



UNIVERSIDAD DEL AZUAY
FACULTAD DE DISEÑO
ESCUELA DE DISEÑO INTERIOR

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

Espacio Comercial Móvil

★ RESTAURANTE ★

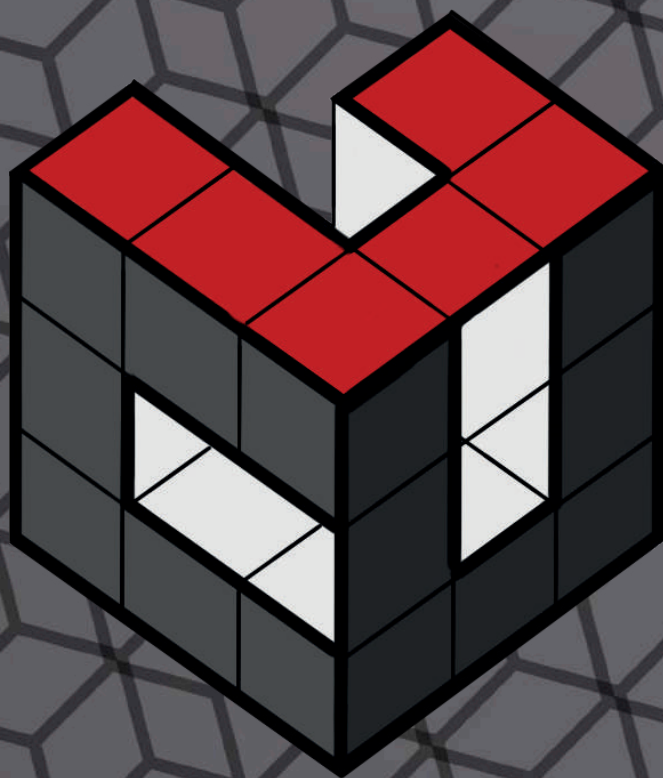
AUTOR: Jeffrey Campoverde Ulloa
TUTOR: Arq. Paúl Ordoñez Alvarado





ESPACIO COMERCIAL MÓVIL (RESTAURANTE)

Jeffrey CampoverdeUlloa



Jeffrey Campoverde

Diseño Interior

AUTOR:
Jeffrey Campoverde Ulloa

TUTOR:
Arq. Paul Ordoñez

DISEÑO, PROPUESTA Y DIAGRAMACIÓN:
Jeffrey Campoverde Ulloa

MAQUETA DIGITAL:
Jeffrey Campoverde Ulloa

CUENCA - ECUADOR
Julio 2016

DEDICADO

Dedicado a Dios principalmente y a los mejores amigos de la vida que son mis padres, a mi mamá Lupe Ulloa, porque no podría haber conseguido esta meta sin su apoyo, amor y fuerza que me brindo día a día para llegar a la meta TE AMO Mamá, el igual que mi papá Efraín Campoverde que con su apoyo, tenacidad, creatividad y consejos para llegar al final de esta meta anhelada gracias por ser mi mejor amigo papá, este triunfo es de ustedes.

AGRADECIMIENTOS

Dios, a Mi padre Efraín Campoverde, Mi madre Lupe Ulloa, Mi novia Paula Tapia, Mi hermana Jenny Campoverde, Hermano Pablo Campoverde, mi familia Mateo Castillo, Emilia Hoyos, Pablo R Campoverde, David Campoverde, Fausto Hoyos, Vicky Gaibor, Wilson Calle, Silvia Calle, Fanny Calle, Jessica Durazno mis mejores amigos Rafael Moscoso, Rafael García y Juan Pablo García, Luis Mario Balarezo, mis tutores Paul Ordoñez, Carito Vivar , Carlos Contreras y al profesor amigo Danilo Saravia.

ÍNDICE

CAPÍTULO 1

Referentes teóricos	14
1.1.1 Antecedentes	15
1.1.2 Produccion	16
1.1.3 El comercio	17
1.1.4 Movilidad	18
1.1.5 Movilidad de objetos	19
1.1.7 Espacio comercial	20
Referentes conceptuales	21
1.2.3 Multifuncionalidad	22
1.2.5 Adaptabilidad	23
1.2.7 Flexibilidad espacial	24
1.3 Posicionamiento	25
1.3.2 Enfoque del proyecto	26

CAPÍTULO 2

2 Antecedentes	29
2.2.1 Encuesta	31
2.2.2 Preguntas	32
2.2.3 Conclusión	32
2.3 Espacios útiles para el comercio	37

CAPÍTULO 3

3 Experimentacio	46
3.1.2 Objetivos	47
3.2 Modelo Conceptual	48
3.2.1 Variables	49
3.2.2 Proceso de experimentación	51
3.3 Experimentación	52

CAPÍTULO 4

4 Propuestas	59
4.1 Análisis de espacios	60
4.2 Selección de vehículo	62
4.2 Prototipo bocetos 3D	63
4.2 Estrategia de diseño	65
4.5.1 Planta Arquitectonica	67
4.5.2 Vista frontal posterior y lateral	68
4.5.3 Detalle techo y grada moviles	69

4.5.4 Panel y cielo raso movil	70
4.5.5 Panel sillas mesas	71
4.5.6 Sistema de agua	72
4.5.7 Sistema de agua servidas	73
4.5.8 Propuesta final	74
4.5.9 presupuesto	77
4.7 Conclusiones	78
Anexos	79
Bibliografía	82

ÍNDICE DE IMAGENES

http://goo.gl/QEcEgN	1
http://goo.gl/sylJ6s	2
http://goo.gl/MwVj9i	3
http://goo.gl/uTFXPSs	4
http://goo.gl/XodJGG	5
http://goo.gl/j7qyg1	6
http://goo.gl/m5Gb4l	7
http://goo.gl/mtCGGo	8
http://goo.gl/7kKDVA	9
http://goo.gl/gv4a5m	10
http://goo.gl/G4llrB	11
http://goo.gl/gbEYUE	12
http://goo.gl/xwgah8	13
http://goo.gl/PqOZb6	14
http://goo.gl/8WgQpS	15
http://goo.gl/WYMQq5	16
https://goo.gl/6rxkYC	17
http://goo.gl/9bbSJq	18
http://goo.gl/ttDNyA	19
http://goo.gl/2L1kuM	20
http://goo.gl/5USolW	21

RESUMEN

ESPACIO COMERCIAL MÓVIL

Este trabajo de tesis aborda la relación entre el diseño y movilidad, el objetivo es presentar una propuesta de un espacio interior destinado para un restaurante móvil.

Pretende satisfacer las necesidades en sectores donde existe demanda de este tipo de servicio de alimentación que cumpla conjuntamente con las ordenanzas sanitarias y reglamentos municipales.

El proyecto planteado procura obtener una solución mediante la propuesta a través del diseño interior.

Las ventajas que aporta diseñar un espacio comercial móvil, se fundamenta en la utilización de los espacios públicos, como un elemento efímero apropiado para satisfacer las necesidades de los usuarios.

Palabras clave:

Comercio móvil, funcionalidad, versatilidad, diseño interior, usuarios

ABSTRACT

This thesis deals with the relationship between design and mobility, with the purpose of presenting a proposal of an interior space intended for a mobile restaurant.

The idea is to satisfy people's needs in places where there is demand for this type of food service that fulfills health ordinances and municipal regulations.

The focus of this project is to get a solution through a proposal of interior design.

The advantages this project provides are the design of a mobile business space based on the use of public spaces as an adequate ephemeral element for satisfying the users' needs.

Key words: mobile business, functionality, versatility, interior design, users

Architect Paúl Ordóñez

Thesis Director



Jeffrey Campoverde Ulloa

Student

Translated by,
Patricia Aguilera

INTRODUCCIÓN

En este proyecto se plantea la implementación del diseño móvil como una alternativa diferente para conseguir o consumir los productos en diferentes puntos alrededor de la ciudad de Cuenca como son: la zona del parque industrial, zonas de construcción, eventos deportivos o masivos y en lugares de esparcimiento de la ciudad, ajustándose a las ordenanzas municipales que regula las actividades del comercio ambulatorio y normas de higiene del Consejo Cantonal de Salud (CCS). Pues el problema se origina en la movilidad del público hacia los lugares distantes al carecer de un lugar cercano de expendio de alimentos, provocando la incomodidad a los usuarios para conseguir los productos. La falta de higiene en lugares o en el comercio ambulante que expenden este tipo de alimento son un problema grave para la salud, pues según un artículo emitido en el diario el Mercurio publicado el 2014/03/21 expresa “la falta de higiene y normas para la transportación y venta de productos como las carnes y el expendio de comidas

chatarras en las afueras de escuelas ,colegios, parques, instituciones y en zonas de trabajos son problemas latentes, pues en la ciudad no existe control sanitario”, además se presenta el problema de servicios y espacio donde puedan disfrutar de su alimentación. Por estas razones se plantea en este trabajo un tipo de solución relacionando diseño y movilidad, generando un espacio comercial móvil para satisfacer las necesidades en sectores donde necesitan este tipo de servicio, sin tener que obligar al público movilizarse de un lado a otro, llegando a donde se encuentra la mayor concurrencia de gente y lugares distantes, adaptable al medio, generado a través de un diseños que vayan acorde a la ordenanza existente en el medio, conjuntamente con las reglamentos sanitarias y municipales brindando comodidad y seguridad en los usuarios.

OBJETIVO GENERAL

Contribuir al desarrollo del diseño, a partir de procesos que resuelvan coherentemente proyectos móviles.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Diseñar un proyecto para venta de comida móvil
- Proponer un sistema funcional y versátil en un espacio interior móvil.

“Prefiero dibujar antes que hablar.
Dibujar es más rápido y deja menos
espacio a las mentiras”.

Le Corbusier

CAPÍTULO 1



<http://goo.gl/QEcEgN>

REFERENTES TEÓRICOS

1. EL COMERCIO

Es toda acción que denomina la negociación de una venta, compra, o intercambio de productos, servicios o bienes de toda índole, entre el comerciante que sería el vendedor y el consumidor que a su vez sería el cliente.

1.1.1 ANTECEDENTES

Historia del Food Truck

La historia comenzó en las bases militares del Reino Unido, en principios de la segunda guerra mundial, el food truck surge por las diferentes reubicaciones que tenían los militares por cada operativo en los ataques, por esta razón era muy difícil formar infraestructura en las bases militares porque estaban en constante movimiento, y resulto eficaz y funcional llevar la comida en camiones, que sean desmontables para dirigirse de un lado a otro si requiere de urgencia.

- La historia más actual proviene desde las calles de New York y se llamaba (comida en carros).
- Época de los 50's: comienzan las heladerías de calle (ambulantes).
- Época de los 70's: Crece la economía y la oportunidad de nuevos proyectos.
- Nace la idea de brindar el nombre como tal (FOOD TRUCK). New York, San Francisco y Miami son los primeros en atreverse a descubrir y dar a conocer los food trucks.
- Los food truck actuales buscan la burocracia y ser reconocidos como tal.
- Propuesta de la comida en camiones por la flexibilidad de la gente (economía informal).
- Actualmente se organiza un bazar de food truck para dar a conocer esta corriente de fast food de calidad.

Recuperado de (Food truck Orale Arepa, 2014)Cerde Araiza Rommel. Macías Bailón Maricela. Regalado Romero Juan. (2014). food truck taco y tamal. 18 diciembre 2015, de academia Sitio web: http://www.academia.edu/8642944/HISTORIA_DEL_FOOD_TRUCK_internacional



<http://goo.gl/syij6s>

1.1.2 PRODUCCIÓN

Se define en la creación o proceso de un modelo de sistema económico el cual crea bienes y servicios para satisfacer las necesidades y demandas de las personas a través de sus productos como son bienes o servicios.

En este proyecto abordará el tema producción a partir del consumo de alimentos (restaurante) basada en un problema de la sociedad, enfoca específicamente en bienes alimenticios que se expende en fondas, quioscos, tipos de restaurantes no calificados en zonas laborables.

En particular la zona del parque industrial, ofreciendo productos de comida saludable, obedecido toda normativa de higiene, movilizándose alrededor de las zonas de trabajo y brindando comodidad y servicio para disfrutar de su alimentación.

<http://goo.gl/MwVj9i>

1.1.3 EL COMERCIO FORMAL E INFORMAL



El comercio formal se compone y se rige a normas o reglas claras y justas para desarrollar su actividad.

Otorga garantía en los productos que ofertan. Se ampara en los estatutos legales y normas jurídicas que están vigentes en cada país y el comercio informal es totalmente lo opuesto al comercio formal.

1.1.4 MOVILIDAD



Es la acción a través del desplazamiento que se realiza de un punto determinado a otro, la movilidad se puede dar a través de personas, al igual que la movilidad de productos o de un lugar a otro ejemplo de un espacio físico a otro, en la movilidad existe un inicio y un final en otras palabras la trayectoria establecida de un punto a otro de la distancia.

<http://goo.gl/XodJGG>

1.1.5 MOVILIDAD DE OBJETOS

Son un conjunto de técnicas muy útiles en los espacios reducidos pues convierte al mobiliario en un diseño modular, es decir los objetos que pueden rotar o trasladarse independientemente pero cuando se vuelven un conjunto pueden formar una unidad sólida que cumple distintos tipos de funciones.

1.1.6 ELEMENTOS MOVILES

Un elemento móvil se traslada fácilmente de un lado a otro y no demanda permanencia, por esta razón son importantes en los espacios móviles, conjuntamente con la tecnología, como son: las constructivas y los diversos tipos de mecanismos empleados en el espacio móvil, brindando así un servicio accesible, a la demanda de necesidades.

<http://goo.gl/j7qyg1>

1.1.7 ESPACIO COMERCIAL

El espacio comercial es el lugar o el espacio donde se comercializa los productos y a través de publicidad y la exhibición de los mismos se potencializa la atracción y la venta de productos a los clientes.

El espacio comercial necesita estar en una buena ubicación, una distribución funcional y el espacio debe contar con un acondicionamiento óptimo para la mercadería y su posterior venta al cliente.

1.1.8 ESPACIO COMERCIAL DE BIENES

Son locales comerciales de tamaños diversos que están emplazados en mercados, centros comerciales, y usualmente el centro histórico de la ciudad, ofreciendo una gran gama de productos como son los de almacenes de ropa, farmacias, confección, alimentación, etc. Estos espacios poseen varias zonas como son la de exposición y circulación funcional conjuntamente con el mobiliario, de esta manera satisfaciendo las necesidades que demanda estos tipos de espacio.

1.1.9 ESPACIOS COMERCIALES DE SERVICIO

Son los locales comerciales de dimensiones amplias, dedicadas al comercio a través del servicio de la compra y venta, como son: discotecas, restaurantes, bares, agencias, etc. Poseen una cantidad moderada de mobiliario como son: escritorio, vitrinas, estanterías, etc. cuentan con zona de circulación funcional y sala de espera debidamente equipada.

1.2 REFERENTES CONCEPTUALES

1.2.1 VERSITILIDAD

La versatilidad es la capacidad que posee un objeto para adaptarse en cualquier tipo de entorno o cumplir varios tipos de funciones en un espacio a través de la vinculación o capacidad de adaptabilidad y flexibilidad.

1.2.2 FUNCIONALIDAD

Son características que hacen que un producto sea utilitario y práctico, otorgándole una razón y significado, en el diseño interior la funcionalidad es lo más importante para poder percibir o concebir como se desarrolla un espacio.

<http://goo.gl/m5Gb4l>

1.2.3 MULTIFUNCIONALIDAD



<http://goo.gl/mtCGGo>

Son objetos o productos de función variable, que solucionan de forma creativa diversos tipos de problemas para brindar una funcionalidad adecuada. A través de una intervención tecnológica se puede alargar la vida útil de un producto convirtiéndose a hacer otro tipo de función del cual fue creado o planificado.

En este proyecto se busca que el producto brinde soluciones a la problemática de movilidad, logística y el espacio interior al cual se va a intervenir.

1.2.4 MODULARIDAD

Modularidad es cuando un objeto está conformado por partes o por una red de espacios que permiten optimizar tiempo ya que son multifuncionales, se pueden armar, desarmar y transportarse, pues poseen diferentes tipos de uso al que fueron creados.

ADAPTABILIDAD 1.2.5

Es la facultad de poder acoplarse, amoldarse y adaptarse a varios tipos de situaciones sin reducir su capacidad para cumplir las actividades con total eficacia. Es así que la adaptabilidad involucra la capacidad de evaluar sus actividades, para poder encontrar o mejorar sus capacidades, de esta forma está en un constante proceso de innovación.

DISTRIBUCIÓN ESPACIAL 1.2.6

La distribución espacial, un elemento muy importante para realizar el proyecto, pues una buena distribución, proporciona un equilibrio en la armonía entre los espacios utilizados y el espacio disponible.


Las actividades a desarrollarse nos permiten diseñar una distribución eficiente, se priorizan las actividades principales, y luego las actividades secundarias, de esta manera se satisfacen los requerimientos y necesidades del cliente.

Una adecuada distribución otorga una interacción adecuada entre los usuarios con el espacio y sus elementos.



<https://goo.gl/7kKDVA>

1.2.7 FLEXIBILIDAD ESPACIAL



Posee la virtud de que un espacio pueda acoplarse o transformarse, a las necesidades de varios tipos de usuario, pues las personas están en constante movimiento y actividad por esta razón los espacios deben brindar diferentes tipos de usos, y una distribución funcionalidad adecuada.

1.2.8 ADAPTACIÓN AL ENTORNO

Como su propio nombre lo indica es la capacidad de adaptarse a cualquier tipo de entorno, en el caso del espacio comercial móvil, la adaptación al entorno va de la mano con parámetros de la ergonomía para realizar un espacio que sea funcional y aprovecharlo al máximo en cualquier tipo de entorno, brindando el mismo servicio en cualquier lugar y por lo tanto satisfacer la necesidades del usuario de una excelente manera.

<http://goo.gl/gv4a5m>

1.3. POSICIONAMIENTO, REFERENTES TEÓRICOS Y CONCEPTUALES

1.3.1 CONTEXTO DEL PROYECTO

En lo comercial

Introduciéndose en el área o en el campo de venta de productos, proponiendo o estableciendo un diseño acuerdo con las normativas y ofrezca funcionalidad.

En lo tecnológico

Es un punto importante de partida en la elaboración del proyecto, ya que la tecnología juega un papel importante en la elaboración del elemento, pues fusiona los materiales y la forma de construcción que potenciara al elemento que se va diseñar en el proyecto.

En lo creativo

La capacidad de diseñar un espacio comercial móvil, que permita satisfacer necesidades de los usuarios de forma creativa e innovadora utilizando parámetros de diseño, construcción, formando un proyecto funcional y nuevo en la ciudad de Cuenca.

En el consumo

Satisfacer las necesidades en sectores donde existe demanda de este tipo de servicio alimenticio.



1.3.2 ENFOQUE DEL PROYECTO

Social

El proyecto está dirigido principalmente a la clase trabajadora de la ciudad de Cuenca, solucionando o satisfaciendo las necesidades en los diferentes sectores que requieren del servicio de comercialización de productos de alimentación en la hora del almuerzo,

Innovación

A través de procesos de experimentaciones, de diseño, sistemas constructivos y tecnológicos, para obtener o lograra un producto que cumpla con expectativas y necesidades de los individuos.

Funcional

En este proyecto la funcionalidad es muy importancia, pues se basa a través de reglamentos, parámetros y normativas para realizar un diseño calificado.

Potencializando así la utilización del espacio.

Como punto de partida podemos tomar toda esta información sobre el conocimiento de las variables y de esta manera satisfacer los temas planteados particularmente en el proyecto de espacio comercial móvil (restaurante) logrando obtener una base informativa sustentable, existente firme y estable en todo sentido.

CAPÍTULO

2

**“No temas fallar.
Con grandes aspiraciones,
es glorioso incluso fallar.”**

Bruce Lee

2. DIAGNOSTICO

2.1.1 Objetivos de la investigación

Conocer cuáles son las preferencias y necesidades de la clase trabajadora a la hora del almuerzo, saber también la aceptación del público sobre el proyecto. De esta manera se determinará el nivel de viabilidad del proyecto de "espacio comercio móvil (restaurante)".

2.1.2 Objetivos específicos

- Realizar una investigación durante 21 días, aplicando encuestas a la clase trabajadora.
- Llevar a cabo las encuestas en zonas de quieran mayor atención o que no posean este servicio.

2.2 LA ENCUESTA

1. Please tick a box on each line to indicate how much you rate level

	Excellent	Good	Average	Poor
a. Location	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. Comfort	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. Facilities	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. Staff	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Value for money	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2. Please tick a box on each line to indicate how much you rate level of service

	Excellent	Good	Average	Poor
a. Location	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. Comfort	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. Facilities	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. Staff	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Value for money	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3. Please tick a box on each line to indicate how much you rate level of service

	Excellent	Good	Average	Poor
a. Location	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. Comfort	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. Facilities	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

<http://goo.gl/G4llrB>

2.2.1 ENCUESTA SOBRE IMPLEMENTACIÓN DEL ESPACIO COMERCIAL MÓVIL (RESTAURANTE)

La encuesta fue dirigida a personas trabajadoras del parque industrial, teniendo como universo de estudio en la investigación 5000 personas, tanto hombres como mujeres entre las edades de 18 a 65 años.

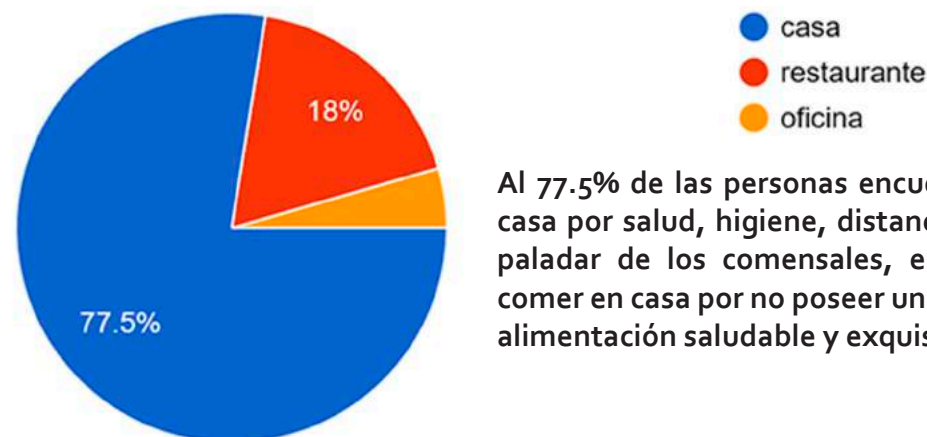
El método que se utilizó para determinar el número de encuestas a realizarse fue la fórmula en base al error muestral, teniendo un margen de confiabilidad del 90% con un margen de error del 10% dando como resultado 67 encuestas a realizar.

$$n = \frac{k^2 * p * q * N}{(e^2 * (N-1)) + k^2 * p * q}$$



2.2.2 PREGUNTAS ENCUESTA

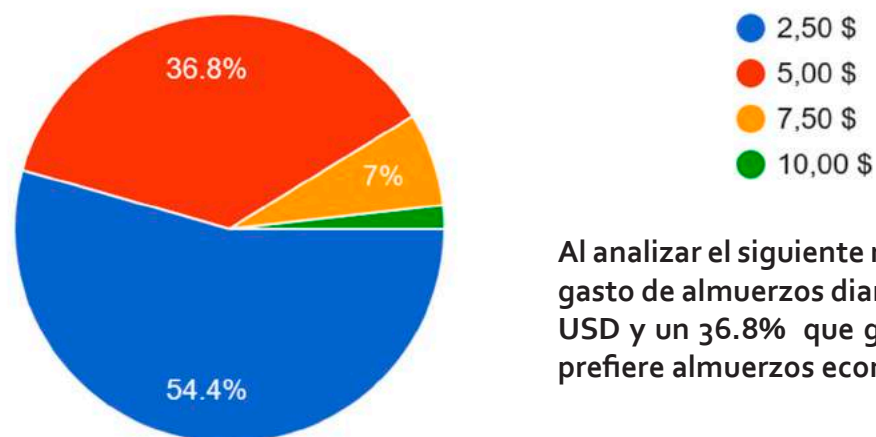
1 ¿A la hora del almuerzo de su trabajo donde come diariamente?



Al 77.5% de las personas encuestadas prefieren ir a comer en casa por salud, higiene, distancias, comida que no satisface el paladar de los comensales, en conclusión al gente prefiere comer en casa por no poseer un buen servicio que garantice una alimentación saludable y exquisita.

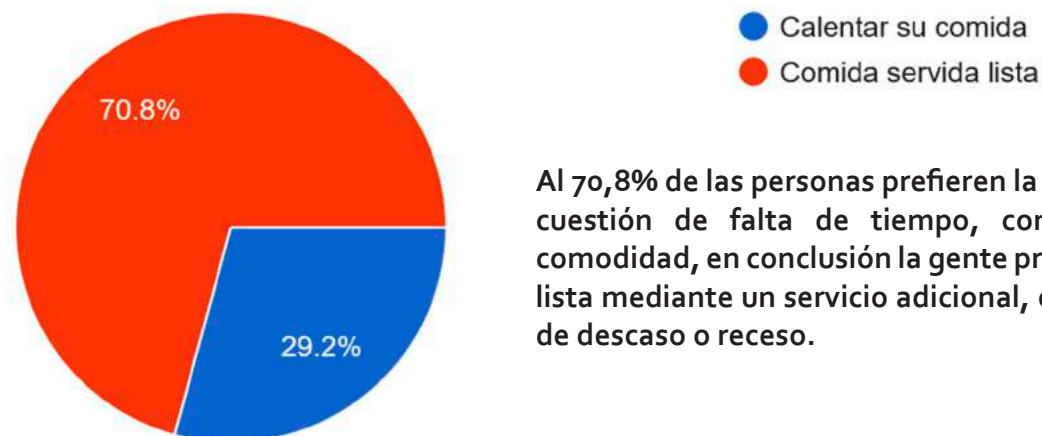
PREGUNTAS ENCUESTA

2 ¿Cuál es el gasto estimado que usted realiza por su almuerzo diariamente?



Al analizar el siguiente resultado el mayor valor porcentual en el gasto de almuerzos diarios varía entre el 54,4 % que gastan 2.50 USD y un 36.8% que gastan 5.00 USD. En conclusión la gente prefiere almuerzos económicos para su consumo diario.

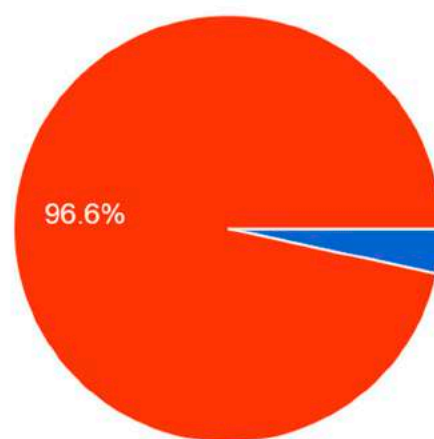
3 ¿A la hora del almuerzo en su trabajo prefiere calentar su propia comida o prefiere que le sirvan la comida lista mediante un servicio adicional?



Al 70,8% de las personas prefieren la comida servida y lista, por cuestión de falta de tiempo, comida fresca, descanso y comodidad, en conclusión la gente prefiere que le sirvan comida lista mediante un servicio adicional, optimizando así su tiempo de descanso o receso.

PREGUNTAS ENCUESTA

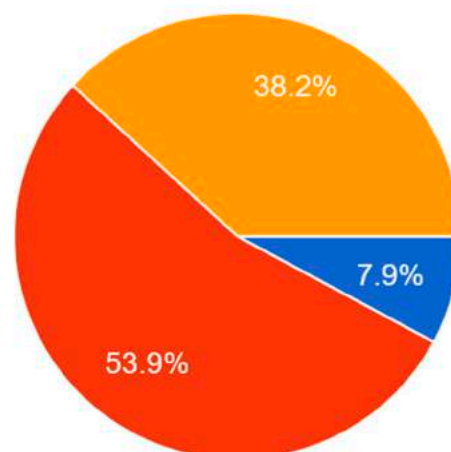
4 ¿En su trabajo a la hora del almuerzo prefiere consumir comida hecha en casa o comida pre cocida – procesada?



- Comida pre cocida – procesada
- Hecha en casa

Al analizar el siguiente resultado, el mayor valor porcentual es el 96.6%, los cuales prefieren comer comida hecha en casa, por salud, higiene y sabor, en conclusión la gente a la hora de elegir el tipo de comida, prefieren la casera, ya que brinda seguridad de su elaborada, a lo contrario de la comida de restaurante o fondas diarias que no dan las garantías suficientes y se convierte en un problema grave para la salud.

5 ¿A la hora del almuerzo en su jornada de trabajo cuantas opciones de menús le gustaría tener a su elección?

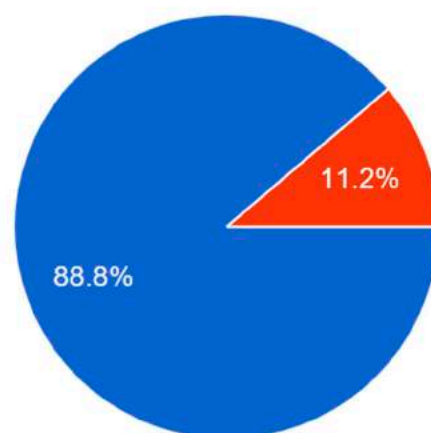


- El menú del día
- 2 tipos de menú
- 3 tres tipos de menú

Al analizar el siguiente resultado el mayor valor porcentual de tipos de menú diarios varía entre el 53,9 % en dos tipos de menú y un 38.2% en tres tipos de menú. En conclusión la gente prefiere diferentes tipos de menú, para poder escoger y variar la elección de su comida sin cansar con un solo menú diario a los comensales.

PREGUNTAS ENCUESTA

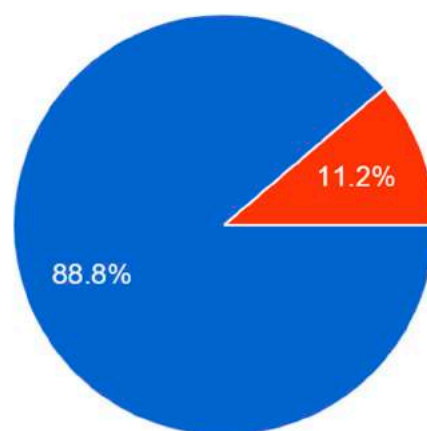
6 ¿A la hora del almuerzo en su jornada de trabajo aparte de los diferentes tipos de menú de comida le interesaría obtener productos adicionales como snack y diferentes tipos de bebidas?



● Si
● No

Al 88.8% de las personas prefieren productos adicionales aparte del menú principal como son los snack y diferentes tipos de bebidas, por la falta de tiendas cercanas y por variedad, en conclusión la gente aparte del almuerzo diario, prefieren también productos adicionales que satisfagan sus gustos o necesidades, a partir de una oferta de variedad que permite escoger a su gusto la mejor opción.

7 ¿Le interesaría adquirir productos de alimentación afuera de su trabajo a la hora del almuerzo a través de un local comercial móvil?

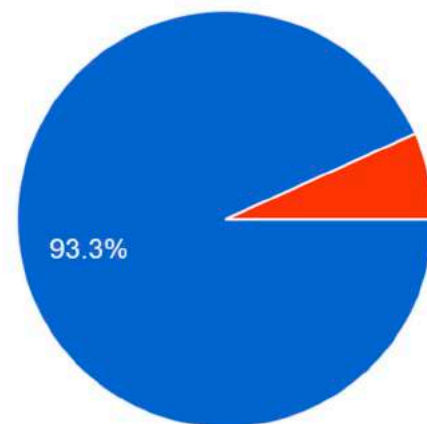


● Si
● No

Al analizar el siguiente resultado, el mayor valor porcentual que es el 88.8% de la gente prefiere adquirir almuerzos diarios a través de un local comercial móvil por cuestiones de tiempo, por no contar con opciones para almorzar, por comodidad y movilización, en conclusión la propuesta tiene una excelente aceptación pues no existe en el mercado local un comercio móvil que solucione los problemas o falencias de la gente a la hora del almuerzo por cuestiones de las distancias y la calidad de comida, obligando al usuario dirigirse de un lado a otro para satisfacer sus necesidades.

PREGUNTAS ENCUESTA

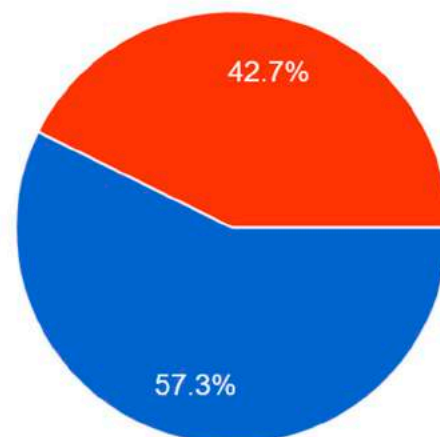
8 ¿Le interesaría a usted que el local comercial móvil posea un buen servicio y espacio donde puedan disfrutar de su alimentación?



● Si
● No

Al 93.3% de las personas le interesa un buen servicio y espacio para disfrutar su alimentación por cuestiones de comodidad, tiempo y descanso, en conclusión al brindar un espacio a los consumidores en donde se les permitan disfrutar de una buena alimentación, garantiza una satisfacción en ellos, evitándoles llevar la comida a su puesto de trabajo o buscar un lugar donde comer, optimizando de esta manera el tiempo a la hora almuerzo y garantizando el bienestar en los comensales.

9 ¿A la hora de su almuerzo, prefiere comer en un lugar abierto o cerrado?



● Abierto
● Cerrado

Al analizar el siguiente resultado, el mayor valor porcentual que es el 57.3% de la gente prefiere comer en lugares abiertos por cuestiones de que pasan en un solo lugar a la hora del trabajo, por distracción, comodidad, en conclusión la gente prefiere espacios abiertos, ya que la mayoría de los trabajadores realizan sus labores en lugares cerrados, de esta manera el espacio se convierte en un ambiente amigable existiendo mayor interacción con el entorno, evitando así la monotonía, haciendo de su almuerzo un tiempo placentero y agradable.

2.2.3 CONCLUSIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

En conclusión a través del análisis por medio de las encuestas y entrevistas se determinaron las falencias y problemas más comunes de la gente trabajadora a la hora del almuerzo, como son la higiene, insalubridad ,gusto, poca variedad , incomodidad y la distancia de los restaurantes, provocando una movilización obligatoria para que la gente prefiera comer en casa, así también se concretaron los gustos y preferencias de la gente al igual que la aceptación de una propuesta diferente de comercialización de productos, ya que la gente busca alternativas novedosas y diferentes que garanticen y satisfagan sus necesidades , logrando a partir de esto generar un sistema viable que tenga una base informativa estable, firme y existente en todo su sentido.

2.3 ESPACIOS ÚTILES PARA EL COMERCIAL MÓVIL

2.3.1 REMOLQUES

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, Son muy aceptados por los comerciantes ya que cuentan con Características adecuadas para el comercio y son de fácil transportación.

2.3.2 REMOLQUES INDUSTRIALES



<http://goo.gl/gbEYUE>

Remolques destinado al transporte de todo tipo de cargas.

- Remolque legalizado hasta 750kg
- Posibilidad de fabricar en chapa galvanizada o aluminio.

Carroceriasmolete. Recuperado de <http://www.carroceriasmolete.com/77-remolques-economicos>

ESPACIOS ÚTILES PARA EL COMERCIAL MÓVIL

2.3.3 REMOLQUE TIPO FURGÓN



<http://goo.gl/xwgoh8>

- Remolques de aluminio.
- *amortiguadores desmontables.
- *De uno o dos ejes
- *dimensión 1.80m x 2.70

2.3.4 REMOLQUE TIPO PLATAFORMA



<http://goo.gl/PqOZb6>

- Cuenta con el chasis reforzado
- Soporta 2000kg
- medidas 4m, 4.5, 5m de longitud.

ESPACIOS ÚTILES PARA EL COMERCIAL MÓVIL

2.3.5 AUTOBÚS

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.

2.3.6 MICROBÚS



Longitud de 4.5 x 6 m, asientos de 8 a 12 capacidad para 8 o 12 personas, posición del motor frontal

<http://goo.gl/8WgQpS>

ESPACIOS ÚTILES PARA EL COMERCIAL MÓVIL

2.3.7 MINIBÚS



<http://goo.gl/WYMQq5>

Longitud 6 x 7.5m, asientos 13 a 22, capacidad 20 a 35 pasajeros, posición del motor frontal

2.3.8 MIDIBÚS



<https://goo.gl/6rxkYC>

Longitud de 8 x 10.5m, asientos de 20 a 30, capacidad 35 a 85 pasajeros, posición de motor trasera.

ESPACIOS ÚTILES PARA EL COMERCIAL MÓVIL

2.3.9 ESTÁNDAR



<http://goo.gl/gbbSJq>

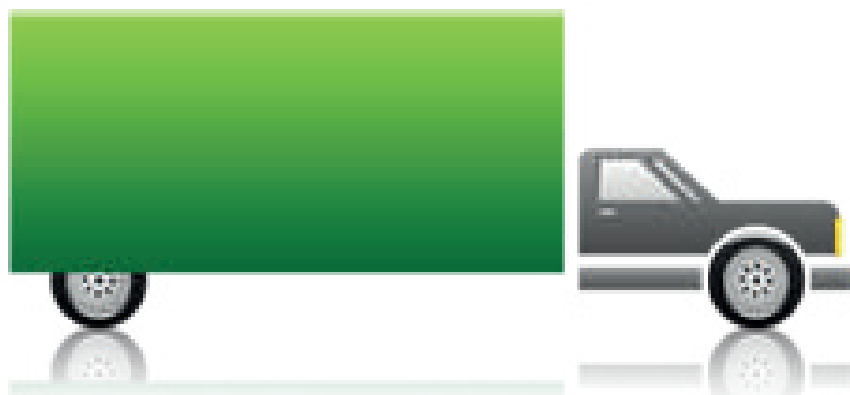
Longitud de 10.6 x 12 m, asientos de 35 a 40, capacidad 100 a 120 pasajeros, posición del motor trasera

ESPACIOS ÚTILES PARA EL COMERCIAL MÓVIL

2.3.10 CAMIONES

Los camiones han sido o son utilizados con gran frecuencia en el comercio de todo tipo de productos al rededor del país, ya que son muy útiles para la distribución de los productos de toda industria empresa.

2.3.11 CAMIONES DE 2 EJES, SOPORTAN HASTA 16 TONELADAS.



<http://goo.gl/ttDNyA>

Plataforma proporcionada por el chasis, cajón incorporado en el camión.
Dimensiones 5m x 2.5m y 4m x 2.5x

ESPACIOS ÚTILES PARA EL COMERCIAL MÓVIL

2.3.12 CAMIONES DE 2 EJES, SOPORTAN HASTA 16 TONELADAS.



CAMIÓN RÍGIDO DE 4 EJES, SOPORTA HASTA 27 TONELADAS.

<http://goo.gl/ttDNyA>

2.3.13 CAMIONES DE 2 EJES, SOPORTAN HASTA 16 TONELADAS.



- Se incorpora con un remolque mediante una plataforma,
- Su funcionamiento es de otorgar más de carga,
- Dimensiones, varía según las necesidades.

<http://goo.gl/ttDNyA>

CAPÍTULO

3

“Si tú no trabajas por tus sueños, alguien te contratará para que trabajes por los suyos”.

Steve Jobs



<http://goo.gl/zL1kuM>

3. EXPERIMENTACIÓN

3.1.2 EL OBJETIVO DE LA EXPERIMENTACIÓN

- Conocer las diferentes variables y las combinaciones entre ellas para crear un modelo experimental.
- Encontrar criterios de diseño que permitan construir conceptos funcionales.

3.1.2 CRITERIOS DE EXPERIMENTACIÓN

Elementos constitutivos

Define cuáles son los elementos y cómo funcionarán, es la manera de intervenir en las partes que forman un espacio y así llegar a la concreción formal.

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.

Herramientas de diseño

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 límites de configuración que lleva una estructura con criterios de diseño tomados desde la geometría.

Funcionalidad

Consiste en plantear qué tipos de transformaciones se pueden aplicar en el espacio de comercio móvil y que cumpla parámetros funcionales.

3.2 MODELO CONCEPTUAL

Definición del modelo de experimentación

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

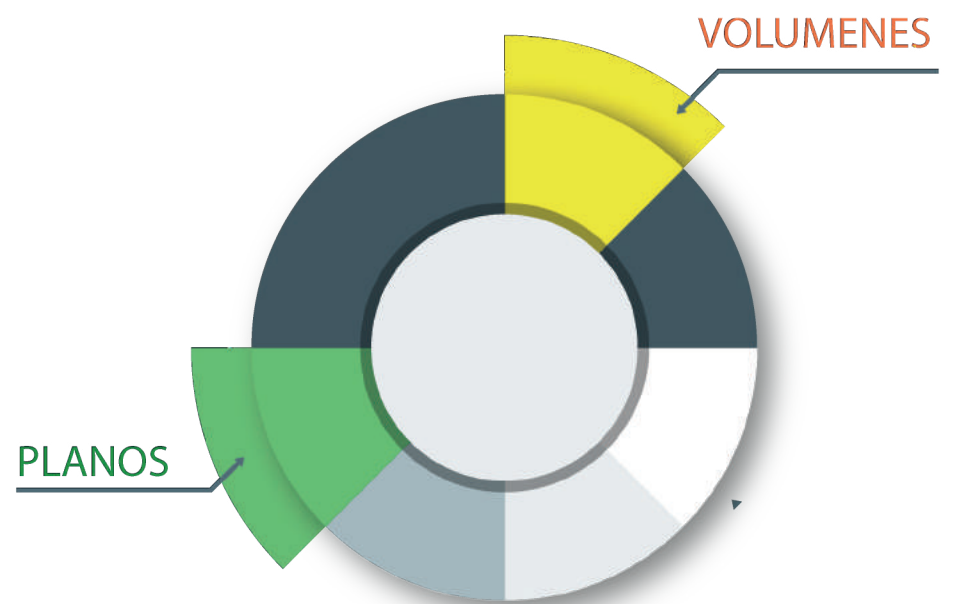
Elementos Constitutivos	Geometría	Herramientas de diseño	Funcionalidad
Cielo raso Pared Piso	Planos Volumenes	Traslación Rotación Contactación	Flexibilidad Adaptabilidad Versatilidad

3.2.1 VARIABLES

ELEMENTOS CONSTITUTIVOS

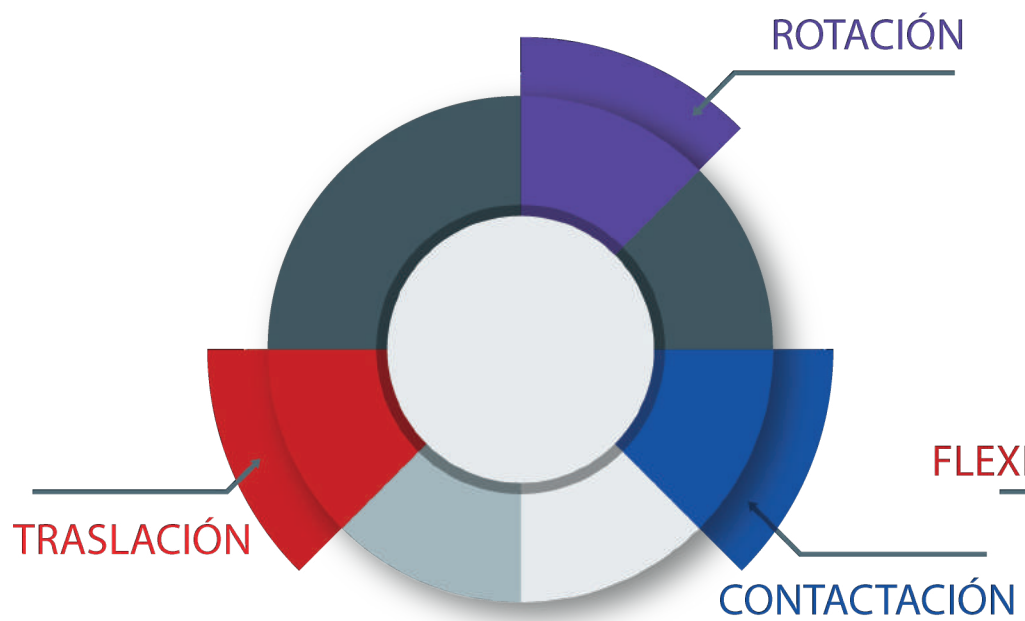


GEOMETRÍA

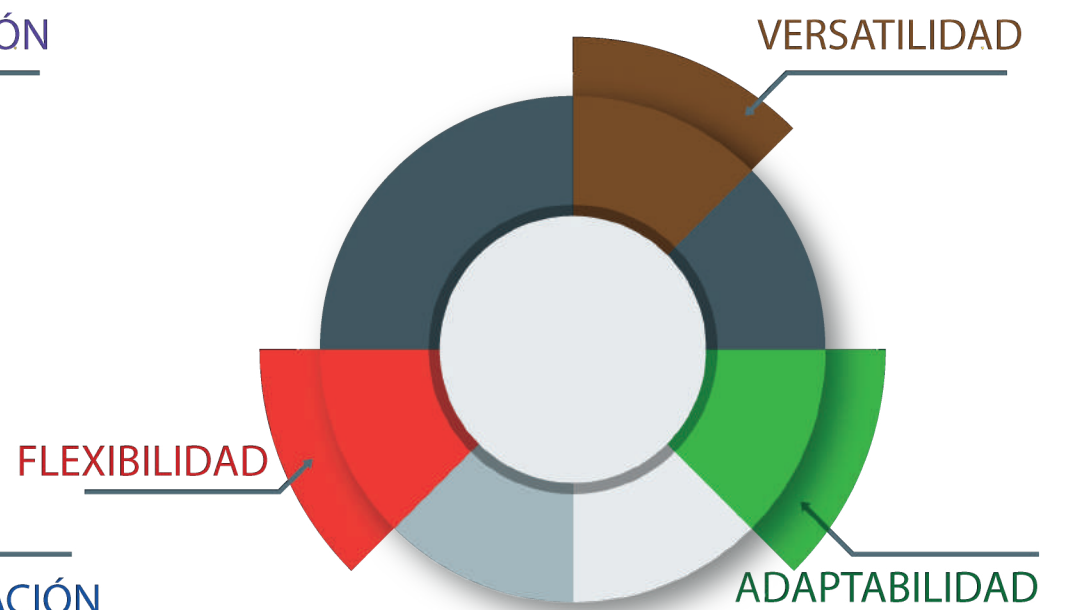


VARIABLES

HERRAMIENTAS DE DISEÑO



FUNCIONALIDAD



3.2.2 PROCESO DE EXPERIMENTACIÓN

Este proceso consiste en la columna de la propuesta, de modo que, dependiendo de cómo se despliega el cubo rectangular se propondrá el diseño. No obstante, puede abrirse de varias formas dando soluciones de orden distributivo y funcional. Por lo tanto, se elaboró propuestas de despliegue de acuerdo a las necesidades, tanto del comerciante como el consumidor.

LAS VARIANTES SELECCIONADAS FUERON LAS SIGUIENTES:

Los criterios de valoración que se tomaron fueron Coherencia, construible, funcional e innovador



Cielo raso

Cieloraso Planos Rotación Flexibilidad
Cieloraso Planos Contactacion Versatilida
Cieloraso Planos Traslacion Adaptabilidad



Pared

Pared Planos Traslacion Flexibilidad
Pared Planos Contactacion Versatilida
Pared Volumenes Rotacion Adaptabilidad

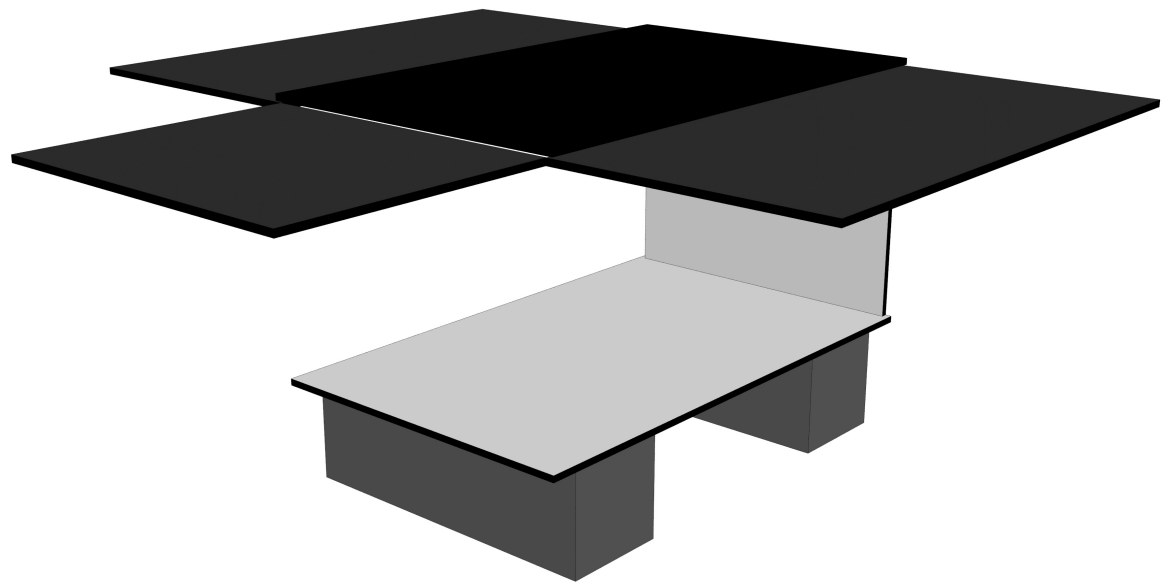


Piso

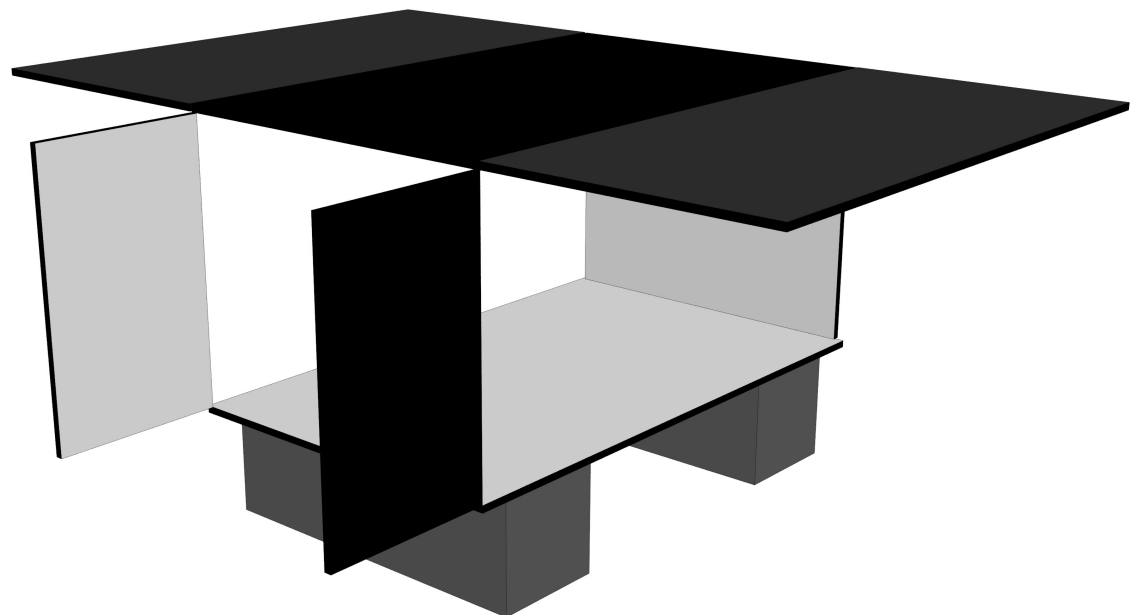
Pisos Volumenes Rotacion Flexibilidad
Pisos Planos Contactacion Versatilida
Pisos Volumenes Rotacion Adaptabilidad

3.3 EXPERIMENTACIONES

5.6.1 Cielo Raso
Cielorraso Planos
Rotación Flexibilidad

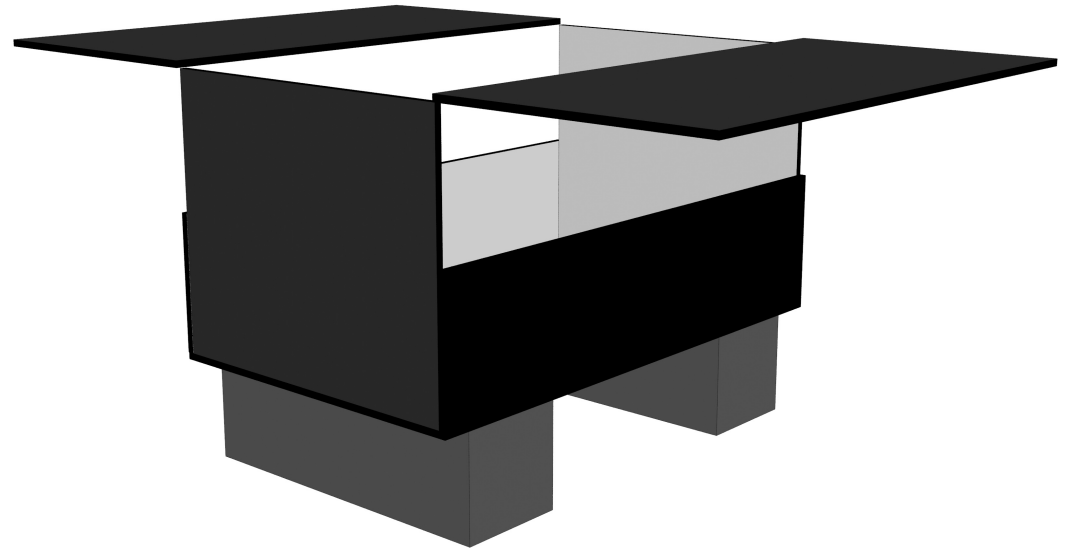


Cielo Raso
Cielorraso Planos
Contactación Versatilidad

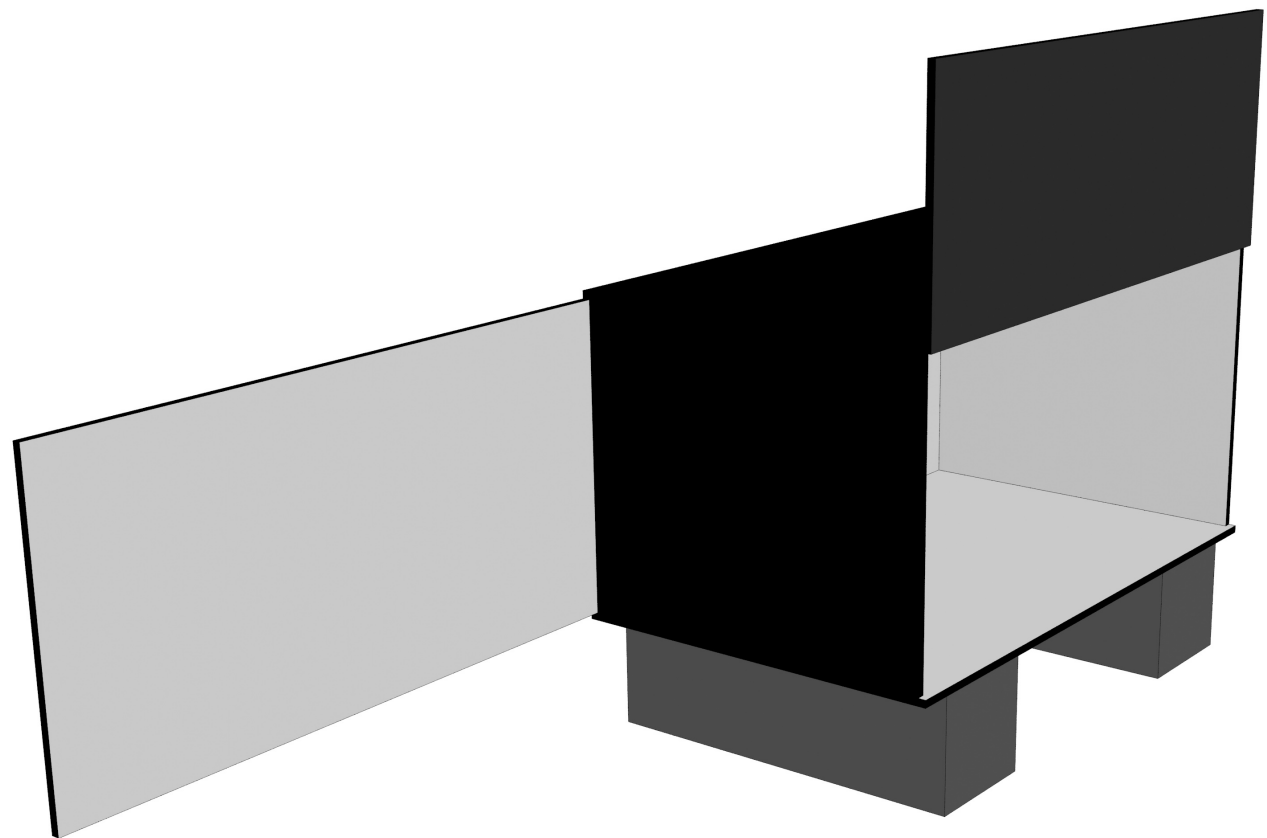


EXPERIMENTACIONES

Cielo Raso
Cielorraso Planos Traslación
Adaptabilidad



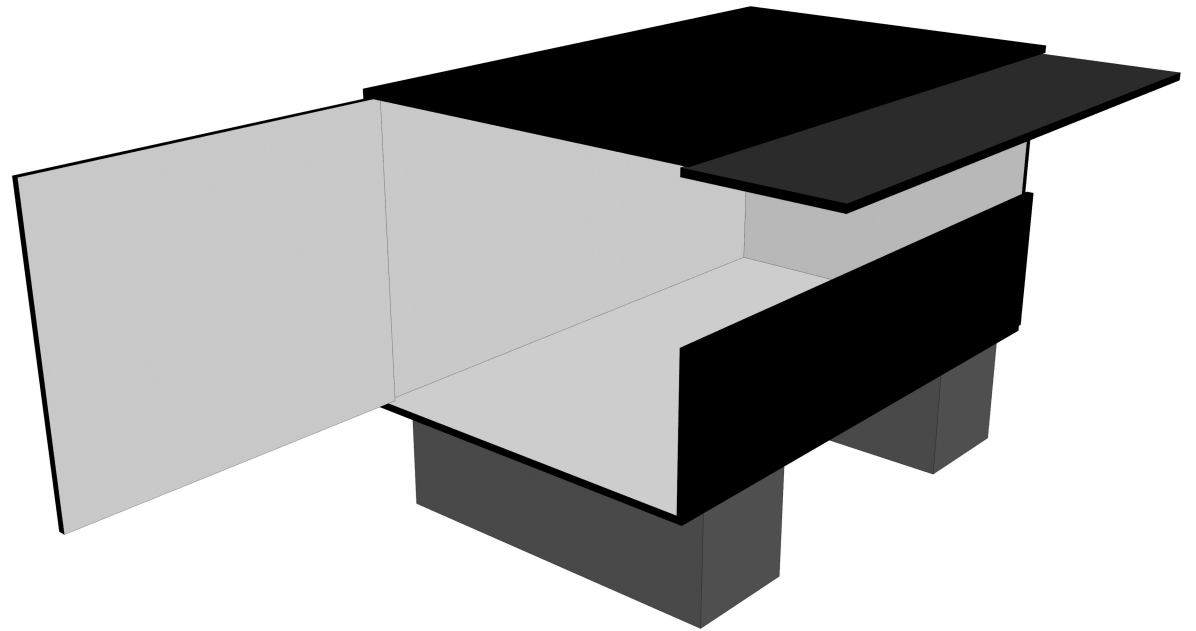
5.6.2 Pared
Pared Planos Traslación
Flexibilidad



EXPERIMENTACIONES

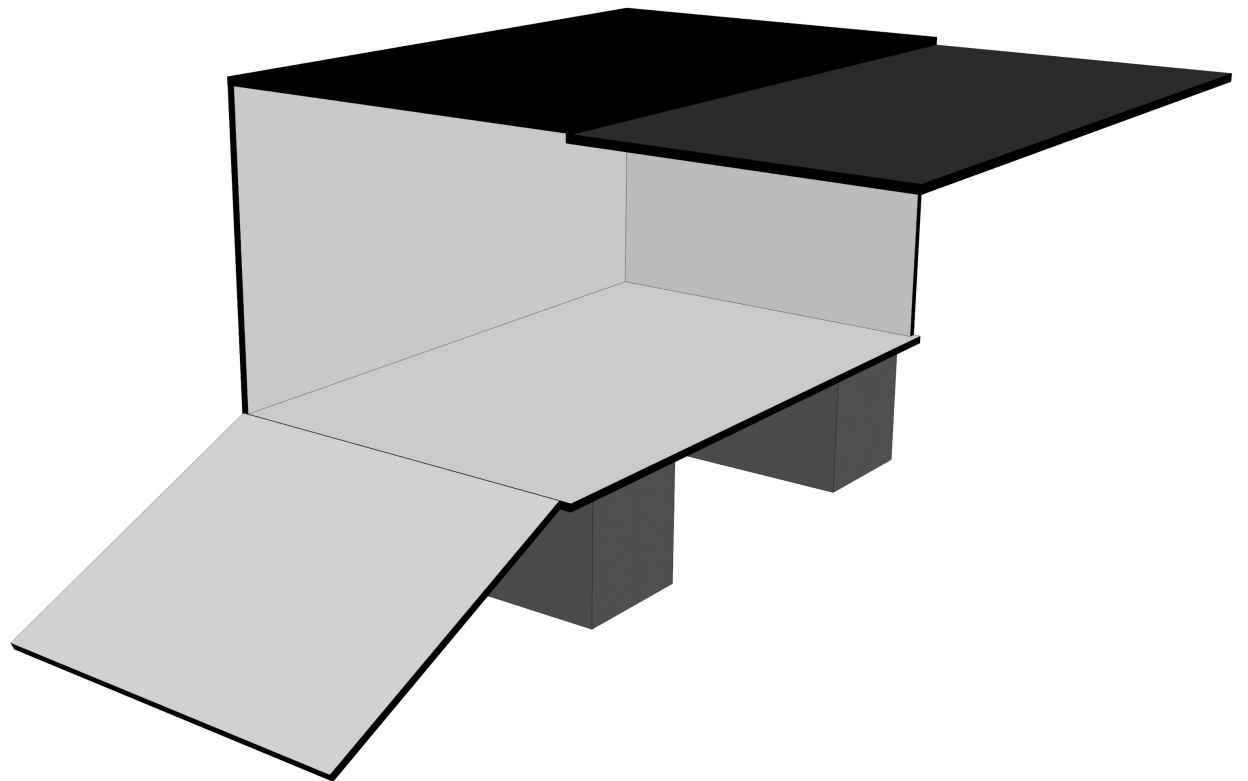
Pared

Pared Planos Contactación
Versatilidad



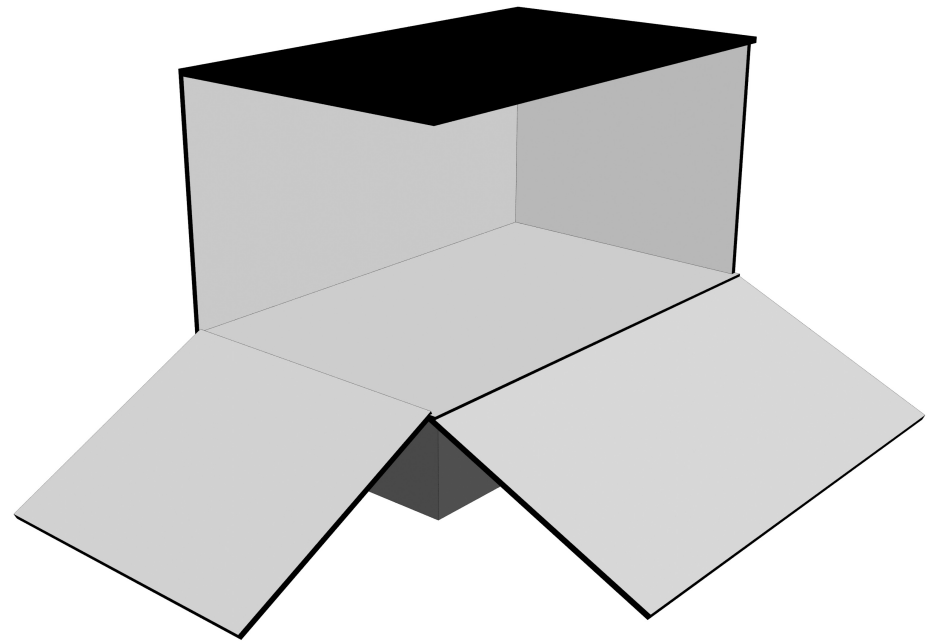
Pared

Pared Volúmenes Rotación
Adaptabilidad



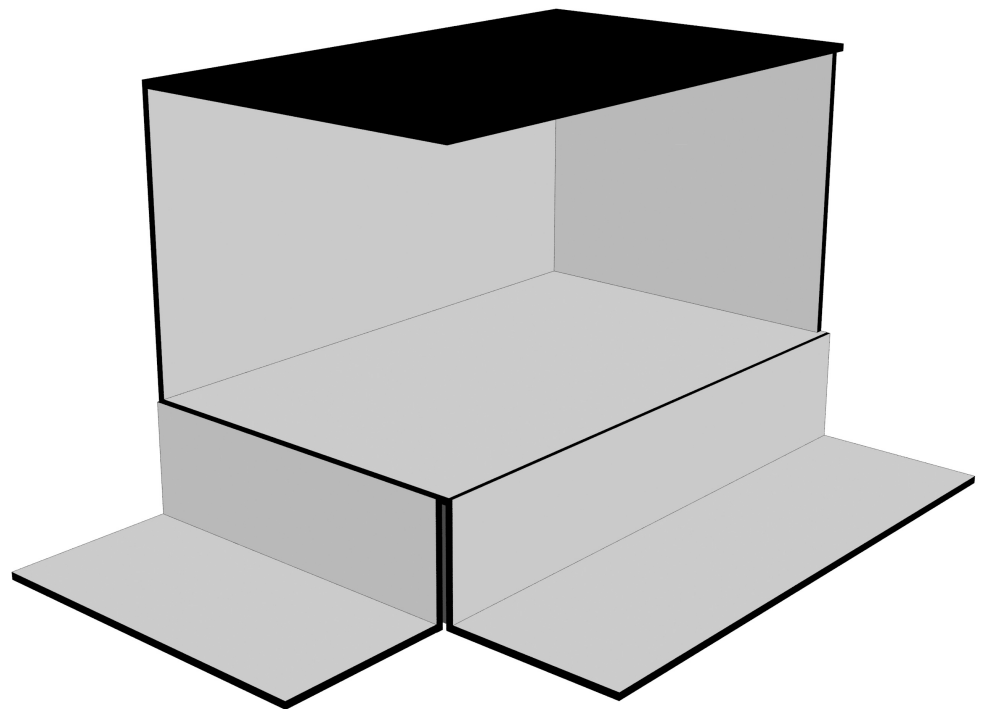
5.6.3 Piso

Pisos Volúmenes Rotación
Flexibilidad



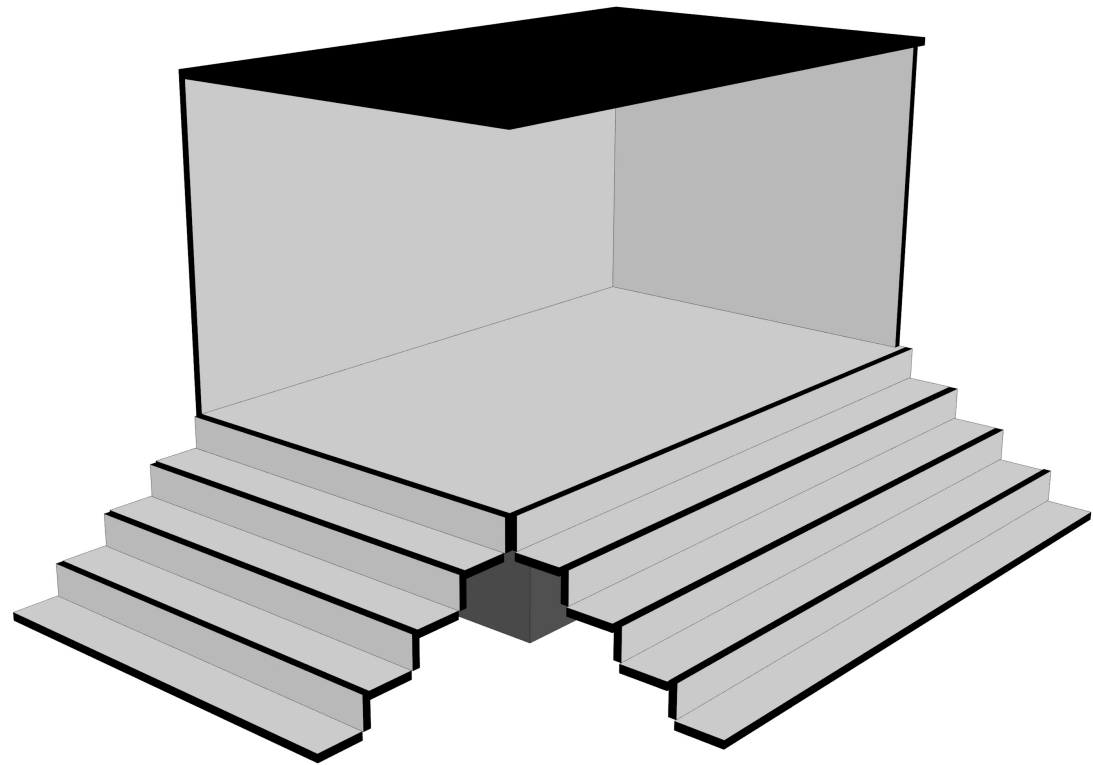
Piso

Pisos Planos Contactacion
Versatilidad



EXPERIMENTACIONES

Piso
Pisos Volúmenes Rotación
Adaptabilidad



La facilidad y comodidad pueda desarrollarse dentro del cualquier tipo de contenedor realizando diferentes actividades. La flexibilidad, adaptabilidad y versatilidad se acoplan con facilidad a las diversas situaciones o necesidades. Entonces, la realización de diferentes tareas en varios tipos de contenedor no solo va a formar parte del usuario, sino también del local comercial por las concisiones espaciales reducidas.

CAPÍTULO

4

“ Si buscas resultados distintos, no hagas siempre lo mismo ”

Albert Einstein



4.1 ANÁLISIS DE LOS ESPACIOS PARA EL RESTAURANTE MÓVIL

Remolque				
Movilidad				
	Mala	Regular	Buena	Muy buena
Facil trasportacion				●
Emplazamiento			●	
Seguridad			●	
Modularidad				●
Exhibición				
Iluminación		●		
Temperatura		●		
Almacenaje				
Capacidad			●	
Dimensión			●	
Espacialidad			●	

La **movilidad** hace referencia a la manera óptima de transportarse de un lado a otro

Exhibición hace referencia la capacidad que poseen para exhibir productos y al capacidad de iluminación y temperatura del espacio.

Almacenaje hace referencia a la capacidad que posee el espacio para que funcionen como bodegas y almacenamiento de alimentos.

Autobus				
Movilidad				
	Mala	Regular	Buena	Muy buena
Facil trasportacion				●
Emplazamiento			●	
Seguridad				●
Modularidad				●
Exhibición				
Iluminación			●	
Temperatura			●	
Almacenaje				
Capacidad				●
Dimensión			●	
Espacialidad			●	

La **movilidad** hace referencia a la manera óptima de transportarse de un lado a otro

Exhibición hace referencia la capacidad que poseen para exhibir productos y al capacidad de iluminación y temperatura del espacio.

Almacenaje hace referencia a la capacidad que posee el espacio para que funcionen como bodegas y almacenamiento de alimentos.

Camion				
Movilidad				
	Mala	Regular	Buena	Muy buena
Facil trasportacion				●
Emplazamiento		●		
Seguridad			●	
Modularidad		●		
Exhibición				
Iluminación		●		
Temperatura		●		
Almacenaje				
Capacidad			●	
Dimensión			●	
Espacialidad				●

La movilidad hace referencia a la manera óptima de transportarse de un lado a otro

Exhibición hace referencia la capacidad que poseen para exhibir productos y al capacidad de iluminación y temperatura del espacio.

Almacenaje hace referencia a la capacidad que posee el espacio para que funcionen como bodegas y almacenamiento de alimentos.

4.2 SELECCIÓN DEL VEHÍCULO PARA EL RESTAURANTE MÓVIL

En la selección del vehículo el cual se va realizar el restaurante móvil, se seleccionó el bus **Ford 600 , 700** o un bus de similares características ya que es un bus que posee la bondad de modificar su fuselaje o carrocería, permitiendo adecuarlo para el propósito de este proyecto, además es un bus de precio moderado, su precio está entre los \$8.000 a \$10.000 dólares, y los arreglos necesarios del motor son de precio económico, por esta razón es un elemento ideal para adecuarlo y realizar el proyecto de restaurante móvil , actualmente este tipo de buses se encuentra en funcionamiento fuera de las ciudades, generalmente en los pueblos, pero con modificaciones y cumpliendo diferentes funciones como por ejemplo, son utilizados como plataforma para llevar madera, bloques, ladrillos, etc.

Las dimensiones del bus Ford 600 ,700 ES DE 2.70 metros por 6.80 metros de largo y 3 metros de alto.

Bus Ford 700



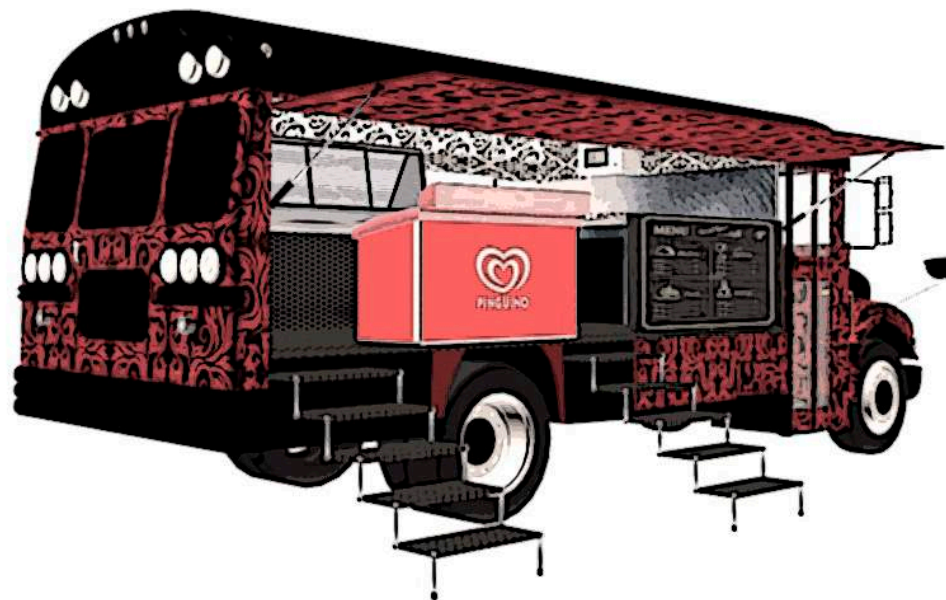
<http://goo.gl/5USoIW>

4.3 PROTOTIPO / BOCETOS 3D

**DESPLIEGUES
AXONOMETRIA
FRONTAL:**



**DESPLIEGUES
AXONOMETRIA
POSTERIOR:**



4.4 ESTRATEGIA DE DISEÑO

LA EXHIBICIÓN

La estrategia utilizada en la exhibición es de una manera horizontal, con una buena distribución para que el usuario se familiarice fácilmente en el espacio interior, y cumpla con la funcionalidad esperada y brinde una estética agradable para que el restaurante móvil pueda acoplarse a las necesidades de usuario.

MOVIMIENTOS

En este proyecto se basa en la versatilidad del espacio comercial, el emplazamiento es muy importante al momento que el restaurante llega a su punto de destino.

El despliegue que realiza el bus son movimientos fáciles y rápido para mayor funcionalidad y potencialidad con la finalidad que el restaurante pueda compactarse o desplegarse de manera rápida, entonces de esta manera pueda dirigirse de un punto a otro de destino.

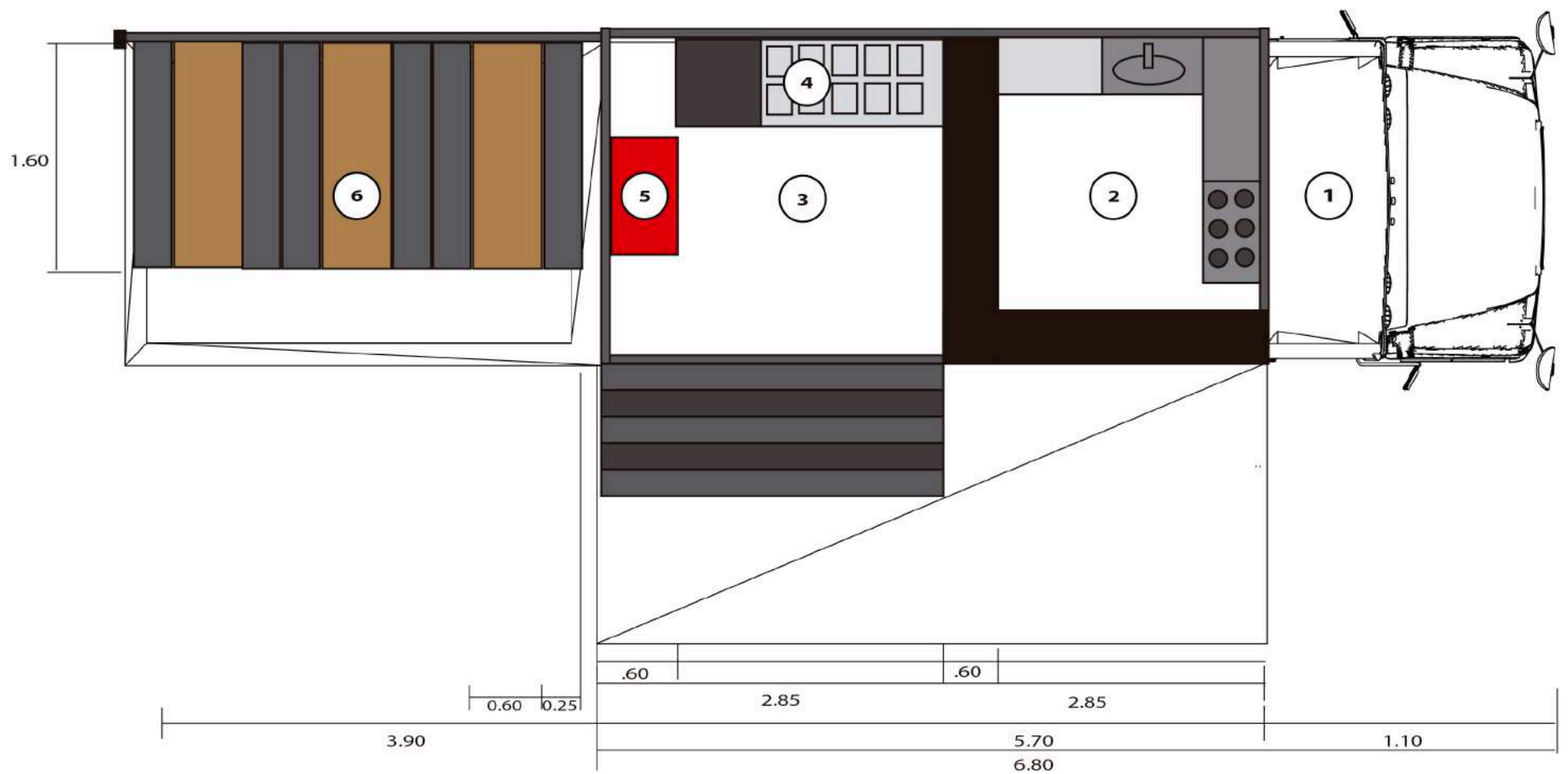
BODEGA, TRASPORTE Y SISTEMAS

En el restaurante móvil, posee un gran espacio para bodega, transporte de alimentos y sistemas de servicio, la parte de bodega de alimentos está ubicada en el nivel bajo del bus, para facilidad el embodega y de la parte superior de la bodega se desplaza para facilidad de obtener los productos de la bodega, los sistemas de gas van incluido con una bodega aislada para la seguridad del restaurante, los sistemas de agua están incorporados para embodegar agua limpia y recolector de aguas servidas, de esta manera se brinda un proyecto integral.

4.5 PROPUESTA

4.5.1 PLANTA

PLANTA



LISTADO DE AREAS

- 1 CABINA
- 2 COCINA
- 3 AREA DE ATENCIÓN
- 4 ZONA DE VIENDAS Y REFRIGERADORA
- 5 HELADERIA
- 6 AREA DE COMEDOR

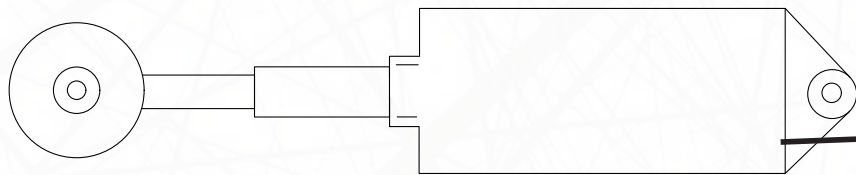
ESCALA 1:50

4.5.2 VISTA FRONTAL POSTERIOR Y LATERAL

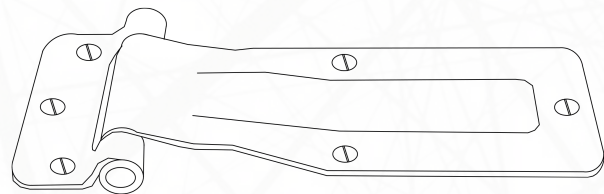


Escala 1:35

4.5.3 DETALLES TECHO Y GRADAS MOVILES

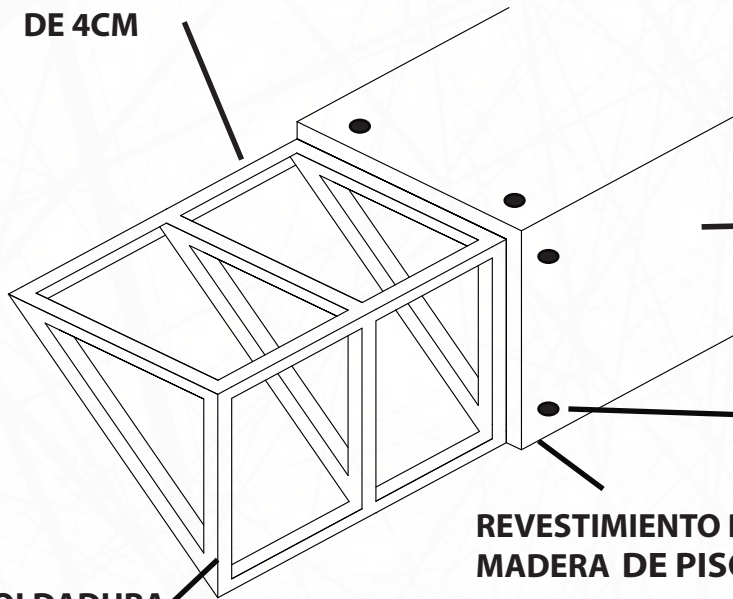


CILINDRO HIDRAULICO



BISAGRA

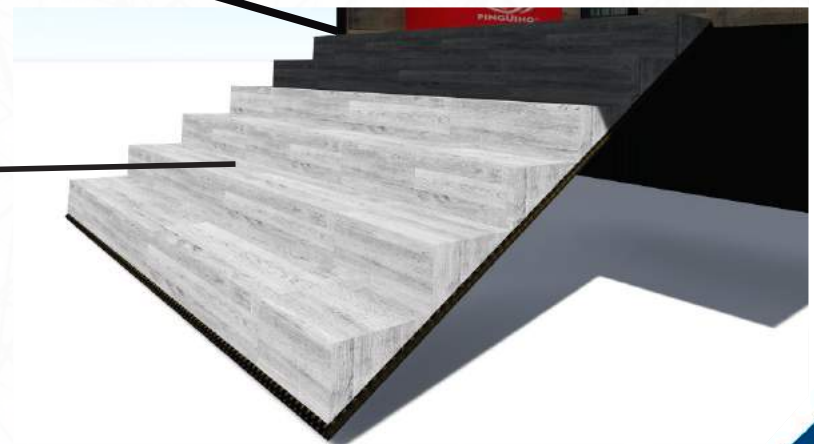
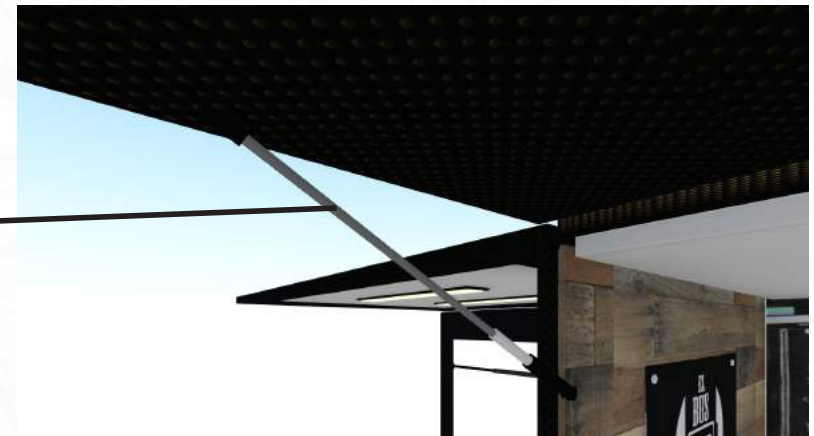
ESTRUCTURA DE METAL (TUBO RECTANGULAR) DE 4CM



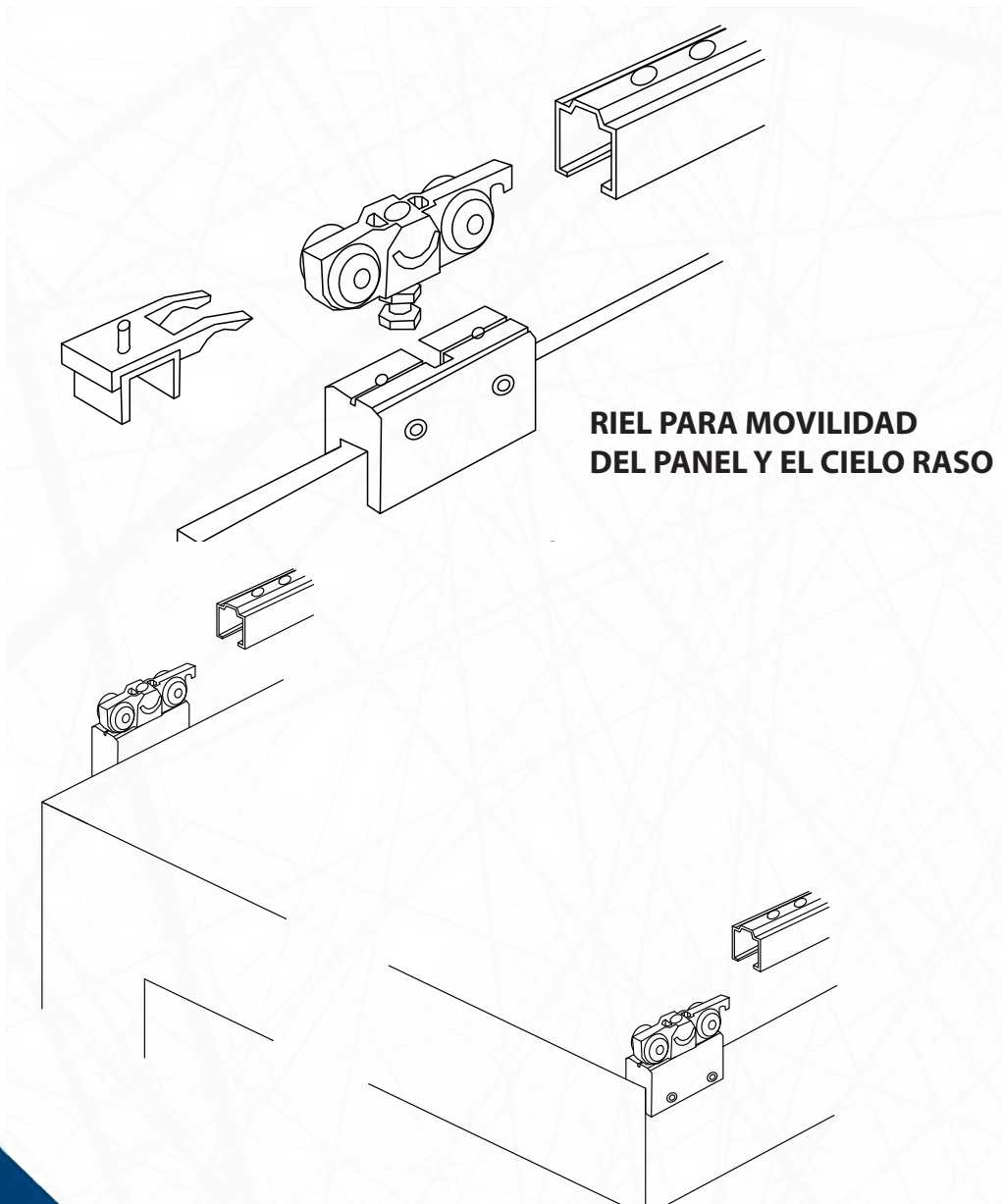
TORNILLO AUTOROSCANTE

REVESTIMIENTO DE MADERA DE PISO LAMINADO

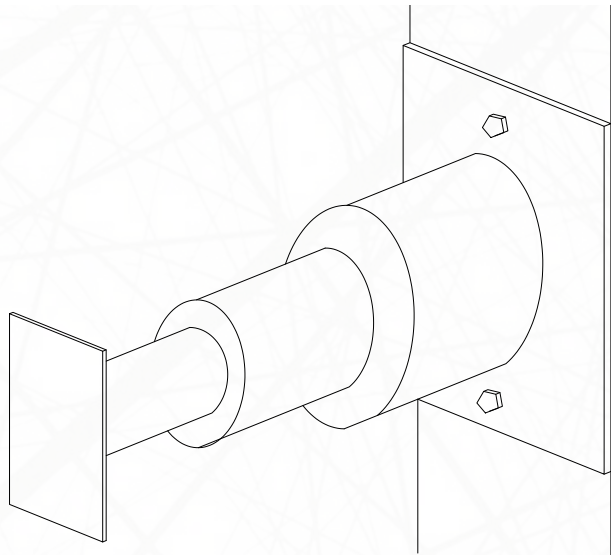
SOLDADURA



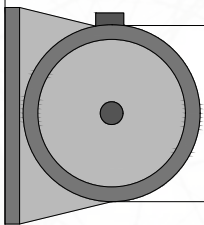
4.5.4 PANEL Y CIELO RASO MOVIL



4.5.5 PANEL SILLAS MESAS



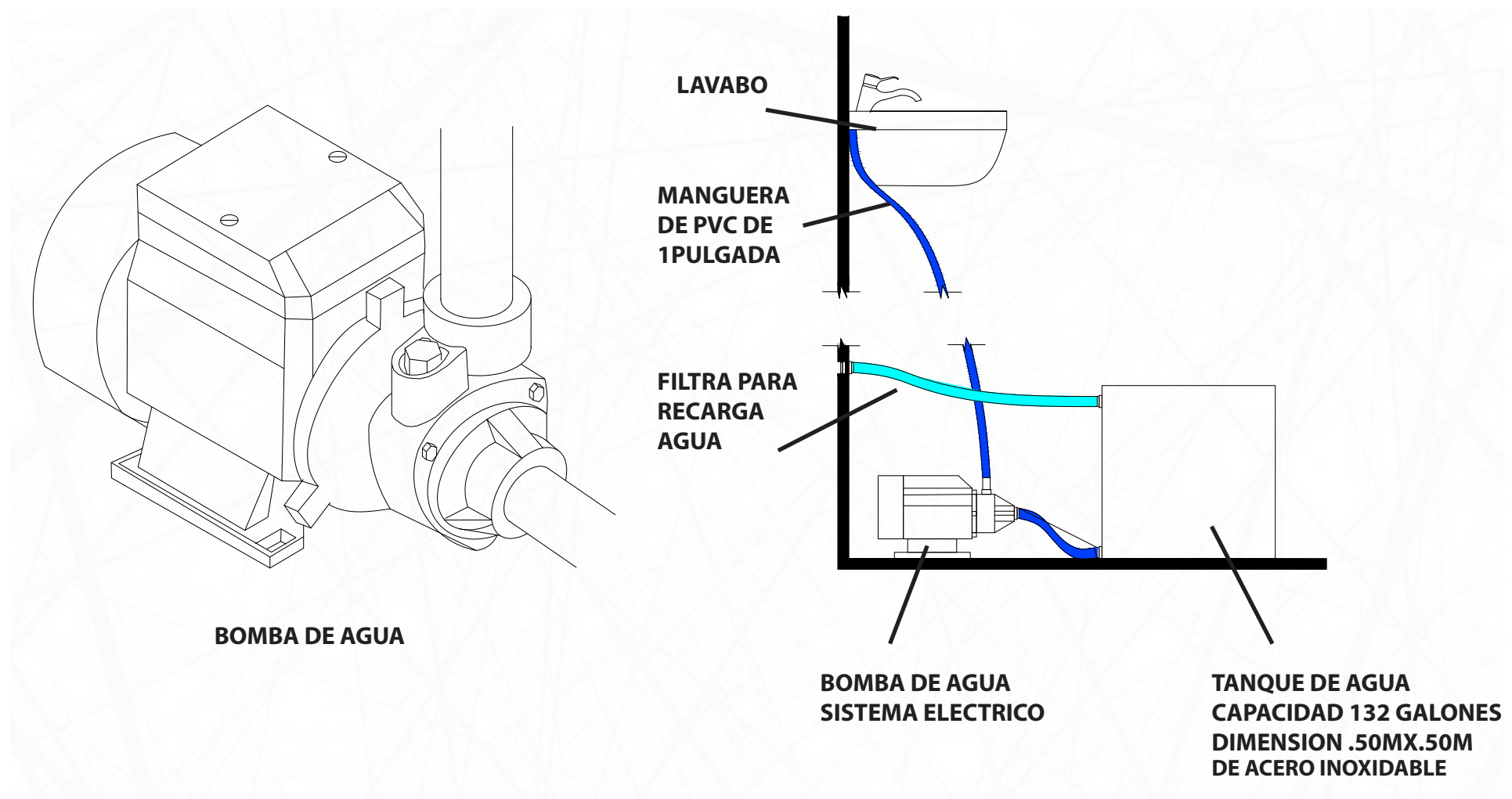
**EXTENSION TELESCOPICA
PARA EL PANEL**



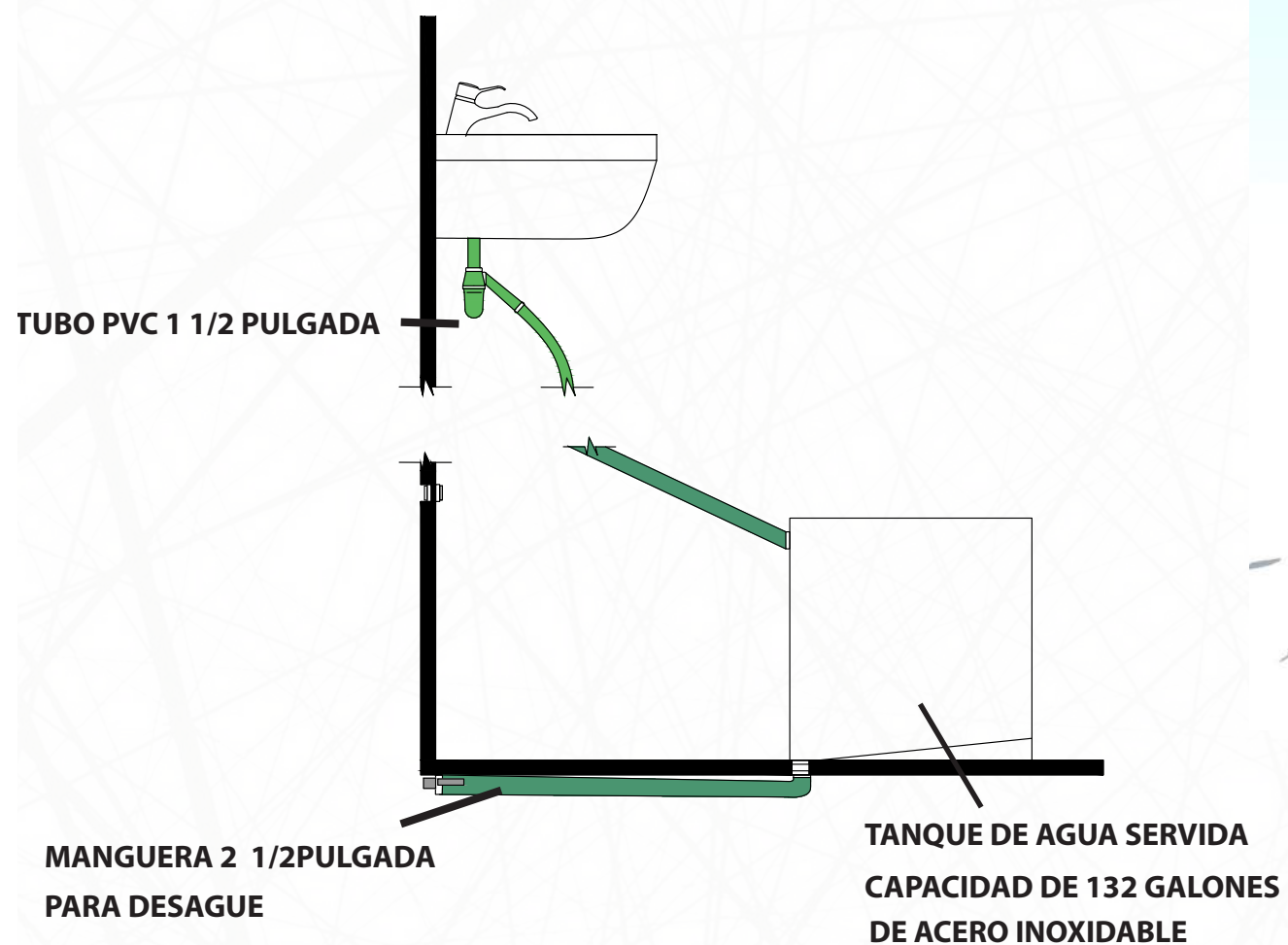
**SISTEMA CHECK
PARA SILLAS MESAS
Y GRADAS**



4.5.6 SISTEMA DE AGUA LIMPIA



4.5.7 SISTEMA DE AGUA SERVIDAS



4.5.8 PROPUESTA FINAL



4.5.8 PROPUESTA FINAL



4.5.8 PROPUESTA FINAL



VISTA EXTERIOR



VISTA AREA DE ATENCIÓN



VISTA COUNTER



VISTA COCINA

4.5.9 PRESUPUESTO

ACTIVIDAD	RUBRO	UNIDAD	CANTIDAD	RENDIMIENTO	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
RESTAURACION	Restauración de corrosiones	m2	46.83	1	\$ 4,00	187,32
	Pulido de refuerzo metálico	U	6	1,6	\$ 25,00	150,00
	Restauración de planchas de acero	m2	123,31	1,2	\$ 2,50	308,28
ESTRUCTURA ADICIONAL	Planchas de acero galvanizado 2x4m	U	4	2,5	\$ 125,00	500,00
	Riel superior de techo corredizo	ml	5,76	2,3	\$ 25,00	144,00
	Bomba de agua periférica	U	1	4	\$ 68,00	68,00
INSTALACIONES	Suministro y colocación de toma corrientes	pto	3	0,15	\$ 10,55	31,65
	Suministro y colocación Interruptores simple	pto	1	0,15	\$ 22,30	22,30
	Instalaciones de iluminación con lamparas fluorescentes	pto	3	1	\$ 73,25	219,75
	instalación de cilindro hidráulico	U	2	0,5	\$ 150,00	300,00
REVESTIMIENTOS	Piso laminado	m2	39,78	0,6	\$ 24,00	954,72
	Lona	m2	79,17	1,5	\$ 4,15	328,56
MOBILIARIO	Congeladora	U	2	3	\$ 250,00	500,00
	Suministro de viandas	U	1	3	\$ 170,00	170,00
	Cocina	u	1	4	\$ 200,00	200,00
OTROS	Bus ford 700	U	1	3	\$ 8.000,00	8.000,00
					Suma	12.085
					Imprevistos 4%	483.40
					Total	12.568,40

4.7 CONCLUSIONES

4.6 RECOMENDACIONES

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 un **exagerado** acondicionamiento al ya que este se planteó en el tema.

A través del estudio y el análisis realizado en este proyecto, se planteó como propuesta un proyecto de restaurante móvil, basándonos en la reglas de diseño, construcción y tecnología, de esta manera se demostró que es factible realizar este proyecto. El propósito del proyecto fue contribuir de una manera innovadora al problema latente detectado en la clase trabajadora, por falta de servicios de alimentación en varias zona de la ciudad de cuenca.

La fusión de materiales, tecnología y creatividad, lograron visualizar el objetivo planteado de realizar un dispositivo móvil que se pueda trasladar de un lado a otro de la ciudad, proporcionando así funcionalidad y adaptabilidad de manera fácil eficiente y concisa a diferentes entornos vulnerables afectados en la ciudad de Cuenca.

La estrategia de diseño en el espacio interior se provecha al máximo, pues la virtud de ser un espacio multifuncional formula o crea un espacio versátil. La experimentación en el proyecto fue muy importante para tomar decisiones de funcionalidad y diseño , logrando funsionar e integrar "el todo y sus partes".

ANEXOS

ORDENANZA QUE REGULA LAS ACTIVIDADES DEL COMERCIO AMBULATORIO Y OTRAS, EN LOS ESPACIOS PÚBLICOS DEL AREA URBANA DEL CANTÓN CUENCA EL ILUSTRE CONCEJO CANTONAL DE CUENCA CONSIDERANDO

CAPITULO I Disposiciones Preliminares Art. 1.- Prohíbese la ocupación de los espacios y áreas de uso público con fines distintos a los de su naturaleza, salvo los servicios y actividades regulados por esta Ordenanza y más normas conexas. Art. 2.- Todos los actos culturales, sociales y deportivos a realizarse dentro de los espacios públicos de la Ciudad, requerirán la autorización de la Dirección de Control Municipal, que determinará las condiciones y lineamientos en que se desarrollarán tales eventos. La Dirección de Control en coordinación con la Dirección de Cultura determinará en qué casos pueden utilizarse las áreas correspondientes al Centro Histórico. Sin perjuicio de las autorizaciones, se respetarán las festividades tradicionales de: Septenario, Pase del Niño Viajero, Fin de Año y 6 de Enero. Art. 3.- Prohíbese en las áreas de uso público del Cantón, la exhibición o venta, ambulatoria o estacionaria, de productos alimenticios primarios, tales como: frutas, verduras, hortalizas, productos cárnicos y demás que se comercializan al interior de los mercados. Art. 4.- La Secretaría General de Planificación expedirá los instructivos y determinaciones técnicas de carácter general sobre la zonificación de la Ciudad; señalará los usos y formas de ocupación de los espacios públicos y las condiciones generales o sectoriales de tal utilización. Art. 5.- Corresponderá privativamente a la Dirección de Control Municipal extender y revocar permisos y licencias de uso de espacios públicos. Art. 6.- La Guardia Ciudadana en acción administrativa y cautelar, procederá al retiro y decomiso de los bienes que sean exhibidos o comercializados sin la autorización o permiso de la Dirección de Control Municipal, de acuerdo a las normas y disposiciones pertinentes

CAPITULO V Del Control y Sanciones Art. 24.- Los vendedores estacionarios se emplazarán única y exclusivamente en las áreas determinadas y bajo las condiciones específicas establecidas por la Dirección de Control. La falta a esta disposición será condición suficiente para la revocatoria de la licencia otorgada. Art. 25.- En ningún caso se permitirá la actividad de los vendedores ambulantes que no se encuentren registrados por la Dirección de Control Municipal. Los vendedores ambulantes que realicen actividades estacionarias, serán retirados del registro municipal. Art. 26.- En forma permanente se realizará la toma de muestras y análisis de los alimentos que se expendan previa autorización municipal. En el caso de que, de los análisis se estableciere que dichos alimentos no son aptos para el consumo humano, el costo de los mismos será pagado por el vendedor a la I. Municipalidad de Cuenca y se aplicará lo dispuesto en la Ordenanza de Saneamiento Ambiental y Control Sanitario del Cantón Cuenca. Art. 27.- Los vendedores estacionarios que se ubiquen sin permiso municipal, o los vendedores ambulantes no registrados, quedan sujetos al decomiso de los objetos que porten. La acción de decomiso de carácter cautelar se cumplirá con la entrega de la boleta de actuación correspondiente. Para su recuperación se seguirán los trámites pertinentes, según dispone la Ordenanza que Regula la Utilización de Espacios Públicos en el Area de la Ciudad de Cuenca. Los bienes perecibles serán irre recuperables, y entregados a las instituciones de beneficencia de la Ciudad, previa determinación de su cantidad, peso y más especificaciones. Los bienes no perecibles se mantendrán embodegados y bajo custodia municipal por un lapso no mayor a treinta días. De no haber quien reclame, se procederá de conformidad con la Ley. Art. 28.- En caso de enfermedad o fuerza mayor, el vendedor autorizado podrá encargar su actividad, durante el tiempo de su incapacidad, a su cónyuge, compañera o compañero en unión libre, padres, hijos, hermanos, siempre y cuando informe por escrito de este hecho a la Dirección de Control Municipal para el registro temporal sustitutivo correspondiente.

CAPITULO VI Obligaciones de los Vendedores Art. 29.- Son obligaciones de quienes desarrollan actividades comerciales, estacionarias o ambulatorias: a) Ejercer sus actividades en el espacio autorizado, b) Mantener limpio y seguro su sitio de trabajo y la zona de influencia, para lo cual siempre deberá contar con un recipiente limpio para la basura, según las características que señale la Municipalidad. c) Obtener y portar la licencia correspondiente. d) No expender bebidas alcohólicas u otras drogas psicotrópicas. e) Cumplir con las normas de presentación personal dispuestas por la Dirección de Control Municipal. f) No provocar ruidos excesivos ni anunciar sus mercancías con bocinas, altoparlantes u otro mecanismo de contaminación sónica. g) Ofrecer mercancías que sean de procedencia lícita; y, h) Colaborar con las autoridades en mantener el orden y seguridad. Art. 30.- Dentro de los treinta días calendario anteriores al vencimiento de la licencia, los vendedores, podrán solicitar la renovación de la licencia en la Dirección de Control Municipal. En este término, la municipalidad resolverá la solicitud, debiendo, en todo caso, contestarla. La falta de respuesta en el término de quince días dará lugar a la renovación de pleno derecho y se procederá al registro en el catastro respectivo, sin perjuicio de las responsabilidades del funcionario o funcionarios renuentes o negligentes en la obligatoria respuesta al solicitante.

ANEXO



ANEXO

GUIÓN DE LA ENCUESTA

D I S E Ñ O
FACULTAD



ASUNTO:

La siguiente propuesta trata sobre el funcionamiento de un local comercial móvil (restaurante) que se trasladara a diferentes puntos de la ciudad. Los productos a comercializar son de alimentación diaria, esta propuesta está enfocada a lugares o zonas como el parque industrial, construcción, eventos deportivos y lugares de esparcimiento de la ciudad, ajustándose a los reglamentos municipales y normas de higiene de (CCS).

EDAD: 18 - 25 26-35 36 - 45 46 - 55 56 o mas **SEXO:** H M

1- ¿A la hora del almuerzo en su trabajo donde come diariamente?

CASA

RESTAURANTE

OFICINA

2- ¿Cuál es el gasto que realiza usted por su almuerzo diariamente?

2,50\$

5,00\$

7,50\$

10,00\$

3- ¿A la hora del almuerzo en su trabajo prefiere calentar su propia comida o prefiere que le sirvan la comida lista mediante un servicio adicional?

Calentar su comida

Comida servida lista

PORQUÉ: _____

4 - ¿En su trabajo a la hora del almuerzo prefiere consumir comida hecha en casa o comida pre cocida – procesada?

Comida pre cocida – procesada

Hecha en casa

5- ¿A la hora del almuerzo en su jornada de trabajo cuantas opciones de menús le gustaría tener a su elección?

El menú del día

2 tipos de menú

3 tipos de menú

6 ¿A la hora del almuerzo en su jornada de trabajo aparte de los diferentes tipos de menú de comida le interesaría obtener productos adicionales como snack y diferentes tipos de bebidas?

Si

No

7 ¿Le interesaría adquirir productos de alimentación afuera de su trabajo a la hora del almuerzo a través de un local comercial móvil?

Si

No

PORQUÉ: _____

8- ¿Le interesaría a usted que el local comercial móvil posea un buen servicio y espacio donde puedan disfrutar de su alimentación?

Si

No

PORQUÉ: _____

9 - ¿A la hora de su almuerzo, prefiere comer en un lugar abierto o cerrado?

Abierto

Cerrado

PORQUÉ: _____

BIBLIOGRAFÍA

Javier Contreras (2015). El comercio movil. Universidad del Azuay

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.

Valle M. (2012). Ambientación de una vivienda modular, ampliable y trasportable empleando contenedores, Tesis de Arquitecto, Universidad católica sede Ambato.

Merchán M. (2013). Vivienda ecológica para campos petroleros, Tesis de arquitecto, Universidad de las Américas.

Jonathan C, Adrian O.(2011). Construcción de un prototipo habitacional con la aplicación de nuevas tecnologías, Tesis de Arquitecto, Universidad Veracruzana.

Roldán E (2011), Vivienda unipersonal Flexible, Tesis de Diseñador, Universidad de Palermo.

Tápia F, (2011-2012). Diseño de mobiliario multifuncional, Tesis de Diseñador, Universidad de Cuenca

Anova, (2011). Arquitectura móvil. Colombia: Recuperado el 5 de Noviembre, de <http://containers.com.co/containers.pdf>

Barón, C (2009), Arquitectura de Contenedores, (pp. 20-43), Sevilla, España.

Thiel, D (2013). Sustentabilidad turística (pp.35-74) Buenos Aires, Argentina.

Pablo B, Silvia N, Feliz B.(2010). Construcción de viviendas mediante contenedores de obra, Universidad de Jaume.

Thiel, D (2013). Sustentabilidad turística (pp.35-74) Buenos Aires, Argentina.

Gómez, R.(2010), ¿Arquitectura verde o sostenible, aplica en espacios comerciales?, Eureka, ed17, Vol14.





Jeffrey Campoverde
Diseño Interior