal dado por el despliegue del contenedor. El espacio a ser intervenido es mínimo, por lo tanto, abatir las puertas ayudará ha aprovechar al máximo sus circulación y exhibiciones.



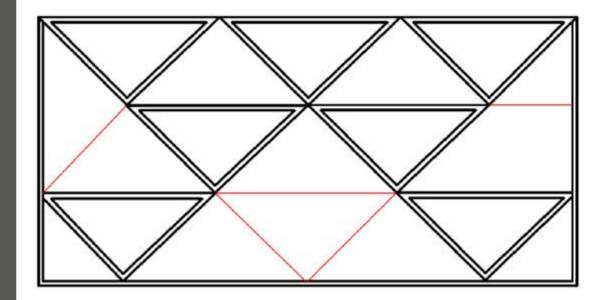




4.3 SOLUCIÓN

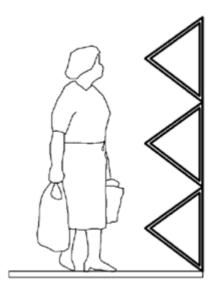
a) MOBILIARIO, EXHIBICIÓN Y TRIANGULACIÓN

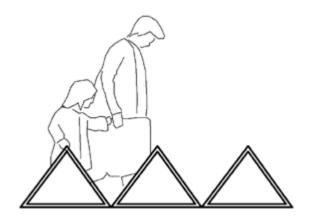
En la siguiente solución se aplica el método de diseño básico que consiste en adición y sustracción que en este caso son planos. Esto genera un conjunto de triángulos con uniones en sus aristas; de manera que, si aplicamos sustracción de planos tendríamos triángulos de mayor tamaño y diferente posición, entonces, de acuerdo a la necesidad del comerciante en la exhibición, se puede adicionar o sustraer los planos de un triangulo dando como resultado un mobiliario versátil.

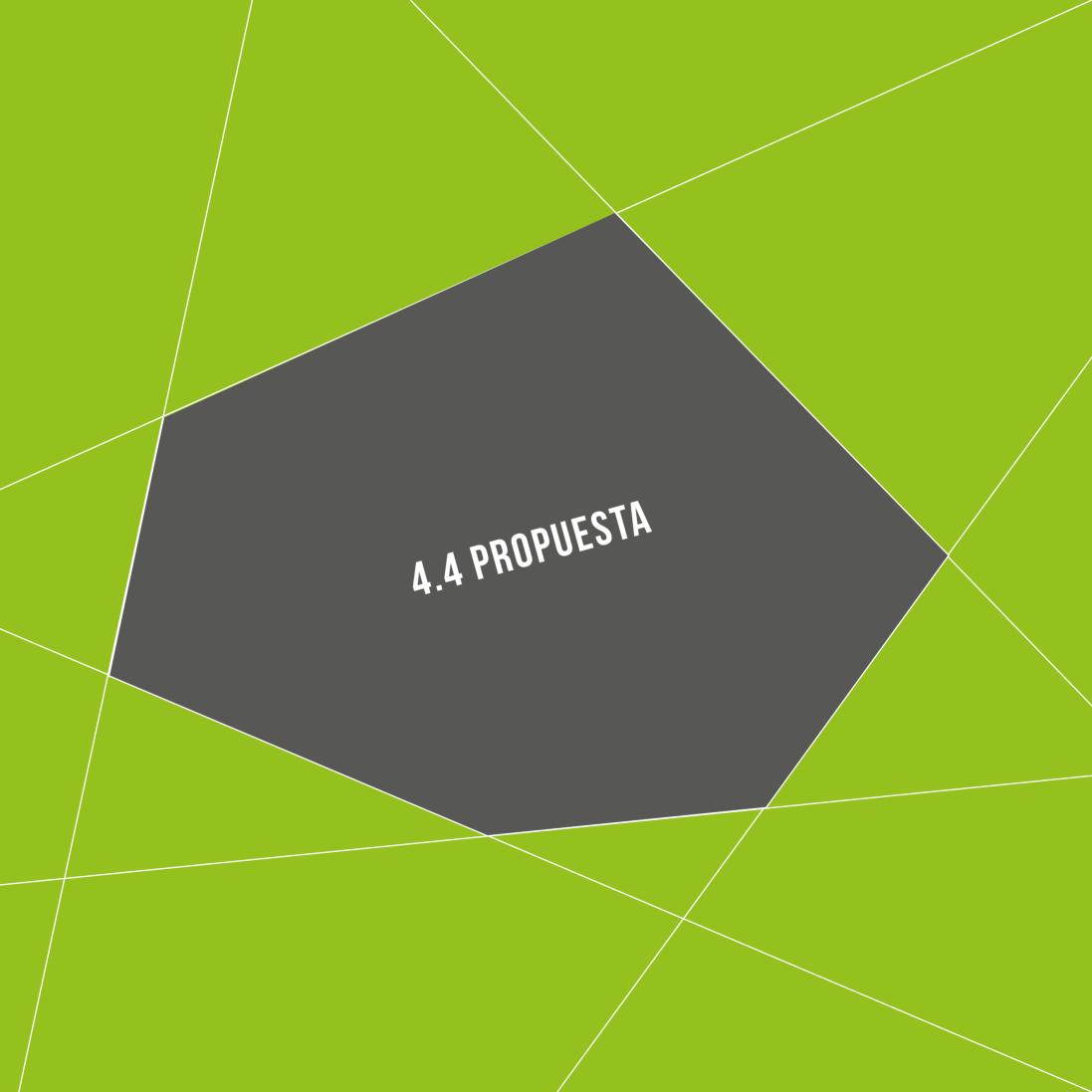


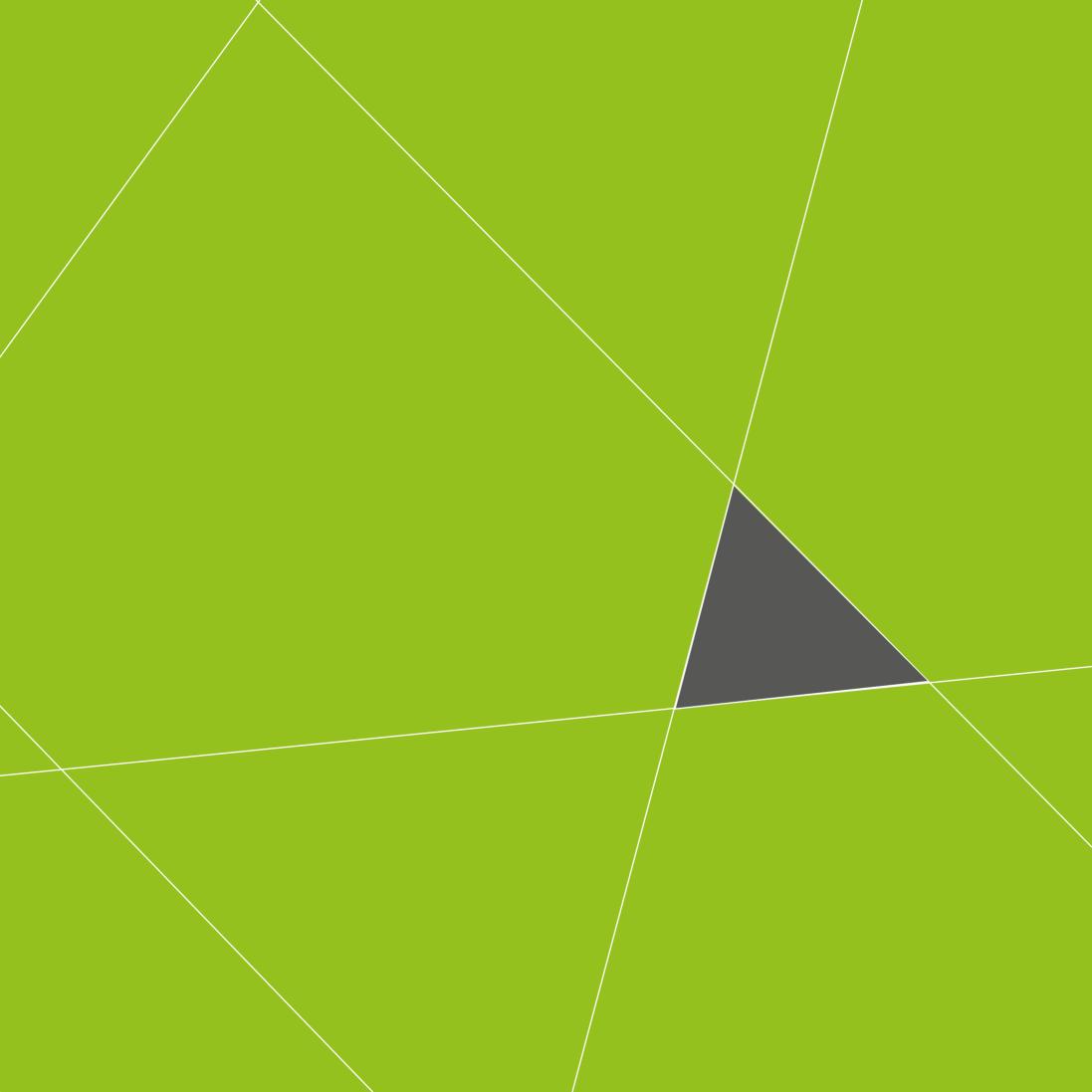
b) EXHIBICIÓN HORIZONTAL Y VERTICAL

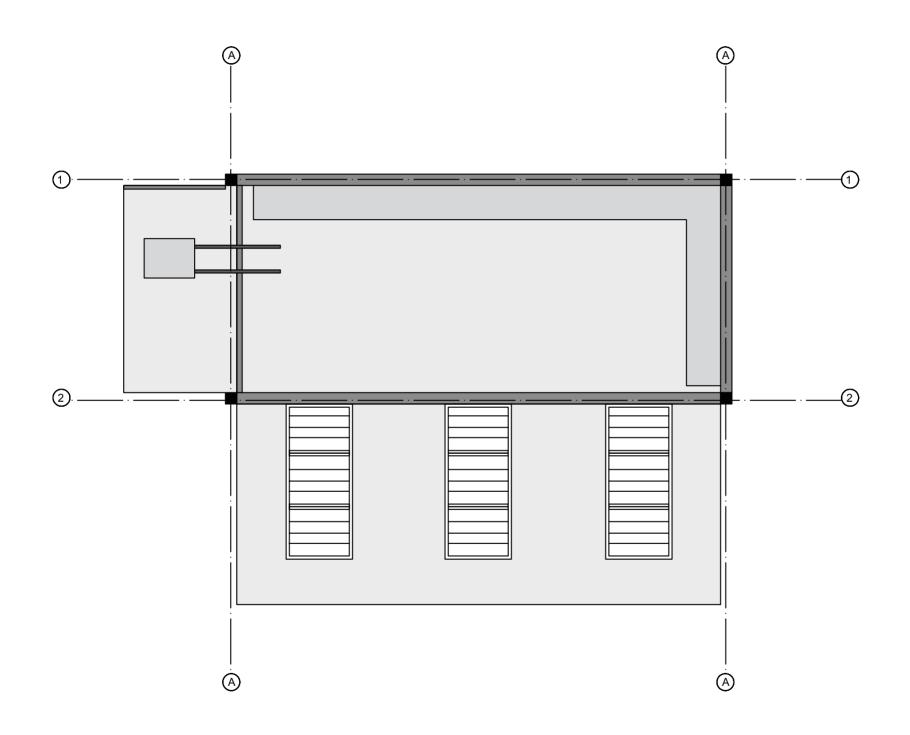
De acuerdo con el método de exhibición de forma triangular, se efectúa una propuesta aplicando las respectivas normas ergonómicas para su uso, de modo que con la apertura del contenedor se podría establecer esta solución.

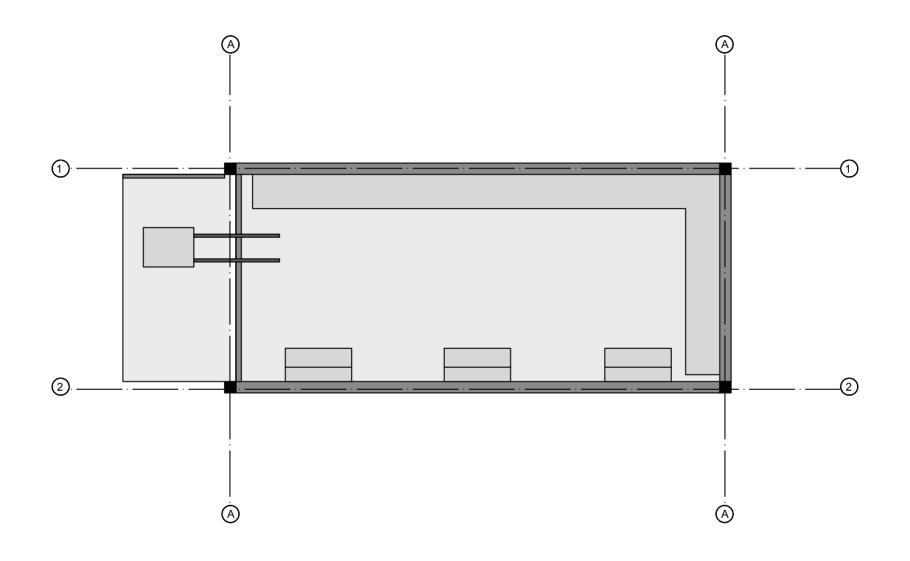


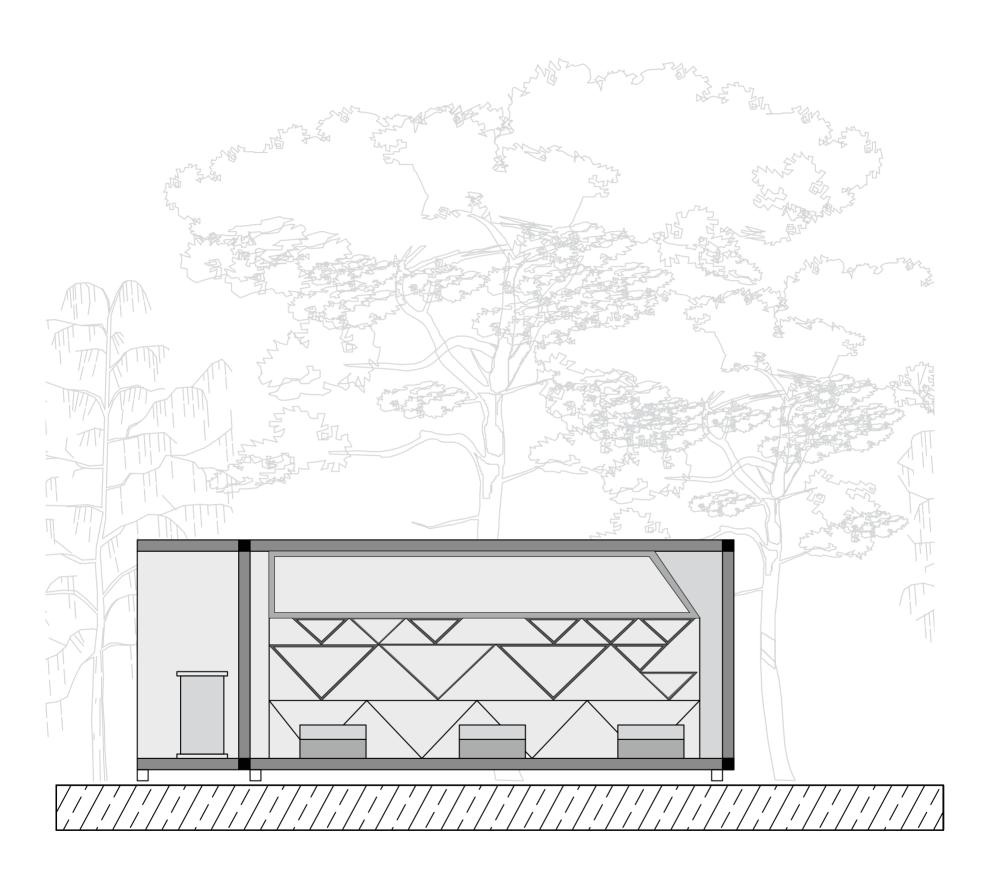


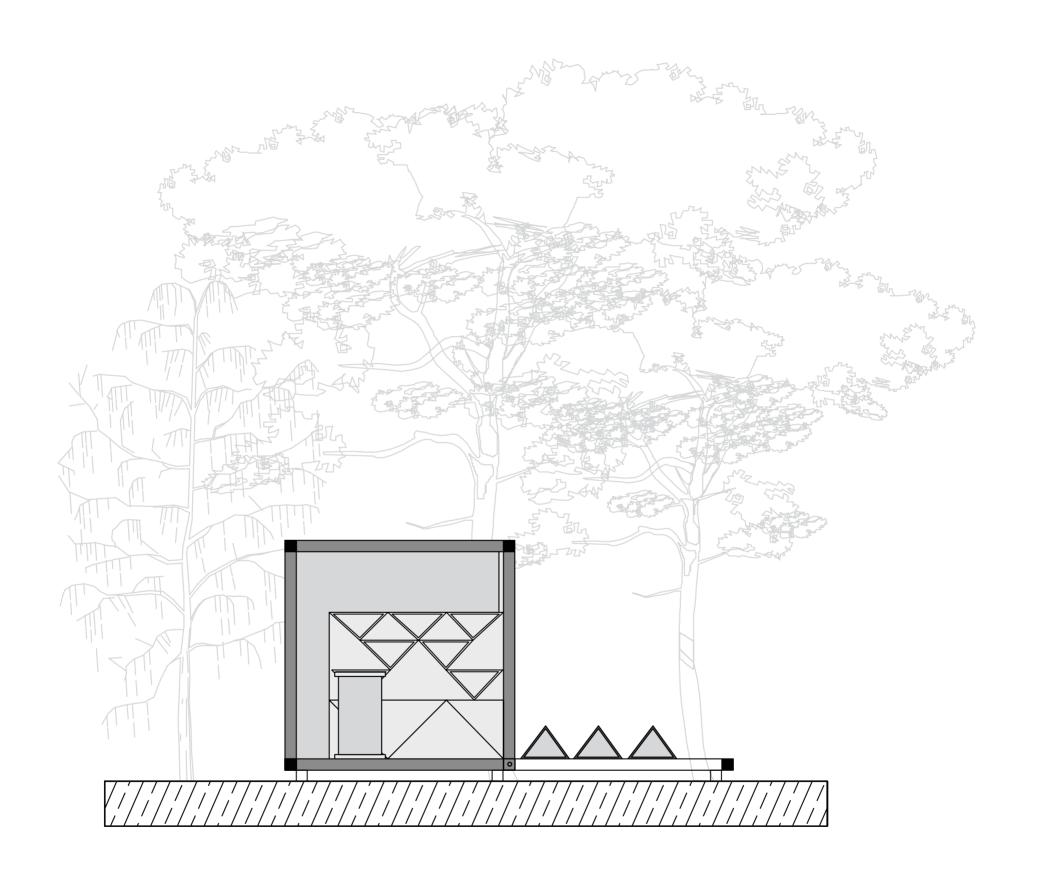


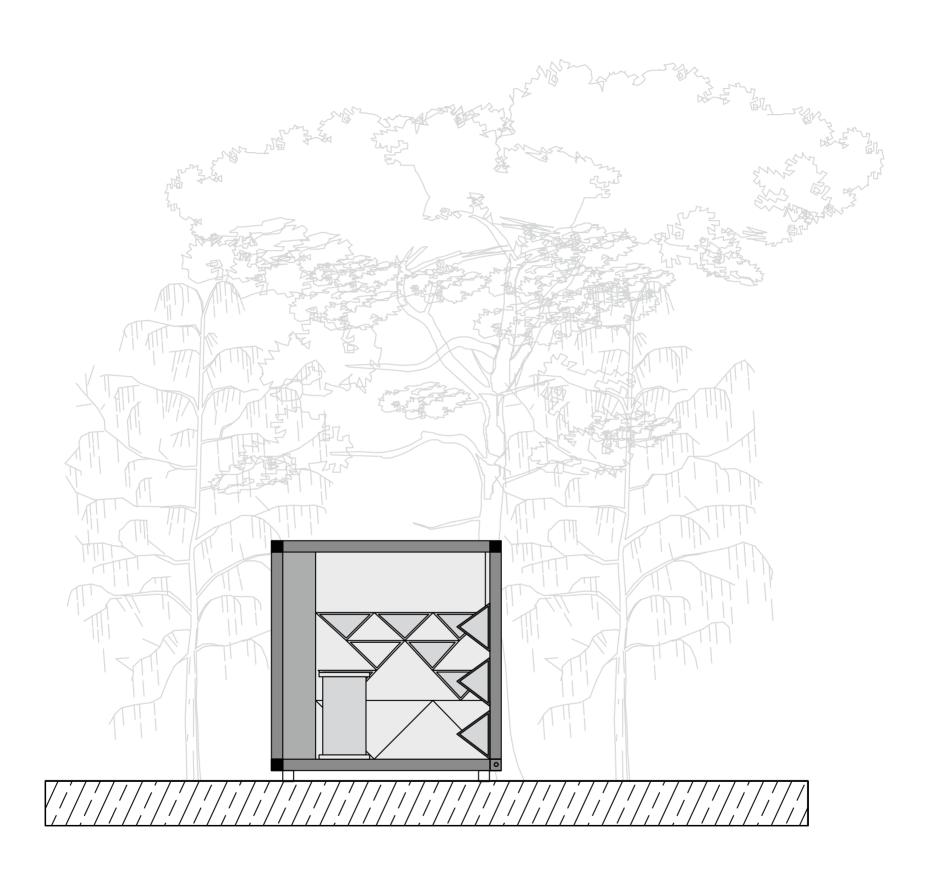


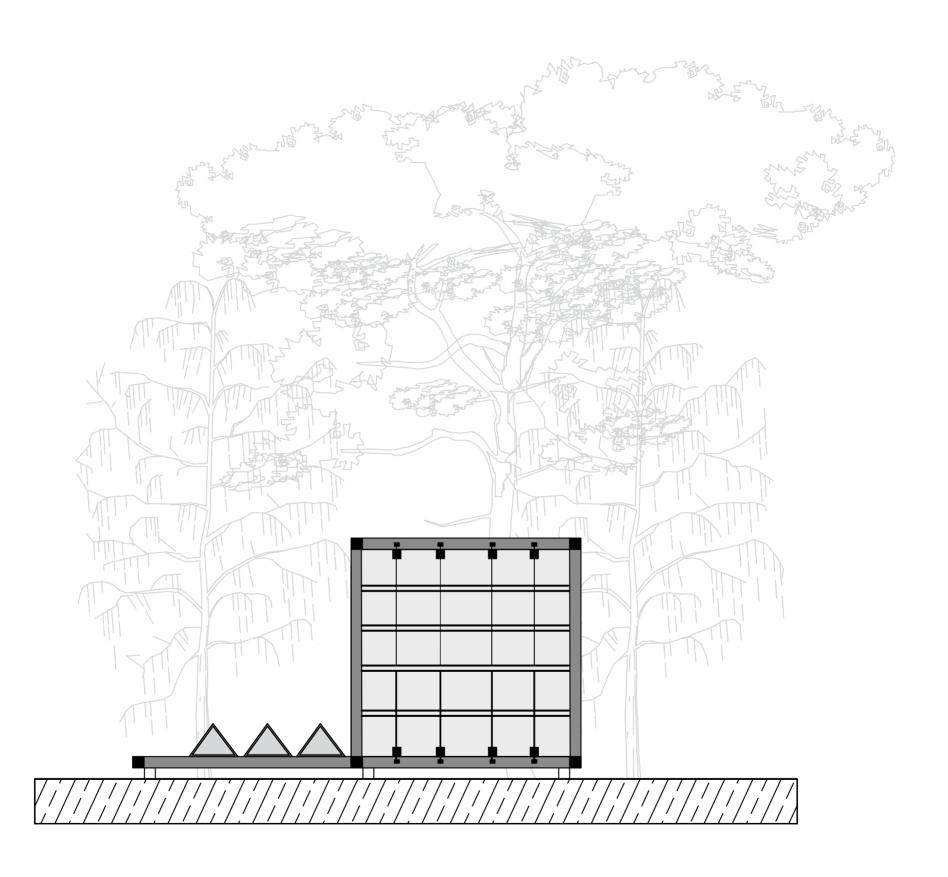






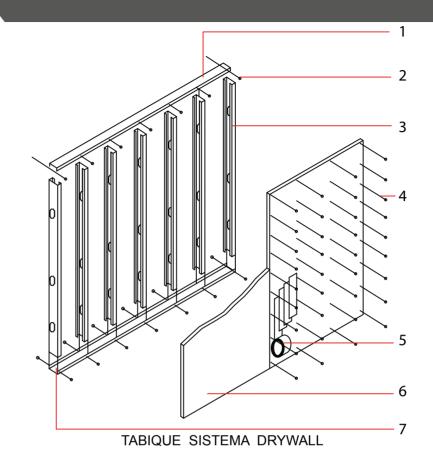


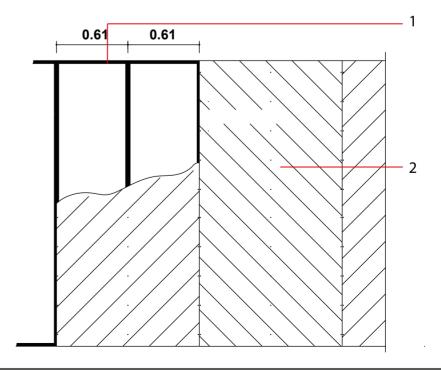


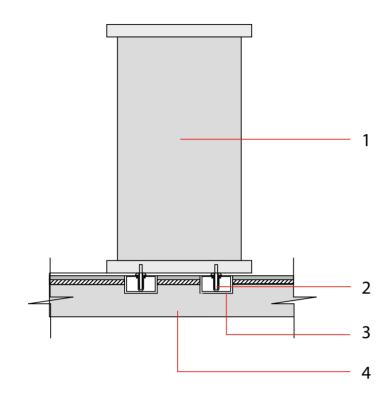


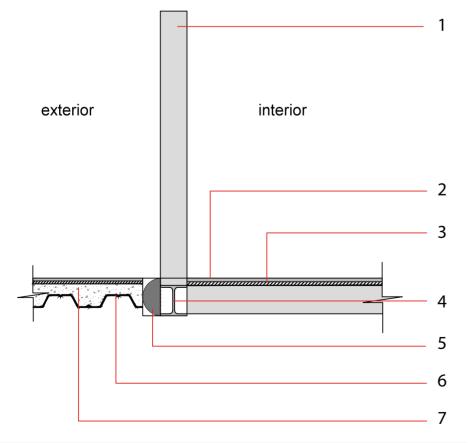
- 1.- RIEL TIPO C
- 2.- TORNILLO 7 x 7/16"
- 3.- PARANTE METÁLICO 39mm x 0,45mm x 2,30mts
- 4.- TORNILLO PLANCHA 6 x 11/4"
- 5.- CINTA PARA JUNTAS
- 6.- PLACA FIBRO CEMENTO 1/2"
- 7.- RIEL TIPO "C" DE 3 5/8"

- 1.- PARANTE METÁLICO 39mm x 0,45mm x 2,30mts
- 2.- PLACA FIBRO CEMENTO 1/2"









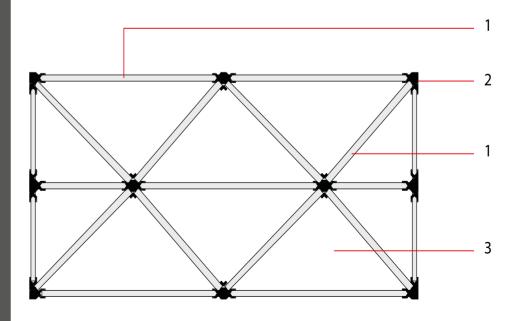
- 1.- CAJA
- 2.- RIEL SUPERIOR CEDAL
- e= 1.6mm cod. 1521JA
- 3.- PERFIL e= 1.6mm RIEL INFERIOR
- CEDAL FIJO COD. 1523
- 4.- ESTRUCTURA DE CONTENEDOR

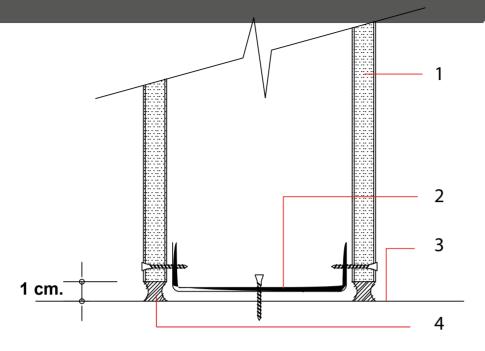
- 1.- PARANTE ESTRUCTURA DE CONTENEDOR
- 2.- PISO EPÓXICO4mm
- 3.- RASANTE MORTERO e=2cm
- 4.- ESTRUCTURA DE CONTENEDOR
- VIGA DE ACERO EN "I"
- 5.- EJE DE ROTACIÓN DE PUERTA LATERAL
- 6.- ESTRUCTURA DE CONTENEDOR PAREDES
- LATERALES DE ACERO
- 7.- HORMIGÓN

- 1.-BISAGRA DE ACERO CON RESORTE MARCA MEATON (SF101A)
- 2.- ACRÍLICO DE 4 LINEAS TRANSPARENTE
- 3.- BARRA DE ACERO (5mm diámetro)
- 4.- MDF DE 10 lineas
- 5.- PLACA DE ACERO INOXIDABLE DE 5 lineas
- 6.- PERNO DE ANCLAJE DE 4"
- 7.- ESTRUCTURA DE CONTENEDOR
- 8.- REMACHE CABEZA PLANA DE 1"

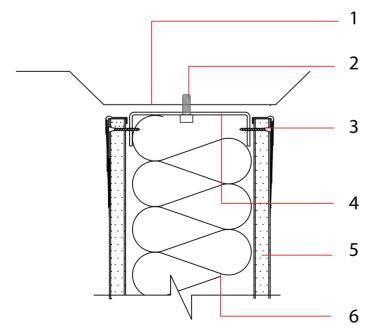
2 3 4 5 6

- 1.- PLACAS DE MADERA MDF DE 13LINEAS
- 2.- PERFILERÍA PERSONALIZADA DE ACERO INOXIDABLE
- 3.- PLACAS DE ACRÍLICO DE 3 LINEAS.





- 1.- PLACA GYPLAC 1/2" (12.7 mm)
- 2.- RIEL FIJO EN PISO TIPO C
- 3.- PISO TERMINADO
- 4.- SELLADOR FLEXIBLE

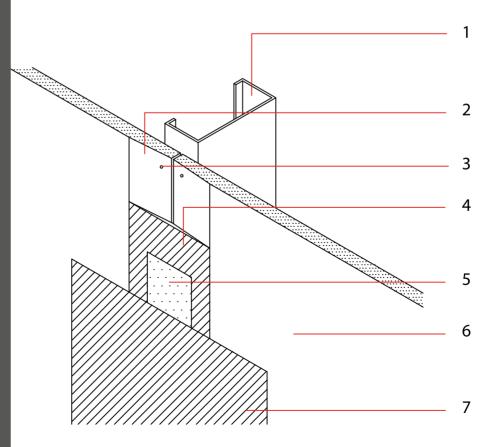


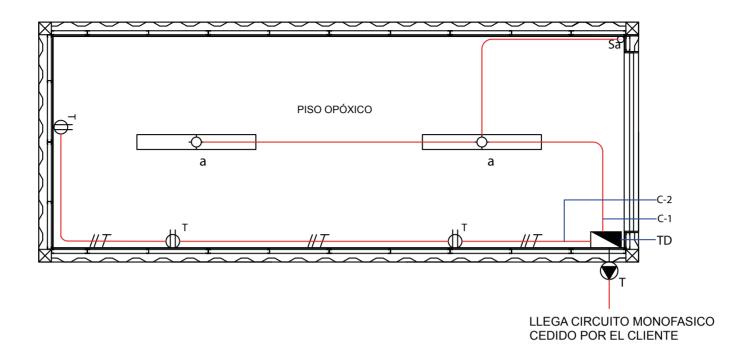
- 1.- ESTRUCTURA DE CONTENEDOR
- 2.- PERNO AUTOROSCANTE DE 1/2"
- 3.- TORNILLO 1 1/4" CABEZA PLANA
- 4.- RIEL TIPO C
- 5.- PLACA DE FIBRO CEMENTO
- 6.- AISLAMIENTO TÉRMICO ABSORBENTE ACÚSTICO DE LANA FIBRA DE VIDRIO 2"X14 KG/M3.

- 1.- PARANTE METÁLICO 39mm x 0.45mm x 2,30 mts.
- 2.- FIBRO CEMENTO 1/2"(12.7mm)
- 3.- RIEL FIJO EN PISO
- 4.- AISLAMIENTO TÉRMICO ABSORBENTE ACUSTICO DE LANA FIBRA DE VIDRIO 2"X14 KG/M3.
- 5.- PLANCHA EXTERNA ACANALADA
 PINTADO CON ESMALTE COLOR BLANCO

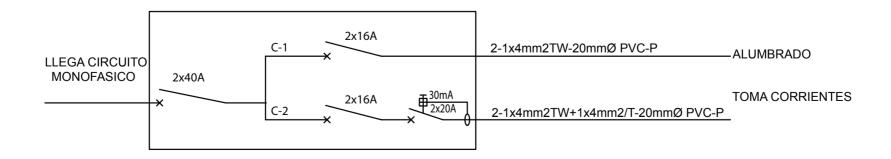
2 3 4 EXTERIOR 5

- 1.- PARANTE METÁLICO 39mm x 0.45mm x 2.30 mts.
- 2.- BISEL
- 3.- TORNILLO 1 1/4" CABEZA PLANA
- 4.- PASTA PARA JUNTA
- 5.- CINTA PARA JUNTA
- 6.- PLACA DE FIBROCEMENTO
- 7.- CAPA FINAL Y PASTA PARA JUNTA

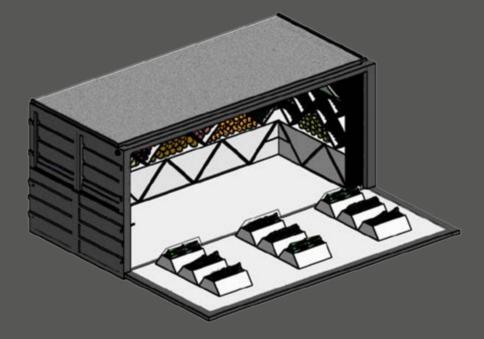




SIMBOLOGIA			
SIMBOLO	DESCRIPCION		
	ARTEFACTO HERMETICO POLICARBONATO 2x36W ADOSADO A TECHO		
o ^S	INTERRUPTOR SIMPLE 15 A INSTALADO A 1.1m SNPT		
	TABELERO DE DISTRIBUCION A 1.8m BORDE SUPERIOR SNPT		
	TOMA AEREO MONOFASICO INDUSTRIAL A 1.80 SNPT		
Ф	TOMACORRIENTE DOBLE CON PUNTO A TIERRA A 0.50m SNPT		



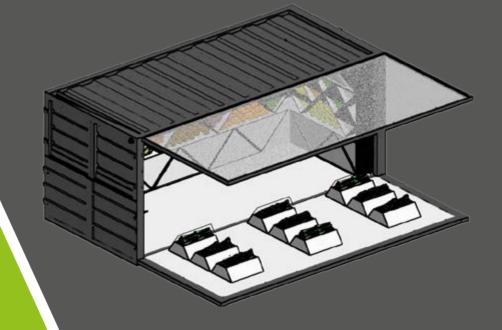
PASO 1

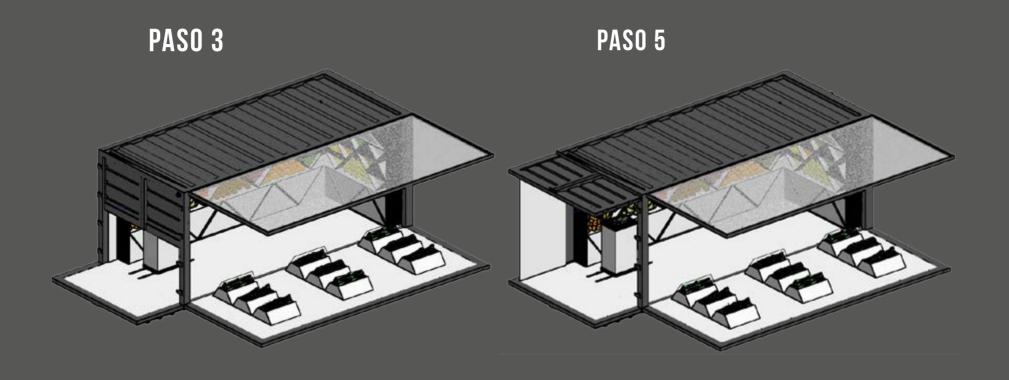


4.4.3 NÚMERO DE MOVIMIENTOS

La siguiente alternativa recorre todos puntos estratégicos con las correctas herramientas y soluciones, dando un resultado que cumple con el objetivo planteado en este capítulo.

PASO 2





PASO 4
PASO 6

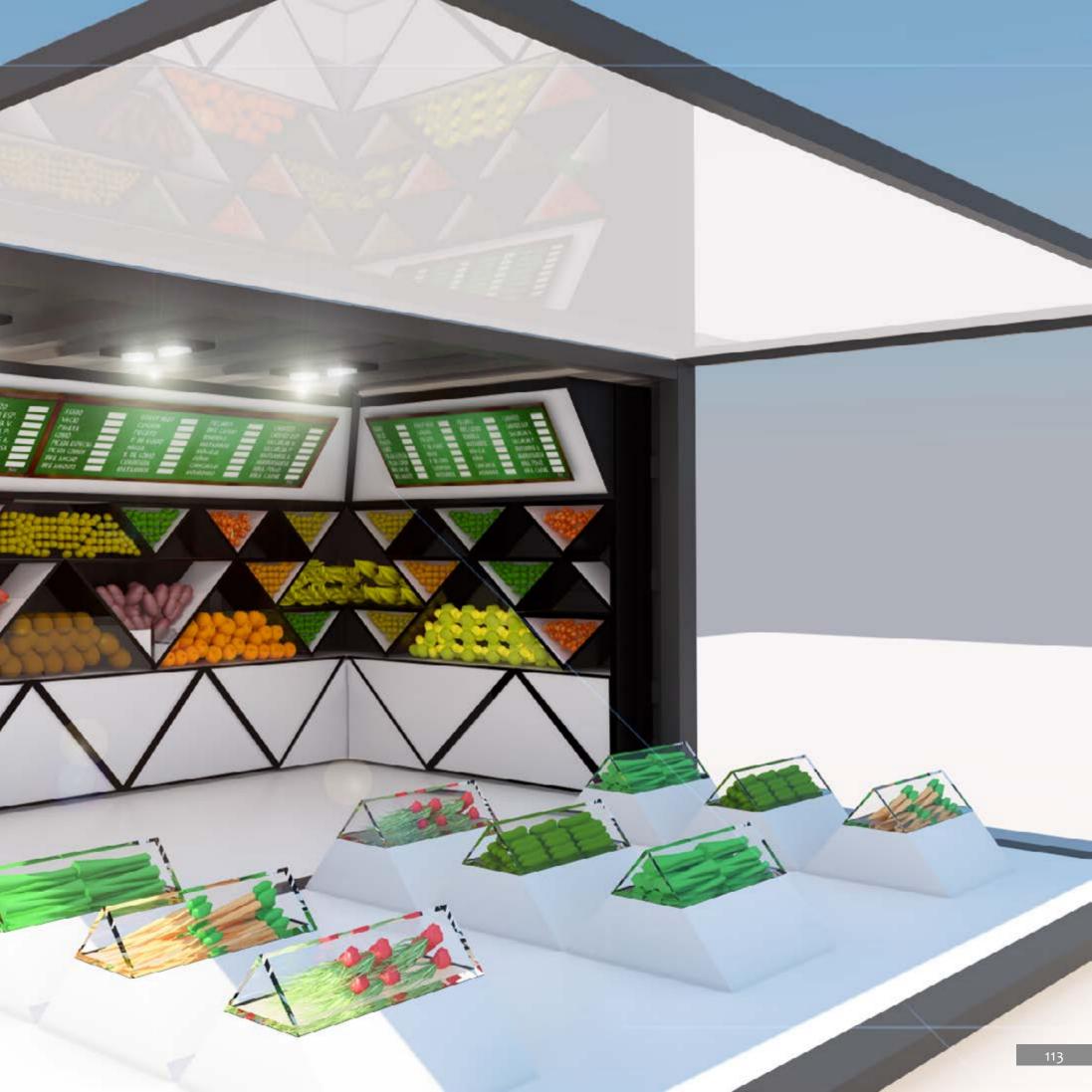
Se muestra el container desplegado sus 3 puertas; toma desde la parte frontal aproximadamente 8m de distancia.





Se muestra el container desplegado sus 3 puertas; toma desde la esquina izquierda aproximadamente ha 4m de distancia del contenedor.





Se muestra el container desde el interior desplegado sus 3 puertas; toma desde la caja de atención.





Se muestra el contenedor desde el interior desplegado las puertas laterales y la frontal cerrada, funcionando como exhibición vertical. Toma desde la caja de atención.







Se muestra el contenedor desde el interior desplegado la puerta frontal. Toma desde la exhibición vertical.



4.4.5 PRESUPUESTO DE LA OBRA

ACTIVIDAD	RUBRO	UNIDAD	CANTIDADES	RENDIMIENTOS	PRECIO UNIDAD	PRECIO TOTAL
DERROCAMIENTOS Y	Liberación de puerta lateral izquierda	u	1	2	\$ 37,00	\$ 37,00
LIBERACIONES	Liberación de puerta frontal	u	1	2	\$ 63,00	\$ 63,00
RESTAURACIONES O REPOSICIONES	Apertura de placas de contenedor	ml	19,44	2,2	\$ 5,45	\$ 105,95
	Pulido de perfiles tipo C	u	4	1,6	\$ 20,00	\$ 80,00
	Pulido de refuerzos metálicos tipo G	u	6	1,6	\$ 25,00	\$ 150,00
	Restauración de corrociones	m2	46,83	1	\$ 4,00	\$ 187,32
	Restauracion de planchas de acero	m2	123,31	1,2	\$ 2,50	\$ 308,28
	Planchas de acero galvanizado de 2 x 4mts	u	4	2,5	\$ 125,00	\$ 500,00
ESTRUCTURA-ADICIONES	Riel de caja de atención	ml	2,26	2,3	\$ 18,00	\$ 40,68
ESTRUCTURA ADICIONES	Riel de tabiquería	ml	2,68	2,3	\$ 18,00	\$ 48,24
	Riel superior de techo corredizo de contenedor	ml	5,76	2,3	\$ 25,00	\$ 144,00
OBRA GRIS	Tabiquería de fibro cemento	m2	31,79	1,5	\$ 21,00	\$ 667,59
	Suministro y colocación de tomacorrientes	pto	3	0,15	\$ 10,55	\$ 31,65
	Suministro y colocación interruptores simples	pto	1	0,15	\$ 22,30	\$ 22,30
INSTALACIONES	Instalaciones de iluminación con lamparas fluorecentes	pto	3	1	\$ 73,25	\$ 219,75
	Instalación de cilindro hidráulico	u	4	0,5	\$ 150,00	\$ 600,00
	Instalación de brazo hidráulico para puerta frontal	u	3	1	\$ 94,00	\$ 282,00
	Suministro y colocación de accesorios para iluminación	pto	2	2	\$ 60,35	\$ 120,70
	Piso epóxico	m2	39,78	0,6	\$ 24,00	\$ 954,72
REVESTIMIENTOS	Pintura exterior de recubrimiento térmico 2 mano (incl. fondo)	m2	79,17	1,5	\$ 4,15	\$ 328,56
	Pintura interior 2 manos (incl. fondo)	m2	76,32	1,5	\$ 5,34	\$ 407,55
	Suministro y Colocación de caja	u	1	3	\$ 170,00	\$ 170,00
MOBILIARIO	Suministro y colocación de letrero de precios	m2	5,65	4	\$ 120,00	\$ 678,00
	Suministro y Colocación de Mobiliario para frutas (grande)	u	1	3	\$ 750,00	\$ 750,00
	Suministro y Colocación de Mobiliario para verduras (pequeño)	u	1	3	\$ 220,00	\$ 220,00
OTROS	Compra del contenedor (incluye trasporte)	u	-	-	-	\$ 3.200,00
				SUMA		\$ 10.317,28
				IMPREVISTOS 4%		\$ 412,69
				TOTAL		\$ 10.729,97

CONCLUSIONES

El objetivo del proyecto fue contribuir con nuevos métodos de comercialización de productos de primera necesidad y se ha cumplido a cabalidad dicha propuesta.

El proyecto se enfocó a la venta de productos alimenticios, sin embrago, a lo largo de la investigación se pudo analizar diferentes problemáticas como son tecnológicas y conceptuales como la buena selección del espacio y el acondicionamiento del mismo.

El diseño de un espacio interior reducido se puede aprovechar con diferentes estrategias; una de ellas es la multifuncionalidad, con esta se pudo tener una visión más amplia de la propuesta y formular un diseño interior versátil.

En el trascurso de la etapa de expresión se pudo tomar en consideración que esta parte de la propuesta se consiguió con la funcionalidad y tecnología, es decir, "la función hace la forma".

RECOMENDACIONES

El proyecto se encuentra enfocado a un tema funcional, entonces, en el tema de costos se recomienda manejar el proyecto con una correcta programación ya que se empezaría por la rama económica y el contenedor es de un precio elevado. Además, la aplicación de este podría causar problemas en los costos, si alguien en un futuro desea aplicarlo.

El proyecto queda abierto a cualquier rama, es decir, este se podría aplicar no solo en venta de alimentos, sino, en cualquier tipo de negocio. Por lo tanto, no se recomienda aplicar exagerado acondicionamiento al contenedor ya que este se planteó en un tema reversible.

Se debe respetar los cronogramas establecidos para que al final no exista ningún inconveniente en la programación del mismo, además, se recomiendo utilizar temas concretos los cuales permita tomar decisiones claras en la aplicación.

BIBLIOGRAFÍA

- Gómez,R.(2010), ¿Arquitectura verde o sostenible, aplica en espacios comerciales?, Eureka, ed17, Vol14.
- Thiel, D (2013). Sustentabilidad turística (pp.35-74)Buenos Aires, Argentina.
- Anova, (2011). Arquitectura móvil. Colombia: Recuperado el 5 de Noviembre, de http://containers.com.co/containers.pdf
- Pablo B, Silvia N, Feliz B.(2010). Construcción de viviendas mediante contenedores de obra, Universidad de Jaume.
- Barón,C (2009), Arquitectura de Contenedores, (pp. 20-43), Sevilla,
 España.
- Tápia F, (2011-2012). Diseño de mobiliario multifuncional, Tesis de Diseñador, Universidad de Cuenca
 Roldán E (2011), Vivienda unipersonal Flexible, Tesis de Diseñador,
 Universidad de Palermo.
- Jonathan C, Adrian O.(2011). Construcción de un prototipo habitacional con la aplicación de nuevas tecnologías, Tesis de Arquitecto, Universidad Veracruzana.
- Merchán M. (2013). Vivienda ecológica para campos petroleros, Tesis de arquitecto, Universidad de las Américas.

- Valle M. (2012). Ambientación de una vivienda modular, ampliable y trasportable empleando contenedores, Tesis de Arquitecto, Universidad católica sede Ambato.
- Vintimilla, P.(2011). Estaciones para espacios reducidos, Tesis de Diseñador. Universidad del Azuay.
- Vintimilla, F. (2010). Concienciación recreación juvenil y reciclaje. Tesis de Diseñador. Universidad del Azuay.
- (2007).¿Qué entendemos por movilidad? Recuperado de http://www.ecologistasenaccion.org/article9844.html
- Scott, Laura. (2010). Definición de espacio comercial. Recuperado de http://www.ehowenespanol.com/definicion-espacio-comercial-hechos_372463/
- (2014). Significado de versátil. Recuperado de http://www.ecologistasenaccion.org/article9844.html
- Marí Sagarra, Ricard; de Larrueca, Jaime Rodrigo (2007). El tansporte en contenedor (Primera edición). Barcelona (España): Marge Books.
- Sandhusen L. Richard, (2002).Mercadotecnia, Primera edición.Editorial Continental.

ANEXOS:

NORMATIVAS MUNICIPALES DE LA CIUDAD DE AZOGUES:

CAPITULO II

DE LOS ESPACIOS PUBLICOS EN EL CANTÓN AZOGUES.

DE LA OCUPACION DEL ESPACIO PUBLICO

Art. 8.- La ocupación de los espacios públicos para la implantación de puestos, será de conformidad a la siguiente clasificación y definición:

a) Puestos Fijos Permanentes.- Son aquellos en los que los usuarios ocupen constantemente por más de tres días semanales, en las zonas que sea determinado técnicamente por la Dirección de Planificación y sus Secciones. Será necesario la obtención de la respectiva matrícula para su funcionamiento.

b) Puestos Fijos Temporales.- Son aquellos en los que los usuarios ocupen únicamente en temporadas y festividades, hasta por treinta días durante el año.

c) Puestos Fijos Ocasionales.- Son aquellos en los que los usuarios ocupen hasta por dos o tres días en una semana por una sola vez durante el año.

d) Ventas Ambulantes.- Son aquellos en los que los vendedores recorren la ciudad sin tener un puesto permanente, temporal u ocasional fijo.

El permiso y señalamiento para la ocupación de los espacios públicos lo realizará la Comisaría Municipal, para lo cual solicitará el asesoramiento de la Sección de Planificación Territorial para casos puntuales.

CAPITULO III

OTORGAMIENTO DE EMPLAZAMIENTOS Y PERMISOS PARA VENTAS

Art. 10- Para ejercer toda clase de actividades que impliquen la utilización de los espacios públicos, se requiere la Matrícula expedida por la Comisaría Municipal, la misma que establecerá un tiempo de vigencia no mayor de un año, pudiendo ser renovada por los mismos períodos y revocable en cualquier tiempo, por causas debidamente justificadas.

Art. 11.- Los permisos que otorgue la Municipalidad a través de la Comisaría Municipal, serán conferidos a personas naturales con carácter personal e intrasferible.

Art. 12.- La Municipalidad de Azogues, a través de la Comisaría Municipal, formará un catastro de vendedores ambulantes y temporales, detallando claramente el nombre, cédula de ciudadanía, tipo de venta que realiza y lugar donde desarrolla su actividad. Este registro será actualizado anualmente de acuerdo con las licencias que se expidan o se revoquen.

Art. 13.- Las personas que tengan la matrícula para realizar las actividades comerciales en espacios de uso público, deberán estar uniformadas con vestimenta establecida de común acuerdo con la Comisaría Municipal.

REQUISITOS PARA LA OBTENCION DE LA MATRICULA PARA VENTAS

Art. 14.- Las personas que soliciten ocupar los espacios públicos, deberán obtener obligatoriamente la MATRICULA en la Comisaría Municipal, presentando la siguiente documentación:

a).- Oficio al Comisario Municipal, en la que conste el nombre, firma, número de cédula, y/o razón social del peticionario (a).

b).- Clase de negocio, servicio o venta que va a establecer.

c).- Ubicación tentativa del puesto que desea ocupar.

d).- Dos fotos tamaño carnét y copia del certificado de votación.

e).- Certificado de salud, otorgado por la Dirección de Higiene y Salubridad Municipal, cuando se trate de la venta de alimentos.

Se suspenderá el permiso correspondiente y se cancelará la matrícula de ocupación de puestos en los espacios públicos, cuando se hiciere uso indebido de los mismos, se ofrezcan en venta artículos distintos a los solicitados, atenten al ornato de la ciudad, incumplan condiciones de higiene, entorpezcan el libre tránsito peatonal, u otra condición negativa que se determine por parte de Control Urbano.

COSTOS PARA LA OBTENCION DE LA MATRICULA PARA VENTAS

Art. 15.- Por concepto de MATRICULA para la ocupación de espacios públicos en los lugares establecidos para el efecto, los beneficiarios pagarán anualmente dos dólares (\$ 2,00) por cada m2.

Por los puestos para betuneros, charoleros, cigarrilleros y afines, pagarán un dólar (\$ 1,00) por cada m2, en forma anual.

Art. 16.- Por concepto de OCUPACIÓN de espacios públicos, los beneficiarios pagarán por metro cuadrado los siguientes costos:

a).- Por los puestos fijos permanentes se pagará 50 centavos de dólar semanalmente.

b).- Por los puestos ocasionales, 30 centavos de dólar semanalmente. c).- Por los puestos temporales, 35 centavos de dólar por día.

Para el caso de las parroquias rurales del cantón Azogues, se aplicará el 50 % de las tarifas fijadas en esta Ordenanza.

La tarifa por concepto de ocupación de puestos en los espacios públicos no previstos en este Artículo, se fijarán en cada caso particular, mismo que será en relación a los porcentajes que se aplican para casos similares en esta Ordenanza.

Art. 17.- Para el caso de los rótulos, anuncios publicitarios para exhibir la razón social de las firmas comerciales y mercantiles, las leyendas, letreros, avisos, carteles, afiches, placas y letreros profesionales.

TABLA DESGLOSADA DE DATOS DEL INEC SOBRE LA CANASTA BÁSICA FAMILIAR 2015:

Orden de		Encarecimiento	Costo Actual en	Distribución	Recuperación en el consumo	
consumo Orden	Grupos y Subgrupos de Consumo	rupos y Subgrupos de Consumo Mensual Dólares		del ingreso actual	En Dólares	% del Costo
	TOTAL	2.42	470.40	000.00	404.64	27.00
	TOTAL	2,12	·	660,80		-37,90
	ALIMENTOS Y BEBIDAS	0,76	210,30	250,89	-40,60	•
1	Verduras frescas	-0,99	14,42	26,81	-12,39	-2,58
2	Frutas frescas	1,80	15,86	23,15	-7,29	-1,52
3	Tubérculos y derivados	1,55	18,95	19,48	-0,53	-0,11
4	Leguminosas y derivados	14,77	5,21	13,19	-7,99	-1,67
5	Carne y preparaciones	2,64	33,84	35,81	-1,97	-0,41
6	Cereales y derivados	-7,92	36,51	37,38	-0,87	-0,18
7	Azúcar, sal y condimentos	0,24	7,04	7,26	-0,21	-0,04
8	Café, té y bebidas gaseosas	-17,73	5,52	7,52	-2,00	-0,42
9	Grasas y aceites comestibles	62,53	10,80	11,98	-1,18	-0,25
10	Leche, productos lácteos y huevos	0,45	25,48	27,18	-1,70	-0,35
11	Pescados y mariscos	-2,33	9,53	13,09	-3,56	-0,74
12	Otros productos alimenticios	-5,48	2,85	3,42	-0,57	-0,12
13	Alim. y beb. consumidas fuera del hogar	0,21	24,29	24,63	-0,34	-0,07

TABULACIÓN DE DATOS DE LA ENCUESTA

Columna1	Columna2	Columna3	Columna4	Columna5	Columna6
Aceptación del medio sobre el local comercial movil	SÍ		NO		
	94%		6%		
Mayor aceptación de productos	Verduras	Hortalizas	Frutas	Carne	Cereales
•	33%	29%	26%	8%	4%
Frecuencia al local comercial	1 vez a la semana	2 veces a la semana	3 o 4 veces a la semana	5 o más veces a la semana	
	25%	13%	52%	10%	
Tipo de espacio de preferencia en el medio	Camión	Remolque	Bus	Contenedor	Otros
	27%	39%	7%	24%	3%
Manera de espacio	Kiosco			Almacen	
	13%			87%	
Concepción del espacio	Abierto			Cerrado	
	76%			24%	

GUIÓN DE LA ENCUESTA





CLINITO La cienciante mun			11	:I
SUNTO: La siguiente pro que es llevado a	opuesta trata sobre el fi a diferentes puntos del e			
	on de primera necesidad		•	
se van a comei hogares.	cializar de tal manera	que sean llevados di	rectamente hacia lo	S
54 00.				
EDAD:	SEXO:	DIRECCIÓN:		
1 ;Le interesaría ad	quirir productos de pri	mera necesidad en u	ın local comercial mo	óvil?
Porque.				
SI:			NO:	
PORQUÉ:				
2 Entre los siguiento	es productos ¿Cuáles so	on de su mayor prefer	encia para adquirirlo	s en
el local comercial mó	vil? Porque.			
VERDURAS:	FRUTA	S:		
	CARNE	:	MARISCOS:	
HORTALIZAS:				
HORTALIZAS: PORQUÉ:				
PORQUÉ:	cia usted acudiría al loca	al comercial para adqı	uirir productos?	
PORQUÉ:	cia usted acudiría al loca	· · ·	uirir productos? CES A LA SEMANA:	

CAMIÓN: REMOLQUE:	BUS: CONTENEDOR:	OTROS:
PORQUÉ:		
	que sea el local comercial móvil? Porque.	
ALMACEN:	KIOSO	20 :
prácticas creativas de di	la rama manipula el volumen espacial en su interior, diseño, conceptualización, programación comunicació	n para trasr
6 El diseño interior es l prácticas creativas de di		n para trasn
6 El diseño interior es l prácticas creativas de di tir hacia la sociedad. Ente móvil? Porque.	iseño, conceptualización, programación comunicació	n para trasn
6 El diseño interior es l prácticas creativas de di tir hacia la sociedad. Ent móvil? Porque.	iseño, conceptualización, programación comunicació	n para trasn ocal comerc
6 El diseño interior es l prácticas creativas de di tir hacia la sociedad. Ente móvil? Porque. SI:	iseño, conceptualización, programación comunicació onces ¿Le interesaría que se aplique esta rama en el lo	n para trasrocal comerc
6 El diseño interior es l prácticas creativas de di tir hacia la sociedad. Ente móvil? Porque. SI:	iseño, conceptualización, programación comunicació	n para trasrocal comerc







Javier Contreras Molina