



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

CARRERA DE SOCIOLOGÍA

**La regeneración urbana y su impacto socioeconómico en los comerciantes
del mercado central de Machala, año 2024**

**CASTILLO CHILLOGALLI KEVIN IVAN
LICENCIADO EN SOCIOLOGIA**

**SANCHEZ MERINO SAIDA MARILIN
LICENCIADA EN SOCIOLOGIA**

**MACHALA
2024**



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

CARRERA DE SOCIOLOGÍA

**La regeneración urbana y su impacto socioeconómico en los
comerciantes del mercado central de Machala, año 2024**

**CASTILLO CHILLOGALLI KEVIN IVAN
LICENCIADO EN SOCIOLOGIA**

**SANCHEZ MERINO SAIDA MARILIN
LICENCIADA EN SOCIOLOGIA**

**MACHALA
2024**



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

CARRERA DE SOCIOLOGÍA

PROYECTOS INTEGRADORES

**La regeneración urbana y su impacto socioeconómico en los
comerciantes del mercado central de Machala, año 2024**

**CASTILLO CHILLOGALLI KEVIN IVAN
LICENCIADO EN SOCIOLOGIA**

**SANCHEZ MERINO SAIDA MARILIN
LICENCIADA EN SOCIOLOGIA**

CORDOVA ROSARIO INGRID MISHELLE

**MACHALA
2024**



Anti plagio - Marilyn Sanchez y Kevin Castillo

6%
Textos
sospechosos



5% Similitudes
< 1% similitudes entre
comillas
0% entre las fuentes
mencionadas
< 1% Idiomas no reconocidos

Nombre del documento: Anti plagio - Marilyn Sanchez y Kevin Castillo.docx
ID del documento: 92ee9085a57072004c1155656be2234d1b523349
Tamaño del documento original: 158,42 kB
Autores: []

Depositante: INGRID MISHELLE CORDOVA ROSARIO
Fecha de depósito: 31/1/2025
Tipo de carga: interface
fecha de fin de análisis: 31/1/2025

Número de palabras: 23.510
Número de caracteres: 155.511

Ubicación de las similitudes en el documento:



Fuentes principales detectadas

N°	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	site.inpc.gob.ec 38 fuentes similares	1%		Palabras idénticas: 1% (313 palabras)
2	www.gob.ec 19 fuentes similares	1%		Palabras idénticas: 1% (314 palabras)
3	biblioteca.defensoria.gob.ec 32 fuentes similares	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (206 palabras)
4	dspace.ucuenca.edu.ec El buen vivir en la Constitución Ecuatoriana 2008 32 fuentes similares	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (230 palabras)
5	repositorio.utmachala.edu.ec 28 fuentes similares	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (205 palabras)

Fuentes con similitudes fortuitas

N°	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	1library.co Competencias exclusivas - CONDICIONES BASICAS DEL OT El documento proviene de otro grupo	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (39 palabras)
2	localhost Proceso de descentralización de competencias, como nuevo modelo de g... El documento proviene de otro grupo	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (39 palabras)
3	Documento de otro usuario #b579f9 El documento proviene de otro grupo	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (37 palabras)
4	conagopareazuay.gob.ec	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (34 palabras)
5	www.presidencia.gob.ec	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (32 palabras)

Fuentes ignoradas Estas fuentes han sido retiradas del cálculo del porcentaje de similitud por el propietario del documento.

N°	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	repositorio.utmachala.edu.ec	4%		Palabras idénticas: 4% (855 palabras)
2	Documento de otro usuario #034bd4 El documento proviene de otro grupo	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (195 palabras)

CLÁUSULA DE CESIÓN DE DERECHO DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO DIGITAL INSTITUCIONAL

Los que suscriben, CASTILLO CHILLOGALLI KEVIN IVAN y SANCHEZ MERINO SAIDA MARILIN, en calidad de autores del siguiente trabajo escrito titulado La regeneración urbana y su impacto socioeconómico en los comerciantes del mercado central de Machala, año 2024, otorgan a la Universidad Técnica de Machala, de forma gratuita y no exclusiva, los derechos de reproducción, distribución y comunicación pública de la obra, que constituye un trabajo de autoría propia, sobre la cual tienen potestad para otorgar los derechos contenidos en esta licencia.

Los autores declaran que el contenido que se publicará es de carácter académico y se enmarca en las disposiciones definidas por la Universidad Técnica de Machala.

Se autoriza a transformar la obra, únicamente cuando sea necesario, y a realizar las adaptaciones pertinentes para permitir su preservación, distribución y publicación en el Repositorio Digital Institucional de la Universidad Técnica de Machala.

Los autores como garantes de la autoría de la obra y en relación a la misma, declaran que la universidad se encuentra libre de todo tipo de responsabilidad sobre el contenido de la obra y que asumen la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera exclusiva.

Aceptando esta licencia, se cede a la Universidad Técnica de Machala el derecho exclusivo de archivar, reproducir, convertir, comunicar y/o distribuir la obra mundialmente en formato electrónico y digital a través de su Repositorio Digital Institucional, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico.



CASTILLO CHILLOGALLI KEVIN IVAN

0707343950



SANCHEZ MERINO SAIDA MARILIN

0705600278

UNIVERSITAS
MAGISTRORUM
ET SCHOLARUM

DEDICATORIA

Dedico este trabajo de titulación a mis padres, Norma del Rocio Chillogalli Chillogalli y Mario Iván Castillo Bermeo, que han sabido formarme con buenos sentimientos, hábitos y valores, que me ha ayudado a salir adelante y enfrentar las dificultades que se me han presentado en la vida. A mis hermanos, Steveen Abraham Castillo Chillogalli y Dayana Leticia Castillo Chillogalli, por el gran amor y cariño que me han brindado en este largo trayecto.

A mí familia en general, por la infinidad de experiencias vividas tanto buenas y malas, por su apoyo incondicional, por los momentos únicos que hemos compartido y para los familiares que en este momento no se encuentran conmigo. Por ser ellos mi inspiración para concluir este trabajo.

Kevin Iván Castillo Chillogalli

A mis padres, Florencio Aníbal Sánchez Calva y Milva Noemí Merino Merino, quienes siempre han sido el faro de mi vida con sus manos guiándome con ternura y amor, gracias por enseñarme a caminar con valentía, a creer en mis sueños y sobre todo, por ser mi refugio en cada momento de duda. No existen palabras lo suficientemente grandes para agradecerles por ser el pilar sobre el que construyo mis sueños. Quiero compartir además este logro con mis hermanos y toda mi familia, quienes han sido mi mayor apoyo y fuente de alegría; este logro les pertenece tanto a ustedes como a mí. Finalmente, pero de igual importancia a mis queridos amigos, por estar a mi lado en cada paso de este camino, por hacer de mis días más difíciles momentos de risas y alegría, su presencia, cariño y amistad fueron parte del motor que me impulsó a seguir adelante, gracias por estar siempre ahí, haciéndome sentir que no importa lo que pase, siempre cuento con ustedes. Cada uno de ustedes ha sido una pieza clave en mi historia, los amo con todo el corazón.

Saida Marilin Sánchez Merino

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por brindarme sabiduría, fuerza y paciencia en todo este largo trayecto de 4 años. A mi mamá por brindarme su apoyo en todo momento y ayudarme a cumplir mi sueño de ser todo un profesional, y a todas las personas que en su debido tiempo me motivaron a seguir y no rendirme en el proceso, culminando otra etapa de mi vida.

A la Universidad Técnica de Machala por abrirme las puertas y poder ejercer mi carrera, a mi Tutora, la Soc. Ingrid Mishelle Córdova Rosario, por la ayuda brindada durante todo este proceso y los conocimientos otorgados para la realización del trabajo de titulación.

Kevin Iván Castillo Chillogalli

A mi querida familia, gracias por su amor ilimitado y apoyo constante, que me han dado las fuerzas para seguir adelante; cada sonrisa, palabra de ánimo y gesto de amor de ustedes ha sido la fuente de inspiración para este trabajo.

A mi tutora, Soc. Ingrid Córdova por brindarme su tiempo y conocimientos durante el desarrollo de esta tesis, su sabiduría y profesionalismo fueron claves para culminar con éxito este proyecto.

Mi más sincero agradecimiento al Soc. Galo Mendoza por su dedicación y por enseñarme con tanta paciencia y empeño, valoro profundamente cada consejo y experiencia que ha compartido conmigo.

Saida Marilin Sánchez Merino

RESUMEN

El proceso de regeneración urbana en los exteriores del mercado central de Machala conlleva mejorar las condiciones de vida y de trabajo de las personas que forman parte de ese espacio, interviniendo en la infraestructura, acceso a servicios, seguridad, movilidad humana e impulsando las ventas. En este marco, esta investigación plantea como problema central la siguiente pregunta: ¿Cuál es el impacto socioeconómico de la regeneración urbana en los comerciantes del mercado central de Machala en el año 2024?, con el fin de determinar las condiciones socioeconómicas de las transformaciones urbanas que afectan la dinámica comercial, económica y social de los vendedores en dicho mercado.

La metodología aplicada fue una investigación mixta que integro el enfoque cuantitativo y cualitativo puesto que se utilizaron técnicas de recolección de información como la encuesta a 225 vendedores formales del mercado central de Machala con el propósito de obtener datos de primera fuente, entrevistas a las autoridades municipales, Red de Mercados Machala y representante de los comerciantes; guía de observación aplicada en el área de estudio y revisión bibliografía, basada en la teoría de la sociología urbana y teoría estructural funcionalista de tipo básica, diseño no experimental, con un alcance descriptivo y transversal, con característica diagnóstica, propositiva, mediante el uso del método inductivo, deductivo y analítico-sistemático para corroborar la realidad y veracidad de la situación.

En los resultados se exponen los diversos problemas que enfrentan los comerciantes a causa de la regeneración urbana, los cuales incluyen la afectación del ordenamiento, el desorden urbano, las condiciones de insalubridad y desaseo; además, debido a la posible reubicación enfrentan diferentes desafíos como la reducción de los ingresos, disminución en la cantidad de clientes, la incertidumbre sobre el proceso de reubicación, falta de condiciones adecuadas, inseguridad e inestabilidad laboral, afectando su calidad de vida de manera significativa. Todo esto, combinado con la falta de atención y apoyo por parte de las autoridades encargadas, ha contribuido a un ambiente tenso y de desconformidad en los comerciantes, repercutiendo en su bienestar económico y dificultando la continuidad de sus actividades comerciales.

La propuesta de intervención hace referencia al diseño de un *“Programa de socialización y capacitación sobre nuevas reglas o normativas legales”*, cuyo objetivo principal es: Promover el conocimiento sobre regulaciones o leyes implantadas recientemente, mediante un plan informativo, participativo y activo, orientado al cumplimiento de las disposiciones vigentes por parte del mercado central de Machala. Con este fin, se desarrolla una estrategia de sociabilización y formación que incluye talleres, entrega de folletos, sesiones explicativas y materiales educativos accesibles para todos los comerciantes. La metodología combina un enfoque teórico con prácticas interactivas para garantizar la regulación de la vida comercial y un aprendizaje efectivo.

Los resultados esperados de esta intervención incluyen una mayor conciencia sobre las regulaciones, la reducción de infracciones legales y una mejora en las relaciones entre los comerciantes y las autoridades locales. Asimismo, se espera que esta capacitación genere un impacto positivo en la convivencia comunitaria, promoviendo el respeto mutuo y el orden público, lo cual contribuirá al desarrollo integral del mercado y a la seguridad de los ciudadanos.

Palabras clave: Regeneración urbana, condiciones socioeconómicas, comerciantes, mercado central, Machala.

ABSTRACT

The urban regeneration process outside Machala's central market involves improving the living and working conditions of the people who are part of this space, intervening in infrastructure, access to services, security, human mobility and boosting sales. Within this framework, this research poses the following question as a central problem: What is the socioeconomic impact of urban regeneration on the merchants of the central market of Machala in the year 2024?, in order to determine the socioeconomic conditions of the urban transformations that affect the commercial, economic and social dynamics of the vendors in this market.

The methodology applied was a mixed research that integrated a quantitative and qualitative approach, since information gathering techniques were used, such as the survey of 225 formal vendors in the central market of Machala in order to obtain first source data, interviews with municipal authorities, Machala Market Network and traders' representative, an observation guide applied in the study area, and a bibliographic review, based on the theory of urban sociology and functionalist structural theory of basic type, non-experimental design, with a descriptive and transversal scope, with a diagnostic, propositive characteristic, through the use of the inductive, deductive and analytical-systematic method to corroborate the reality and veracity of the situation.

In the results show the various problems that faced merchants as a result of urban regeneration, which include the affectation of the ordering, urban disorder, unhealthy and untidy conditions; in addition, due to the possible relocation they face different challenges such as a reduction in income, a decrease in the number of customers, uncertainty about the relocation process, lack of adequate conditions, insecurity and job instability, affecting their quality of life in a significant way. All of this, combined with the lack of attention and support from the authorities in charge, has contributed to a tense and disagreement among the merchants, affecting their economic well-being and hindering the continuity of their commercial activities.

The intervention proposal refers to the design of a “Socialization and training program on new rules or legal regulations”, whose main objective is to: Promote knowledge of recently implemented regulations or laws, through an informative, participatory and active plan, aimed at compliance with the provisions in force by the central market of

Machala. To this end, a socialization and training strategy is being developed that includes workshops, handouts, explanatory sessions and educational materials accessible to all traders. The methodology combines a theoretical approach with interactive practices to ensure the regulation of commercial life and effective learning.

The expected results of this intervention include increased awareness of regulations, a reduction in legal infractions, and improved relations between merchants and local authorities. It is also expected that this training will have a positive impact on community coexistence, promoting mutual respect and public order, which will contribute to the integral development of the market and the safety of citizens.

Keyword: Urban regeneration, socioeconomic conditions, merchants, central market, Machala.

ÍNDICE

DEDICATORIA.....	I
AGRADECIMIENTO	II
RESUMEN	III
ABSTRACT.....	V
INTRODUCCIÓN	11
1. EL PROBLEMA OBJETO DE ESTUDIO	13
1.1 Planteamiento del problema	13
1.1.1 Descripción del problema	13
1.1.2 Sistematización del problema	14
1.1.2.1 Problema Central	14
1.1.2.2 Problemas Complementarios	15
1.2 Justificación de la investigación.....	15
1.3 Objetivos de la investigación.....	17
1.3.1 Objetivo General.....	17
1.3.2 Objetivos específicos.....	17
1.4 Hipótesis.....	17
1.4.1 Hipótesis Central.....	17
1.4.2 Hipótesis Particulares	18
1.5 Concepciones, normas o enfoques diagnósticos	18
1.5.1 Concepciones del problema objeto de estudio.....	18
1.5.1.1 Fundamentación Sociológica.....	19
1.5.1.2 Estado del Arte.....	20
❖ <i>Teorías del desarrollo económico.</i>	20
❖ <i>Mercado laboral.</i>	21
❖ <i>Tipos de economía.</i>	21
<i>a. Economía de mercado.</i>	21
<i>b. Economía planificada.</i>	22
<i>c. Economía solidaria.</i>	22
<i>d. Economía social.</i>	22
<i>e. Economía local.</i>	23
❖ <i>Políticas de comercio.</i>	23
❖ <i>Políticas de desarrollo.</i>	24
❖ <i>Desarrollo urbano.</i>	25

❖ <i>Planificación urbana.</i>	25
❖ <i>Desarrollo comercial.</i>	26
❖ <i>La regeneración urbana.</i>	27
❖ <i>Historia de la regeneración urbana.</i>	28
❖ <i>La regeneración urbana en la ciudad de Machala.</i>	30
❖ <i>La regeneración urbana y su impacto en el comercio de Machala.</i>	30
❖ <i>Factores influyentes en la regeneración urbana de Machala.</i>	31
❖ <i>Ordenamiento del lugar.</i>	32
❖ <i>Desorden urbano.</i>	32
❖ <i>Insalubridad y desaseo.</i>	33
❖ <i>Efectos de la regeneración urbana en las ventas comerciales.</i>	34
❖ <i>Competencia comercial.</i>	34
❖ <i>Reducción de ingresos.</i>	35
❖ <i>Desafíos relacionados con la posible reubicación de los comerciantes del mercado central de Machala.</i>	35
<i>a. Pérdida temporal de ingresos.</i>	35
<i>b. Pérdida de clientes.</i>	35
<i>c. Inseguridad sobre la reubicación.</i>	36
<i>d. Movilización de comerciantes.</i>	36
❖ <i>Estrategias de adaptación de los comerciantes ante cambios urbanos.</i>	37
<i>a. Capacitaciones en normas y regulaciones.</i>	37
<i>b. Cumplimientos de normas</i>	38
<i>c. Diversificación de productos.</i>	39
1.5.2 Normativa legal relacionada con el problema	39
1.5.3 Enfoque epistemológico del proceso diagnóstico.....	44
1.6 Descripción del proceso diagnóstico.....	44
1.6.1 Tipo de investigación	44
1.6.2 Enfoque metodológico del proceso diagnóstico	45
1.6.3 Análisis del contexto.....	48
❖ <i>Gráfico N° 1. Mercado central de Machala</i>	50
1.7 Resultados de la investigación empírica	50
1.7.1 Resultados de la encuesta	50
1.7.2 Resultados de la Entrevista.....	71
1.7.3 Resultados de la Guía de observación	77
1.8 Conclusiones y Recomendaciones	79
1.8.1 Conclusiones.....	79

8.1.2 Recomendaciones	80
1.9 Sistema de requerimientos	81
1.9.1 Matriz de requerimientos comunitarios	81
1.9.2 Selección y justificación del requerimiento a intervenir	82
2. PROPUESTA INTEGRADORA	84
2.1 Descripción de la propuesta.....	84
2.1.1 Título	84
2.1.2 Antecedentes	84
2.1.3 Justificación de la propuesta.....	85
2.2 Objetivos de la propuesta.....	86
2.2.1 Objetivo general	86
2.2.2 Objetivos específicos.....	86
2.3 Componentes estructurales.....	86
2.3.1 Fundamentación teórica de la propuesta	86
2.3.2 Institución ejecutora de la propuesta	87
2.3.3 Responsables de la ejecución de la propuesta	87
2.3.4 Beneficiarios de la propuesta	87
2.3.5 Planificación operativa	88
2.3.6 Cronograma de ejecución de la propuesta.....	91
2.4 Fases de implementación de la propuesta	92
2.5 Estrategias de Evaluación de la propuesta	92
2.6 Recursos logísticos	95
2.6.1 Recursos humanos	95
2.6.2 Recursos materiales	95
2.6.3 Equipos.....	96
2.6.4 Presupuesto.....	96
2.6.5 Financiamiento	97
3. VALORACIÓN DE LA FACTIBILIDAD	98
3.1 Análisis de la dimensión Técnica de implementación de la propuesta.	98
3.2 Análisis de la dimensión Económica de implementación de la propuesta.....	98
3.3 Análisis de la dimensión Social de implementación de la propuesta.	99
3.4 Análisis de la dimensión Ambiental de implementación de la propuesta.....	99
REFERENCIAS.....	100
ANEXOS.....	105

ÍNDICE DE LOS CUADROS

Cuadro No 1. Edad de los comerciantes del mercado central de Machala.....	51
Cuadro No 2. Género de los comerciantes formales del mercado de Machala	51
Cuadro No 3. Nivel de ordenamiento en el área de trabajo dentro del mercado central de Machala.....	52
Cuadro No 4. Desorden urbano en los alrededores del mercado central de Machala	53
Cuadro No 5. Consecuencias del desorden urbano entorno del mercado central de Machala.....	54
Cuadro No 6. Medidas necesarias para mejorar la limpieza y salubridad en el mercado	55
Cuadro No 7. Estado de las condiciones de infraestructura en el lugar de trabajo en el mercado.....	57
Cuadro No 8. Impacto de la falta de espacios de parqueo en las ventas del mercado central	58
Cuadro No 9. Impacto de la competencia de locales externos al mercado en la comercialización y precio de sus productos.....	59
Cuadro No 10. Percepción del impacto de la reubicación del mercado central en el puesto de trabajo.....	60
Cuadro No 11. Afectaciones de la posible reubicación	61
Cuadro No 12. Impacto de la regeneración urbana en el nivel de ingresos mensuales ..	62
Cuadro No 13. Acciones para mitigar la reducción de ingresos en su negocio.....	63
Cuadro No 14. Principales desafíos enfrentados por los comerciantes debido a la regeneración urbana.....	64
Cuadro No 15. Cambios en la cantidad de clientes en su negocio desde la regeneración urbana.....	65
Cuadro No 16. Medidas de adaptación consideradas para un nuevo entorno comercial en caso de reubicación.....	66
Cuadro No 17. Medidas implementadas para ajustarse a las nuevas regulaciones o estándares de calidad establecidas por la municipalidad	67
Cuadro No 18. Capacitaciones o charlas sobre nuevas reglas o normativas por parte de las autoridades municipales	68
Cuadro No 19. Medidas necesarias para mantener la estabilidad del negocio frente a los cambios urbanos motivados por la regeneración	69
Cuadro No 20. Apoyo de las autoridades municipales	70
Cuadro No 21. Apoyo recibido por parte de las autoridades locales durante el proceso de regeneración urbana.....	71

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de titulación que aborda la temática, “La regeneración urbana y su impacto socioeconómico en los comerciantes del mercado central de Machala, año 2024” surge debido al proceso de remodelación que se realizó a los alrededores de la infraestructura por la presencia de vendedores ambulantes que obstruían el espacio público. Por otro lado, las instalaciones internas no fueron renovadas, dado que los comerciantes serían reubicados en diferentes mercados, lo que visualmente generó un aspecto negativo, disminuyendo la visita de consumidores, reduciendo el precio de sus productos, lo que afectó considerablemente en sus ganancias diarias y obligándolos a extender sus horarios de trabajo.

La investigación determina el impacto socioeconómico de la regeneración urbana en los comerciantes del mercado central de Machala, año 2024. Por tal motivo, con los objetivos específicos se busca demostrar la validez del estudio, como identificar las causas originarias de la renovación del espacio público al exterior de la infraestructura, además de, evaluar la influencia del proceso de revitalización en las actividades de los comerciantes, posteriormente, examinar los desafíos de los vendedores formales debido a la posible reubicación y demolición del mercado, y, establecer las medidas de adaptación que pueden poner en práctica frente a las nuevas regulaciones o estándares de calidad impuestas por la regeneración urbana.

La regeneración urbana ha impactado de manera negativa a los comerciantes formales del mercado afectando su calidad de trabajo, por ende, el estudio se llevó a cabo para identificar las diferentes problemáticas, como las causas que originaron tomar ciertas medidas al GAD municipal de Machala, la influencia en sus actividades comerciales, los desafíos que enfrentarán con la posible reubicación y las medidas que podrían tomar para adaptarse a las regulaciones impuestas por las autoridades. De tal manera, que los vendedores formales puedan mejorar su calidad de vida, innovar su modalidad en la venta de productos, acoplarse a nuevas áreas de comercio y llevar un cumplimiento adecuado de las normas, con la finalidad de no irrumpir con la tranquilidad, el orden y bienestar de la ciudadanía.

Para llevar a cabo la investigación se empleó un enfoque metodológico mixto, que combina datos cuantitativos y perspectivas cualitativas, permitiendo una comprensión

más integral del fenómeno de estudio, ya que se utilizaron diversos instrumentos de investigación que ayudaron a validar las hipótesis planteadas sobre el impacto socioeconómico en los comerciantes, obteniendo una mayor profundidad del estudio y la exploración de posibles soluciones. Con respecto a la fundamentación teórica de la propuesta, se tomó como eje central la teoría del estructuralismo; esta analiza las relaciones sociales, económicas y políticas que pueden surgir en base a las estructuras subyacentes.

El trabajo final está compuesto por tres apartados, que se detallan en: Capítulo 1, se plantea el objeto de estudio, la justificación de la investigación, los objetivos generales y específicos, las hipótesis, concepciones, normas, descripción del proceso diagnóstico, resultados de la exploración, conclusiones y recomendaciones; en la sección 2, se presenta el diseño de la propuesta integradora, que se desglosa en: descripción, objetivos, componentes estructurales, fases de la implementación, estrategias de evaluación y recursos logísticos; en el segmento 3, se detallará la valoración de la factibilidad de la propuesta elaborada.

1. EL PROBLEMA OBJETO DE ESTUDIO

1.1 Planteamiento del problema

1.1.1 Descripción del problema

La regeneración urbana hace referencia a la transformación de ciudades que se encuentran en mal estado, por ende, es utilizada como una intervención de planificación para revitalizar y reconstruir espacios urbanos abandonados con el fin de lograr un realce en su economía. Su enfoque rige en mejorar las condiciones económicas, culturales, sociales y ambientales en el entorno mediante la preservación del uso del suelo; de tal manera que permiten la creación de infraestructuras turísticas y productivas, por medio de estrategias de integración, coordinación y promoción a cargo de entidades públicas que financien el desarrollo comunitario.

La remodelación de áreas en el Ecuador ha sido un campo de interés importante debido al crecimiento demográfico y la necesidad de gestionar eficientemente los recursos urbanos. Esto ha traído consigo la construcción de infraestructuras como empresas, supermercados, locales, parques y áreas recreativas, entre otros. Los gobiernos municipales asumieron la responsabilidad primordial en la planificación y administración urbana dentro de sus respectivas jurisdicciones, enfrentando una serie de retos inherentes al desarrollo, tales como la informalidad, incidencias en la movilidad ciudadana y la carencia de infraestructura básica en estas zonas de intervención.

El cantón Machala experimentó un crecimiento demográfico significativo en las últimas décadas a causa de factores como la migración interna y el crecimiento natural de la población, generando una mayor demanda de vivienda, infraestructura y servicios urbanos. El crecimiento poblacional de la ciudad dio lugar a una tasa de desempleo alta convirtiéndose en empleados no registrados o “vendedores ambulantes” inmersos en emprendimientos artesanales o agrícolas, por lo que, ante la falta de implementación de un adecuado planeamiento urbano, se enfrentó una expansión metropolitana desordenada y no planificada.

El mercado central de la ciudad de Machala se vio afectado por la presencia de comerciantes informales en las calles Sucre, Olmedo, Pasaje, Boyacá, Juan Montalvo, Nueve de Mayo y Guayas; estos vendedores en el 2021 sumaban 221 puestos, quienes

comercializaban una variedad de productos, como ropa, verduras, frutas, embutidos, lácteos, zapatos, mariscos, carnes, entre otros. Como resultado de esto “los productos eran expuestos al sol, a la lluvia, al polvo; a la insalubridad, por ende, calles ocupadas se llenaron de lodo, aguas servidas, desperdicios, además de colapso del sistema de alcantarillado y dificultad para la recolección de basura” (Diario Correo, 2022). Por otro lado, en el año 2024 hay un total de 129 locales, los cuales realizan la venta de diversos productos como: ropa, joyería, bisutería, carteras, mochilas, útiles escolares, correas, zapatillas, carnes, embutidos, mariscos, frutas, verduras, entre otros.

Como consecuencia de esta problemática, según información del diario El Universo (2022), las autoridades del municipio de Machala informaron a los comerciantes formales que tomarían como medida el cierre temporal o definitivo de los locales, dado que se llevaría a cabo la demolición del mercado central para la construcción de una plaza moderna. En respuesta a este anuncio, la mayoría de vendedores internos no acogieron en buena medida el desalojo, debido a las consecuencias como, el desempleo, las bajas ventas en los pequeños comercios y el posterior cierre, el desafío de encontrar nuevos espacios vitales para la venta de sus productos, lo que les generaría inestabilidad económica.

En la actualidad el problema entre los comerciantes formales y las autoridades persiste, puesto que sigue en pie la orden de desalojo por parte del municipio de Machala, el cual ha optado por permitir que trabajen en esta área, hasta que se dé la orden oficial para que sean reubicados en los diferentes establecimientos de la Red de Mercados Machala. Por ello, el GAD municipal ha realizado reuniones para identificar y abordar las preocupaciones subyacentes, como la seguridad pública, el ordenamiento urbano garantizando que se respeten los derechos, necesidades de los ciudadanos y que se esté ejecutando el cumplimiento de normas, reglas impuestas a los vendedores legales.

1.1.2 Sistematización del problema

1.1.2.1 Problema Central

¿Cuál es el impacto socioeconómico de la regeneración urbana en los comerciantes del mercado central de Machala en el año 2024?

1.1.2.2 Problemas Complementarios

- ❖ ¿Cuáles son las causas que originan la regeneración urbana en el entorno del mercado central de Machala?
- ❖ ¿Cómo influye la regeneración urbana en las actividades de los comerciantes del mercado central de Machala?
- ❖ ¿Qué desafíos enfrentan los comerciantes debido a la posible reubicación y demolición del mercado central de Machala?
- ❖ ¿Qué medidas podrían tomar los comerciantes para adaptarse a las nuevas regulaciones o estándares de calidad impuestas por la regeneración urbana?

1.2 Justificación de la investigación

La regeneración urbana se convirtió en uno de los temas clave de las políticas urbanas actuales e introdujo una nueva etapa en el desarrollo de las ciudades; a menudo se vincula o se mezcla con otros términos como rehabilitación, renovación, remodelación, revitalización y reestructuración (Castrillo y otros, 2014, pág. 14). Se caracteriza por trabajar en áreas urbanas ya desarrolladas, por ello, surge la necesidad de realizar un análisis exhaustivo de la situación socioeconómica de los comerciantes, dado que representa una problemática significativa en este sector.

En el Ecuador, la aplicación de la regeneración en diferentes espacios urbanos ha conseguido que la deficiencia y el deterioro de ciertas áreas sean renovadas, logrando el crecimiento de ciudades sostenibles. Desde una perspectiva espacial, estas intervenciones han dado como resultado la mejora tanto de centros vulnerables como de metrópolis comerciales, a través de la implementación de un enfoque integral en el que se toman en cuenta aspectos financieros, legales y sociales, mejorando las condiciones de vida de los ciudadanos.

En el contexto del cantón Machala, la regeneración urbana desencadenó una transformación positiva por la remodelación y creación áreas que daban mal aspecto a la ciudad satisfaciendo las necesidades de la comunidad. Por otro lado, la infraestructura del mercado no tuvo ningún tipo de renovación, lo que trajo consigo una serie de efectos

negativos como la reducción de consumidores, menor cantidad de ingresos, conflictos con las autoridades municipales, entre otras.

En la actualidad, en el mercado central de Machala los comerciantes realizan sus actividades de venta de productos con inquietud, porque cuentan con una orden de desalojo de la infraestructura por parte del Gad municipal. Por ello, debido al temor y al alza de precio de arriendo de los locales, varios de los vendedores formales han optado por el abandono del lugar, recurriendo al traslado a otros sectores o a involucrarse en nuevas labores que permitan una mejora ligera en su economía.

Consecuentemente, es indispensable tener presente que la formación, gestión y el conocimiento comercial son considerados elementos que influyeron de manera radical en su calidad de trabajo, por ende, el comerciante eficiente debe contar con diferentes habilidades, constancia y actitud positiva que le permita pensar en estrategias de compra y venta de los productos; entender las tendencias, necesidades, comportamiento de los consumidores con el objetivo de lograr su prospección y captación, dando paso a una mejor ganancia en su comercio.

Es preciso enfatizar que, de no intervenir positivamente en la solución de la problemática, la relación entre las autoridades municipales y los comerciantes resultara crítica, en medida que se atravesó un proceso de regeneración, que reubicó a los vendedores ambulantes hacia áreas lejanas que disminuyeron sus ingresos y que no prestaban las condiciones adecuadas para su permanencia. En este contexto de análisis, se propone el siguiente tema de investigación: “La regeneración urbana y su impacto socioeconómico en los comerciantes del mercado central de Machala, año 2024”.

El tema de esta investigación se enmarca dentro del dominio de Desarrollo Social establecido por la Universidad Técnica de Machala, a través de este estudio, se buscó identificar las condiciones socioeconómicas, las dinámicas laborales y los desafíos que enfrentan estos comerciantes en su cotidianidad, permitiendo describir la realidad de este sector comercial y ofreciendo una base sólida para la intervención social. Este análisis identificó los factores socioeconómicos que inciden en la vida de los comerciantes, permitiendo vincular la investigación con la realidad práctica de los problemas de la urbanización.

El tema propuesto adquirió un papel crucial dado que permitió obtener resultados que fueron útiles para identificar los factores de mejora en el proceso de sostenibilidad de la comercialización en las economías locales, en vista de que el comercio incidió de manera significativa en los sectores urbanos, actuando como un motor económico de crecimiento, en la creación de infraestructuras, fuentes de empleo y fomentación del desarrollo local, económico y social mejorando la calidad de vida de los ciudadanos.

La investigación fue factible, en medida que se proporcionaron datos objetivos sobre la situación de los vendedores que dependen de su actividad como medio de subsistencia, el trabajo contiene información bibliográfica, recursos necesarios, el tiempo disponible y el conocimiento de los procedimientos metodológicos que requirió para esta problemática.

1.3 Objetivos de la investigación

1.3.1 Objetivo General

Determinar el impacto socioeconómico de la regeneración urbana en los comerciantes del mercado central de Machala en el año 2024

1.3.2 Objetivos específicos

- ❖ Identificar las causas originarias de la regeneración urbana en el entorno del mercado central de Machala.
- ❖ Evaluar la influencia de la regeneración urbana en las actividades de los comerciantes del mercado central de Machala.
- ❖ Examinar los desafíos de los comerciantes debido a la posible reubicación y demolición del mercado central de Machala.
- ❖ Establecer las medidas de adaptación de los comerciantes frente a las nuevas regulaciones o estándares de calidad impuestas por la regeneración urbana.

1.4 Hipótesis

1.4.1 Hipótesis Central

La regeneración urbana en el mercado central de Machala generó un impacto negativo en los comerciantes, debido a que el GAD municipal establecería una orden de demolición

de la infraestructura, provocando que tomen como medida el cierre temporal de varios locales. A su vez, esto tuvo como efectos situaciones de desempleo, quiebra de pequeños locales y la obligación de buscar otro sitio a donde trasladarse para poder comercializar sus productos.

1.4.2 Hipótesis Particulares

❖ Las causas originarias de la regeneración urbana en el mercado de Machala fueron la afectación del ordenamiento, el desorden urbano, las condiciones de insalubridad y desaseo, por lo que a través de la regeneración se buscó el mejoramiento de la infraestructura urbana deteriorada y la promoción del desarrollo económico local, en respuesta a demandas sociales, políticas de los residentes y comerciantes.

❖ La regeneración urbana en el entorno del mercado central de Machala influyó negativamente en las actividades comerciales, por la inexistencia de espacios de parqueo en las calles que limita la concurrencia de los compradores. Además, la presencia de locales externos que se constituyen en competencia y les obliga a bajar los costos de sus productos, reduciendo los ingresos de los comerciantes.

❖ Los desafíos que enfrentan los comerciantes debido a la posible reubicación y demolición del mercado central de Machala fueron, la pérdida temporal de ingresos, la disminución de clientes, la incertidumbre sobre la reubicación y la adaptación a un nuevo entorno que brinde las condiciones adecuadas para las actividades comerciales.

❖ Las medidas de adaptación que tomaron los comerciantes fueron: capacitaciones en regulaciones, cumplimiento de normas, orden en los puestos de venta y diversificación de sus productos en base a la necesidad de los clientes, permitiendo el cumplimiento de estándares de calidad, mayor competitividad e incremento de la demanda.

1.5 Concepciones, normas o enfoques diagnósticos

1.5.1 Concepciones del problema objeto de estudio

Concepciones institucionales a nivel nacional e internacional sobre el problema a tratar, tomadas en cuenta como las bases teóricas principales en el desarrollo de la investigación, ayudando a brindar una idea global e integradora sobre un tema.

La regeneración urbana ha sido una herramienta fundamental para la transformación y desarrollo de las ciudades de finales del siglo XX. Consiste en la remodelación de áreas urbanas consolidadas en el centro de la ciudad y se utiliza como un mecanismo para invertir un proceso de decadencia económica, demográfica y social a través de una intervención que en muchos casos viene marcada por una fuerte acción pública. (ONU HABITAT , 2016)

La regeneración urbana tomada como un proceso de revitalización de las áreas urbanas deterioradas mediante la planificación con el fin de mejorar las condiciones de vida de los moradores, puede ser considerada un problema cuando la gestión no es adecuada o el impacto negativo supera los beneficios esperados.

“La gentrificación sucede cuando un proceso de renovación y reconstrucción urbana se acompaña de un flujo de personas de clase media o alta que suele desplazar a los habitantes más pobres de las áreas de intervención” (ONU-HABITAT , 2022). La transformación o traslado de los locales a zonas menos pobladas con la finalidad de mejorar el centro de las ciudades genera una problemática en los comerciantes al verse afectados demográficamente o ser víctimas de un desplazamiento forzado de sus locales.

1.5.1.1 Fundamentación Sociológica

El proyecto de investigación se centrará en dos enfoques teóricos relevantes para entender la incidencia de la regeneración urbana y su impacto socioeconómico en el comercio formal:

❖ *Teoría de la sociología urbana.* Esta teoría se enfoca en el estudio de las ciudades urbanas y su relación con la sociedad que reside en estos espacios. En relación al comercio formal se logra identificar la importancia de adaptarse a los cambios en la infraestructura de las zonas céntricas, esto da como resultado una mejor movilidad a los ciudadanos y mayores bienes en el aspecto económico. A su vez, permite identificar factores sociales y económicos perjudiciales como la falta de importancia por parte de las autoridades en estas áreas, lo que genera una alta demanda y competencia en el comercio, en este caso en la zona de influencia como lo es el Mercado Central de Machala.

En relación al tema, Brigitte Lamy define a la sociología urbana como “la observación, en un medio privilegiado, de las transformaciones sociales y económicas como resultado del proceso de modernización” (Lamy, 2019, pág. 12). Es decir, las ciudades son

principalmente beneficiadas por este fenómeno, el cual es evidente en los sectores como lo son: económico y social.

❖ *Teoría estructural-funcionalista.* Para el desarrollo de la investigación también se utilizará la teoría estructural funcionalista que permite analizar como las instituciones y las estructuras económicas contribuyen a la estabilidad y al funcionamiento de la sociedad en su conjunto. La teoría de Talcott Parsons propone “un sistema de acción que permite el análisis de la estructura social a partir de aspectos como la adaptación, la capacidad para alcanzar metas, la integración y la latencia” (Rodríguez, 2015, pág. 123). Esto representa la necesidad del ser humano de adaptarse a un sistema capitalista dinámico, en el contexto del comercio, el de emplear diferentes actividades económicas que permitan mantener una economía estable.

1.5.1.2 Estado del Arte

❖ *Teorías del desarrollo económico.* La economía es una estructura social que refleja y perpetúa relaciones de poder y desigualdad, asimismo la distribución de recursos económicos no es simplemente técnica, sino que está profundamente influenciada por estructuras sociales, culturales y políticas que determinan quién accede a qué recursos y en qué medida.

Esto implica analizar cómo las instituciones económicas, mercados y empresas, son moldeadas por normas sociales, identidades colectivas y procesos de cambio social, al mismo tiempo que las influyen. Desde una perspectiva sociológica, la economía también explora las dinámicas de clases sociales, las formas de solidaridad y conflicto, y cómo estas dimensiones interactúan para configurar el desarrollo económico y las políticas públicas.

Lindao y otros, (2023) presentan una investigación titulada Historia del pensamiento económico y sus principales corrientes de la era preclásica. Una visión racional de las teorías económicas. “Algunas de las teorías económicas vienen de pensadores clasificados como medievales, mercantilistas, fisiócratas, clásicos, marxistas, neoclásicos, keynesianos y liberalistas, que dan origen a diferentes corrientes del pensamiento económico” (pág. 35). Hace énfasis sobre cómo los intelectuales de las diferentes escuelas del pensamiento a lo largo de los años han ido descubriendo y evolucionando el concepto de teoría económica, esto contribuye al desarrollo de políticas

que influyen en el manejo de la economía. Con ello, se simula que es un factor que se encuentra en constante cambio y adaptación, en medida que permita su aplicación en diferentes situaciones financieras.

❖ *Mercado laboral.* Martínez (2014), citado por Bernal y otros (2022) indican que el mercado laboral engloba una serie de elementos que incluyen la población activa tanto masculina como femenina, la edad promedio de los trabajadores, los niveles educativos, la demanda y evolución de los sectores productivos y sociales, los requisitos de formación y educación necesarios, así como la calidad del empleo reflejada en tasas de subempleo e informalidad y los rangos de ingresos laborales, entre otros aspectos relevantes.

Además, es un espacio dinámico donde se encuentran la oferta y la demanda de trabajo, influenciado por factores económicos, sociales y culturales. Más allá de ser simplemente un intercambio de habilidades y servicios por dinero, también refleja relaciones de poder, desigualdades estructurales e identidades sociales derivadas del trabajo. A su vez, investiga cómo las instituciones, normativas laborales y políticas públicas configuran la distribución del empleo y las oportunidades laborales, considerando el impacto de la educación, género, etnicidad y clase social en las trayectorias laborales de individuos y grupos sociales. El mercado laboral es un indicador económico, reflejo de las dinámicas sociales y tensiones políticas que moldean las condiciones de trabajo y el progreso de las sociedades contemporáneas.

❖ *Tipos de economía.* Las economías pueden variar en función de las diferentes estructuras y dinámicas socioeconómicas, las cuales cumplen roles que van en base al cumplimiento y mejoramiento de situaciones económicas que enfrenten los individuos. Los tipos se diversifican en variantes para encontrar solución a las implicaciones como el desarrollo económico, la distribución de recursos y las políticas públicas, las cuales se clasifican en:

a. *Economía de mercado.* Un modelo económico de mercado se enfoca en la realización de actividades laborales productivas generando beneficios individuales para las personas que lo practican, indirectamente satisface las necesidades y demandas colectivas de la sociedad. Por su parte, Moreno y otros (2015), citado por Horna (2020) relacionan el crecimiento de los mercados financieros con el desarrollo de la economía, dando importancia al beneficio que le genera a un país el desarrollo y crecimiento de los

mercados de capitales. Así, para alcanzar mejores tasas de crecimiento económico es condición necesaria el desarrollo del mercado financiero en el país.

b. *Economía planificada*. La economía planificada es en la que comúnmente los precios y sus objetivos financieros son implementados o manejados por el gobierno, al cumplir con sus fines económicos los productos que resten pueden comercializarse a costo del mercado. Esta tiene relación con la centralizada, puesto que es el estado quien promueve la asignación de recursos según su necesidad como medida táctica y reformadora sin tener que incorporarse a los comienzos del mercado (Sornoza y otros, 2018, pág. 523).

c. *Economía solidaria*. “Los propósitos de la economía solidaria no van en contra de la rentabilidad y la sostenibilidad financiera, sino en la manera en la que se consigue” (Arévalo Salinas y otros, 2020, pág. 2). Frente a la economía capitalista dominada por grandes empresarios, empresas transnacionales y extractivismo, impulsada por el pensamiento económico neoliberal que busca maximizar ganancias mediante la explotación de recursos naturales y humanos, emerge la economía solidaria como una alternativa. La economía solidaria se caracteriza por su compromiso con el bienestar del productor, el consumidor y el medio ambiente, su objetivo central es promover la producción y reproducción completa de la vida, enfocándose en prácticas económicas que fomenten la equidad, la sostenibilidad y el respeto por los recursos naturales y humanos.

La economía solidaria no solo representa una alternativa económica, sino también una propuesta ética y social que busca transformar las relaciones de producción y consumo. Se fundamenta en principios de cooperación, autogestión, equidad y solidaridad, promoviendo formas de organización económica que priorizan el bien común sobre el beneficio individual. En este modelo, las decisiones económicas no se limitan al intercambio monetario, sino que se enriquecen con valores de justicia social y respeto por el medio ambiente. De esta manera, la economía solidaria no solo aspira a generar ingresos económicos, sino también a fortalecer la cohesión social y a mejorar la calidad de vida de las comunidades involucradas.

d. *Economía social*. La economía social se define por su enfoque en la organización económica basada en valores éticos y prácticas que buscan satisfacer las necesidades sociales y promover la equidad, integrando aspectos económicos con responsabilidad social y ambiental. Además, Coraggio (2020) destaca que esta economía se refiere al

sistema diverso de instituciones, normativas, valores éticos, prácticas y relaciones sociales de producción que las sociedades han organizado históricamente para facilitar el proceso económico. Su objetivo es generar las bases materiales para satisfacer las necesidades legítimas y los deseos de todas las personas, promoviendo una vida digna, libertad responsable de elecciones, democracia y equilibrio con el entorno natural. Esta definición no simplemente describe las economías existentes, sino que afirma la posibilidad y la necesidad de adoptar como principio ético fundamental la reproducción y el desarrollo de la vida, en contraposición al enfoque absoluto de la libertad empresarial y la acumulación individual.

Para la economía social, el proceso económico es inherentemente multidimensional, lo cual requiere un enfoque transdisciplinario que integre diversas esferas como lo económico, lo político, lo social, lo cultural y lo ecológico, reconociendo que estas dimensiones no pueden ser completamente comprendidas mediante un análisis interdisciplinario que las considere como esferas separadas con lógicas independientes, sino como aspectos interrelacionados que coexisten y se influyen mutuamente.

e. *Economía local*. La economía local trata sobre el desarrollo económico que se genera dentro de una comunidad o región específica, enfocándose en la capacidad de los recursos locales y las interacciones entre empresas, consumidores y gobierno. Este enfoque promueve la autonomía económica y busca fortalecer las economías regionales mediante el apoyo a negocios locales, la creación de empleo dentro de la comunidad, el fomento de redes de producción y consumo que minimicen la dependencia de mercados externos. El crecimiento económico local no solo se centra en el aumento del producto interno bruto (PIB), sino también en mejorar la calidad de vida de los habitantes locales, preservando la identidad cultural y promoviendo prácticas sostenibles y responsables con el medio ambiente.

❖ *Políticas de comercio*. Según Cateora, P. (2020), citado por Silveira y otros (2022) “se dice que el comercio es sinónimo de paz y prosperidad mundial, pues a su vez repercute en la creatividad y el respeto mutuo de las naciones” (pág. 142). Por lo tanto, la política comercial se refiere a las estrategias y normativas que un Estado o entidad política implementa para regular sus interacciones económicas con otras naciones o regiones. Este conjunto de medidas abarca la gestión de aranceles, subsidios y barreras comerciales, y también incluye la influencia de intereses políticos y sociales en la configuración de

acuerdos y tratados internacionales. Además de afectar el intercambio de bienes y servicios, la política comercial juega un papel crucial en la dinámica de poder entre países, y tiene impactos significativos en el desarrollo económico, la distribución de la riqueza y las relaciones internacionales.

❖ *Políticas de desarrollo.* Las políticas de desarrollo hacen alusión a las tácticas, iniciativas y prácticas ejecutadas por los gobiernos, entidades internacionales y demás actores pertinentes con el fin de fomentar el avance económico, social y humano en una nación. Su propósito es mejorar las condiciones de vida de la población, disminuir los índices de pobreza, impulsar el crecimiento económico sostenible y garantizar una distribución justa de los beneficios en base al progreso.

Según Schatan y Cabrera (2020), el desarrollo debía ser liderado por el Estado, no solo para idear este avance sino también como productor y proveedor de la infraestructura necesaria para esta gran transformación. Políticas fiscales y comerciales debían acompañar este proceso. En mayor o menor medida, los economistas desarrollistas proponían un cambio en la estructura productiva, teniendo como punto de referencia el de los países industrializados.

En relación al comercio, las políticas de desarrollo deben cumplir con el objetivo de vigilar y fomentar una estructura legal establecida con los comerciantes formales, esto busca optimizar sus condiciones de vida, incentivar un impulso económico y favorecer su inclusión con el sector urbano, dando como resultado una mejoría en su calidad de vida. A su vez, esto permite que se establezcan lazos sociales entre el vendedor y el cliente, con el fin de brindar un mejor servicio, que garantice la comodidad del comprador y un mayor ingreso económico.

Existen varios elementos que cumplen una función esencial para un buen desarrollo social, debido a que son elementos que influyen de manera directa en el bienestar y la calidad de vida de las personas, los cuales son necesarios para garantizar que todos los individuos cuenten con las condiciones mínimas para su desarrollo integral.

La vivienda no solo es un objeto que da abrigo y protección, es el escenario de la cotidianidad donde los individuos desarrollan su forma de habitar en un lugar concreto con forma material: también es reflejo de las ideas que tiene el individuo del mundo.

Según Echeverría y Gonzales (2021) citado por Echeverría (2022) la vivienda no se limita a ser un refugio físico, sino que también constituye el espacio donde las personas configuran su manera de habitar y expresar su percepción del mundo; en este sentido, el habitar implica tanto factores materiales, como la interacción entre los objetos y el individuo, como aspectos subjetivos relacionados con la experiencia del espacio y el tiempo en su contexto específico.

La vivienda es esencial para la vida en sociedad del ser humano, debido a que es el espacio familiar donde se desarrolla la vida privada y donde se llevan a cabo actividades colectivas. En este entorno, las personas comienzan su aprendizaje e interactúan con otros, experimentando los procesos de socialización adquiriendo valores y costumbres que las definirán a lo largo de su vida.

❖ *Desarrollo urbano.* El desarrollo urbano es el proceso de planificación para la construcción de ciudades a medida que va incrementando la población con el fin de llevar un orden en lo social, económico y ambiental para mejorar la calidad de vida de sus habitantes. En el sector comercial es un cambio notable, debido que genera efectos positivos como una mejor movilidad social, un libre mercado y un mayor crecimiento económico.

Por otro lado, algunos de sus puntos negativos son que genera una mayor competencia comercial y el uso excesivo de espacios de áreas verdes, para la construcción de infraestructura moderna como plazas comerciales, parques, iglesias, entre otros. Esta situación confirma que las ciudades siguen creciendo y la población que vive en ellas necesita más atención para satisfacer sus necesidades básicas. Sin embargo, esta actividad se dificulta debido a la escasez de recursos naturales, la disminución de la producción de alimentos, el aumento del hacinamiento y la contaminación, entre otros desafíos (Rosas y otros, 2022, pág. 9).

❖ *Planificación urbana.* La planificación urbana implica abordar la organización y el desarrollo urbano de forma sostenible, teniendo en cuenta diversos factores como la distribución de tierras, infraestructura, transporte, áreas residenciales y comerciales para asegurar un crecimiento más sostenible en el entorno en el que habitan las personas.

Para Ordaz Zubia y otros, (2021) es importante destacar que la interacción dentro de una comunidad está estrechamente vinculada a la participación de sus miembros. Sin una

participación activa de la población, los procesos de planeación pueden volverse superficiales o carecer de legitimidad, lo que da lugar a iniciativas de corto alcance, con escasa continuidad y seguimiento, y, en consecuencia, con una alta probabilidad de fracasar. Además, la falta de involucramiento comunitario puede generar desconexión entre las necesidades reales de la población y las soluciones propuestas, limitando el impacto y la sostenibilidad de los proyectos a largo plazo.

Esto destaca la importancia de que los comercios formales sean partícipes en los procesos de planificación urbana de manera que facilite su adaptación con los cambios en las ciudades. De tal forma que se vean involucrados en la toma de decisiones para que se trabaje de acuerdo a sus necesidades como en la renovación de la infraestructura, nuevas oportunidades de empleo, formas de venta, entre otros.

Según Ornes (2009), las prioridades y los objetivos de la ciudad cambian en el tiempo, por lo que la planeación urbana o planificación urbana igualmente evoluciona en su concepción, a partir de los distintos momentos históricos de las ciudades, respondiendo a los procesos de industrialización, densificación poblacional, expansión de las actividades e incompatibilidad con las infraestructuras y servicios que las mismas registran.

En tal sentido, se destaca como la planificación urbana se debe adecuar a los cambios urbanos, en cuestión de factores como la industrialización, el crecimiento de la población y la expansión de actividades económicas. En tal sentido, la planificación urbana se debe adecuar a los cambios urbanos, en cuestión a factores como la industrialización, el crecimiento de la población y la expansión de actividades económicas; permitiendo la adaptación de la comunidad a estos cambios, esto a través del desarrollo de estrategias y medidas que aseguren la sostenibilidad, habitabilidad y funcionalidad de las ciudades y los espacios públicos a largo plazo.

❖ *Desarrollo comercial.* El desarrollo comercial es el crecimiento de áreas y actividades comerciales dentro de un país o ciudad, con medidas de adaptación y sostenibilidad en las funciones que realice la institución. El objetivo de este proceso es estimular la actividad económica, la mejora en la disponibilidad de bienes y servicios generando oportunidades de empleo, que satisfagan las necesidades de la sociedad contribuyendo a su desarrollo y bienestar.

Lemoine y otros (2020) plantean que las actividades comerciales son una realidad en nuestro entorno más próximo, si bien, a poco que reparemos en ellas, descubriremos que no todas son iguales. Unas tienen mayor dimensión que otras, desarrollan distintos tipos de actividad, operan en mercados geográficos diferentes, adoptan diversas formas jurídicas, etc. Pero sí tienen algo en común que no las diferencia, y es el entorno donde se desempeñan, pues todas cumplen con regulaciones muy similares y tienen que registrarse por políticas existentes en el país, además de tener presente el entorno sociocultural.

El comercio formal se caracteriza por su estricta adhesión a una estructura política, regulatorio particular y su capacidad de respuesta a factores socioculturales. Es fundamental que los espacios de comercio cumplan con las instrucciones y normativas establecidas por las autoridades, para evitar conflictos que generen la falta de protección de su espacio de trabajo.

❖ *La regeneración urbana.* La regeneración urbana es un proceso que conlleva acciones destinadas a revitalizar y transformar las áreas urbanas que han experimentado un deterioro, para alcanzar un desarrollo en aspectos sociales y económicos. Esta implica una serie de intervenciones planificadas y coordinadas que buscan mejorar la calidad de vida de los habitantes mediante el progreso en diferentes aspectos como la educación, salud, transporte, espacios públicos, entre otros.

Para Delgadillo (2020) El concepto de regeneración urbana posee múltiples significados y, en sus inicios, se utilizaba para abordar los diversos problemas económicos, sociales, físicos y ambientales derivados del abandono, deterioro y despoblación de las zonas centrales de las ciudades, con el tiempo, su aplicación se ha expandido para incluir la recuperación de espacios como antiguas zonas industriales en desuso, puertos abandonados, estaciones de ferrocarril en desuso y barrios periféricos, tanto planificados como autoconstruidos; este enfoque busca no solo la revitalización física de estas áreas, sino también la reactivación económica y la integración social, promoviendo un desarrollo urbano sostenible y equilibrado.

En relación a lo citado, la regeneración urbana busca mejorar el aspecto físico consiguiendo una transformación económica y social para que la comunidad pueda verse beneficiada. Estos procesos son duraderos con el objetivo de que puedan mantenerse a

largo plazo, manteniendo el orden y la eficiente movilidad para los habitantes que trabajan, habitan y realizan sus actividades en ciertos espacios.

Para Gómez y otros (2021) El proceso de regeneración urbana debe abordar de manera integral las problemáticas que afectan a las ciudades, con el objetivo de subsanar deficiencias en los ámbitos económico, físico, social y ambiental, en este sentido, el entorno urbano no puede considerarse de forma aislada, sino como un sistema compuesto por múltiples elementos interconectados que influyen en el bienestar y desarrollo humano. Para lograr una regeneración efectiva y sostenible, es fundamental adoptar un enfoque holístico que contemple la mejora de infraestructuras, el fortalecimiento del tejido social, la dinamización económica y la preservación del medioambiente, garantizando así una transformación urbana equilibrada y a largo plazo.

En el comercio la regeneración urbana influye de diferentes maneras como en la movilidad del transporte público y áreas de circulación que facilitan el acceso a las zonas comerciales. Dando paso a nuevas infraestructuras y negocios formales, aumentando de esta manera la afluencia de las personas a ciertos espacios, lo que resulta beneficioso para el mayor número de clientes. Las zonas renovadas como plazas, edificios y áreas peatonales, consiguen la atención de las personas y turistas, por la comodidad que ofrecen como lo es un entorno más atractivo y acogedor.

Por otro lado, la regeneración incentiva a nuevas empresas a construir tiendas minoristas hasta grandes corporaciones en zonas donde se concentra la población, lo que ocasiona una mayor demanda y el incremento en la competencia. Esto, a su vez es un generador de oportunidades de empleo en las instalaciones, pero no se limita únicamente de esta manera debido que se extiende a sectores auxiliares como la construcción, la logística y los servicios, favoreciendo al desarrollo económico a nivel local y nacional.

La inversión empresarial y la creación de empleo tienen un efecto multiplicador en la economía local, los ingresos adicionales generados por los empleados y las empresas se gastan en la comunidad, fomentando el crecimiento de otros negocios y servicios locales. Esto puede llevar a una mayor recaudación de impuestos, que a su vez puede ser reinvertida en mejoras adicionales de la infraestructura y servicios públicos.

❖ *Historia de la regeneración urbana.* La regeneración urbana es un concepto que ha evolucionado a lo largo del tiempo, su historia está asociada a la búsqueda de formas que

permitieron mejorar las condiciones de vida de la sociedad. Este transcurso fue clave para la transformación de las áreas urbanas que se encontraban en deterioro, abordando los cambios económicos, sociales y políticos que se han producido durante las últimas décadas.

Según Paquete (2020) El concepto de regeneración urbana tiene su origen en el ámbito anglosajón, específicamente en Gran Bretaña, durante la segunda mitad del siglo XX, cuando comenzó a utilizarse para describir las intervenciones urbanísticas dirigidas a recuperar grandes áreas industriales y portuarias en desuso. Aunque su integración en la literatura científica es relativamente reciente, en los estudios actuales, la regeneración urbana, en su sentido más estricto, se define como un proceso renovador de la producción urbana que emergió hace varias décadas, especialmente a partir de los años 80.

Este proceso ha intervenido de manera esencial en el desarrollo urbano a través de la construcción de ciudades, instituciones, plazas comerciales, carreteras, parques, entre otros. Permitiendo durante varios siglos que las regiones puedan enfrentar las crisis sociales y económicas.

En el Ecuador la regeneración urbana ha sido un proceso transformacional en las áreas metropolitanas por medio de la renovación de espacios públicos, restauración de locales, edificios en deterioro, desarrollo de infraestructura moderna y la implementación de políticas que promueven un crecimiento socioeconómico en el país. De acuerdo, con Suárez y otros (2022) “el país necesita infraestructuras que mejoren la calidad de vida de los ciudadanos, y que garanticen el confort de las generaciones futuras; infraestructuras sustentables y sostenibles, eco proyectos que faciliten el buen vivir” (pág. 36).

Desde la antigüedad la regeneración ha estado continuamente impulsada por la necesidad de renovar y modificar edificios y espacios en respuesta a las cambiantes demandas sociales, económicas, culturales y tecnológicas. Este ciclo continuo de transformación es una característica inherente del desarrollo urbano, esto influye en el proceso de adaptación de la sociedad a los cambios que se puedan generar mediante este fenómeno.

La inclusión de la comunidad en el proceso de regeneración ha sido fundamental. La participación ciudadana asegura que los proyectos respondan a las necesidades y deseos de los residentes, promoviendo un sentido de pertenencia y colaboración. En la ciudad de Machala a lo largo de los años se ha llevado un proceso de regeneración para el desarrollo

de espacios públicos con el propósito de mejorar la calidad de vida de sus habitantes. Para Frost (2017), citado por López (2022) indica que “las ciudades son la base del crecimiento de las economías nacionales y mundiales. Para un adecuado desarrollo de las ciudades es fundamental que los diferentes tipos de espacio de infraestructura social se encuentren interconectados entre sí” (pág. 302).

Las ciudades son epicentros de actividad humana y económica, concentrando una densa población, una diversidad de actividades económicas, innovación y servicios. Esta combinación de factores hace que las ciudades sean fundamentales para el desarrollo, extendiendo su influencia a una variedad de campos como el comercio y la industria, convirtiéndolas en importantes centros de actividad a escala global.

❖ *La regeneración urbana en la ciudad de Machala.* A lo largo de los años la ciudad de Machala ha ido presentando varios cambios en infraestructura, puesto que hace cuatro décadas atrás se podían observar suelos de polvo y de tierra muy extensas, las cuales debido a las intensas lluvias formaban grandes charcos de lodo, el alcantarillado colapsaba provocando malos olores. En diferentes calles se presenciaba mucho tráfico lo que interrumpía la libre circulación de los vehículos, la movilidad de las personas y el acceso a espacios públicos.

Por parte de la municipalidad se llevó a cabo la construcción de diferentes espacios públicos para los ciudadanos tales como: parques, plazas, calles y pasos peatonales, permitiendo el orden público e impulsando un desarrollo urbanístico, económico y turístico en la ciudad. Estos proyectos no solo embellecen el entorno urbano, sino que también fomentaron la integración y cohesión social.

En base a esto, se produce una conexión entre las instituciones y la sociedad, generando un efecto positivo en el sector productivo, puesto que la mejora de los espacios públicos atrae a inversores y emprendedores, lo que promueve la aparición de locales, negocios y comercios. Este crecimiento en el sector comercial liberó oportunidades de empleo y aumentó la recaudación fiscal, que se utilizó en otros proyectos de infraestructura y servicios públicos, beneficiando a los residentes y a la economía local.

❖ *La regeneración urbana y su impacto en el comercio de Machala.* El proyecto de regeneración, iniciado en enero de 2021 y finalizado en abril del 2022, incluyó mejoras integrales en las calles Sucre, Olmedo, Pasaje y Boyacá, Juan Montalvo, Nueve de Mayo

y Guayas. Estas vías, situadas en el centro de la ciudad habían sido ocupadas durante años por comerciantes informales de verduras y cárnicos, lo que impedía el tránsito de peatones y vehículos.

Las obras incluyeron la instalación de nuevos sistemas de agua y alcantarillado, la construcción de bordillos, cunetas, sumideros y la colocación de una nueva capa de asfalto. También se instalaron ductos subterráneos para energía eléctrica, televisión, datos y telefonía. Además, se renovaron las aceras con porcelanato, se implementó señalización vertical y horizontal, se modernizó la semaforización.

Dentro del marco del proyecto de ordenamiento urbano, se determinó que en la zona regenerada no se permitirá la venta de productos como verduras, carnes, ni la instalación de tiendas de abarrotes. Los comerciantes que previamente operaban en estas áreas se vieron obligados a trasladarse a otros mercados municipales, debido a esto el sector ha adquirido una nueva imagen, impulsando a nuevos negocios a la inversión por las mejoras como una mayor movilidad social y circulación libre de los transportes públicos.

Por otro lado, los comerciantes del mercado central de Machala se vieron afectados debido que las autoridades del GAD municipal de Machala informaron que tomarían como medida el cierre temporal o definitivo de los locales, debido que se llevaría a cabo el derribamiento de la infraestructura para la construcción de un nuevo espacio público. Ante esto, la mayoría de vendedores internos se negaron a desalojar, por cuestiones de riesgo de desempleo, quiebra de sus pequeños comercios y el desafío de encontrar nuevos espacios vitales para la venta de sus productos.

Los comerciantes en la actualidad realizan sus actividades de venta de productos con normalidad y preocupación, debido a que cuentan con la ordenanza predisuelta por el municipio. Por ello, han optado por tomar medidas que favorezcan su habitualidad en el sitio, como el cumplimiento de las normas y regulaciones establecidas, permitiendo la comercialización de bienes y servicios a la comunidad machaleña.

❖ *Factores influyentes en la regeneración urbana de Machala.* Los factores influyentes en el proceso de regeneración urbana llevado a cabo en los alrededores del mercado central de Machala surgieron en base a la presencia de comerciantes informales que irrumpían el espacio público en toda la parte céntrica de la ciudad con estructuras, mesas, kioscos ambulantes, entre otras cosas. De esta manera, en el día obstruían el tránsito de

los ciudadanos y vehículos; en la noche los puestos quedaban abandonados, con basura de productos que ofrecían lo cual provocaba un mal aspecto de las calles afectando a la visita de turistas y compradores en los diferentes locales y a los negocios que se encontraban al interior del mercado.

❖ *Ordenamiento del lugar.* El ordenamiento de un sitio o lugar es fundamental para que exista organización y una eficiente movilidad en las calles, veredas, pasos peatonales, etc. El objetivo de este proceso es la planificación de espacios públicos para el desarrollo de la ciudad, generando una mejor accesibilidad y seguridad a los ciudadanos en la ejecución de sus actividades cotidianas.

Según Velasco y otros, (2020), el ordenamiento se centra en el desarrollo urbano. Este se basa en la expansión de las ciudades, que permite cambios significativos en temas económicos, políticos, sociales, culturales y ambientales. La urbanización es su finalidad principal destinada a satisfacer las necesidades de la sociedad y el progreso en la construcción de espacios públicos. Se trata de una perspectiva morfológica del entorno urbano, en la que se sitúa el tema de la planificación del territorio, aunque no ignora su fundamento social, cultural, económico, carece de la visión de otros enfoques, como el culturalista, cuya aportación se enfoca en la evolución de la civilización, aludiendo a la urbanización y sus impactos desde una perspectiva que la considera un resultado de la cultura y de los medios.

El orden en los alrededores del mercado central de Machala, dado por la regeneración urbana, dio como resultado un cambio positivo en el sitio debido que se logró el desalojo de comerciantes ambulantes que provocaban la desorganización por motivos de obstrucciones en el tránsito público, desorden y desaseo generado por estos mismos, que a su vez, por el entorno desagradable era notoria la reducción de visitantes y consumidores al interior del mercado.

❖ *Desorden urbano.* El desorden urbano en la zona externa del mercado central de Machala, surgió debido a la ineficiente gestión y la falta de planificación por parte de la municipalidad, dado que no se priorizó por varios años el desarrollo del área céntrica de la ciudad, permitiéndose la posición de vendedores ambulantes, los cuales debido al tiempo que llevaban realizando su comercio se autodenominaban dueños de las calles, irrespetando el uso de áreas públicas.

La conurbación se relaciona con el desorden urbano por el crecimiento demográfico, según Torres y otros (2024) esto puede dar lugar a diferencias socioeconómicas entre las zonas urbanas centrales y las periféricas, intensificando la segregación espacial y la desigualdad en el acceso a oportunidades. Para enfrentar estos retos, es esencial implementar estrategias integradas de planificación urbana que fomenten un desarrollo sostenible y justo. Esto requiere la coordinación de políticas a nivel regional y metropolitano, la promoción de un transporte público eficaz y la protección de áreas naturales y culturales, por ello, es fundamental incentivar la participación de la ciudadanía en los procesos de decisión, garantizando una gestión urbana inclusiva y democrática (pág. 81).

El incremento de la población sin la infraestructura y espacios públicos adecuados, dificultaba la habitabilidad de los ciudadanos en sectores que son mayormente numerados, como lo era en el centro de la ciudad a raíz se generaban varios problemas sociales como: la congestión del tráfico tanto de vehículos y transporte urbano, situaciones de criminalidad e inseguridad, que preocupaban e iban en contra de la integridad de las personas, atacando a la economía en la reducción de ingresos en comerciantes formales.

❖ *Insalubridad y desaseo.* La insalubridad y el desaseo al exterior del mercado provocados por los comerciantes ambulantes fue un problema grave debido que afectaba a la calidad de vida de las personas que habitaban cerca de estos sitios, por la acumulación de basura de diferentes tipos como: verduras, frutas, cárnicos que se encontraban en mal estado, lo que generaba malos olores y atentaba contra la salud de consumidores y moradores. Por ello, en muchas ciudades para prevenir enfermedades y promover la salud pública se practica el higienismo, el cual procura el bienestar de los ciudadanos en áreas urbanas que tienen gran población.

En relación al tema, Sánchez (2020) menciona, los estudios y las conferencias sobre higiene son obligatorias para la producción de aspectos del higienismo, que, al perfeccionarse por múltiples experiencias, empiezan a hacerse parecidos a la experiencia del urbanismo. El acto de higienizar era no solo instituir entre caridades o acciones de salud sino también prevenir enfermedades, y, además, sistemas de agua, eliminación de residuos, áreas al aire libre, edificaciones, entre otras. Todo esto, articulado con teorías,

métodos, técnicas, leyes, instituciones públicas, que después se vendría a convertir en urbanismo.

La higiene en los procesos de regeneración urbana es de vital importancia para mantener una buena imagen en sectores públicos y calles, a través de esto, se mejora la experiencia de los ciudadanos en temas de salud y convivencia. También, abre lugar a la visita de turistas en zonas comerciales e incentiva la inversión para nuevos negocios obteniendo una evolución en la economía local.

❖ *Efectos de la regeneración urbana en las ventas comerciales.* Los efectos que ha tenido la regeneración urbana en el comercio han resultado positivos en muchos aspectos tanto, social, ambiental y especialmente en lo económico, dado que impulsó la comercialización, permitiendo la instalación de diversos negocios, una eficiente movilidad y un mayor transporte vehicular. Por otro lado, varios comerciantes del mercado central de Machala, han tenido diversos problemas para conseguir la venta de sus productos, llevando a tomar diferentes medidas que les permitan obtener ganancias para su subsistencia.

❖ *Competencia comercial.* La presencia de locales externos que promueven la venta del mismo producto, obliga al comerciante a bajar los precios de sus productos para su venta, lo que provoca que a menor valor se reduzca el margen de ganancia que a largo plazo no resulta rentable. Además, la presencia de las grandes empresas dificulta la competencia de los pequeños comercios, debido a la desigualdad de recursos optando por la extensión de su horario laboral o la diversificación de productos.

Para Medina, de la Garza y Jiménez (2011), la competencia se entiende que es cuando dos entidades económicas se encuentran en una lucha constante para comercializar sus bienes y servicios de la actividad en el mercado. Por el motivo anterior, las tecnologías de la información han sido un tema frecuente para las organizaciones con el fin de lograr ventajas sobre su competencia y lidiar con el accionar de sus enemigos.

Esta situación se produce cuando dos negocios ofrecen los mismos bienes y servicios para satisfacer las necesidades de los consumidores, esto conlleva que exista un comercio más extenso con mayor variedad de productos. Con esto, los comerciantes deben buscar otras formas para captar la atención del cliente, como la persuasión, una comunicación convencidora, entre otros métodos más con la finalidad de garantizar ganancias.

❖ *Reducción de ingresos.* Los diversos cambios surgidos a raíz de la regeneración urbana, como el desalojo de comerciantes informales, construcción de espacios públicos, señalización, semaforización gestionada por el alcalde Darío Macas y la municipalidad, con una visión hacia el desarrollo de la ciudad fue acogido de forma positiva por la comunidad machaleña, en el que se evidencia una gran multitud de ciudadanos que visitan el centro diariamente.

A pesar de que todo dio un cambio de 360 grados, la infraestructura del mercado central de Machala no fue reestructurada, quedando con unas instalaciones deficientes, un entorno desordenado que a la vista de las personas no resulta agradable, lo que menora la frecuencia de clientes o visitantes en el lugar, reduciendo en gran cantidad sus ingresos, recurriendo a promociones, cambios en sus productos para lograr un promedio mínimo de ingresos.

❖ *Desafíos relacionados con la posible reubicación de los comerciantes del mercado central de Machala.* La posible reubicación de los comerciantes del mercado central de Machala es un tema importante de debate en la actualidad por la inseguridad de no ser tomados en cuenta en el traslado a la plaza Bicentenario. Por otro lado, este es un cambio de ubicación físico que abarca desafíos económicos, sociales y logísticos que deben considerarse a detalle, como la adaptación a un nuevo entorno debido al tiempo que llevan comercializando en la parte céntrica de la ciudad, otro factor es la pérdida de clientes fijos que por la distancia se les dificultara llegar al nuevo punto de venta.

a. Pérdida temporal de ingresos. La pérdida temporal de ingresos surgiría por la dificultad de conseguir nuevos clientes, la fidelidad en el comercio resulta ser fundamental para asegurar la venta frecuente de un producto o un servicio. Estos padres de familia se verían gravemente afectados por sus bajas ganancias, para Gallegos y Gonzales (2021), citado por Cueva y Erazo (2021) indica que “la disminución de ingresos en las familias ecuatorianas incide en la disminución de su capacidad de compra, en familias de situación de pobreza y extrema pobreza por lo que debe darse prioridad a la compra de alimentos y bebidas” (pág. 80).

b. Pérdida de clientes. Una posible reubicación de los comerciantes del mercado central de Machala puede representar una pérdida significativa de sus clientes. En primer lugar, el mercado ha sido una referencia histórica y cultural para la comunidad, por lo que ha

habido un nivel de lealtad entre los clientes que valoran la atención brindada por ellos. En consecuencia, si son trasladados a otro lugar, probablemente no tendrán la visita de estas personas, debido que la mayoría recurre al transporte público, mientras que otros simplemente tienen menos opciones de movilidad. Segundo, una nueva ubicación podría cambiar la dinámica del flujo habitual de clientes, ya que la nueva ubicación podría no atraer el mismo nivel de afluencia, lo que afecta significativamente a sus ingresos.

Según Insaurralde (2023), una cosa que las organizaciones no pueden permitirse perder son sus consumidores, y recurren a una gama de recursos y tecnologías que les permitan crear vínculos poderosos con los consumidores que resultaran satisfechos e indestructibles para el cliente, por ende, utilizan una variedad de recursos para lograr este objetivo debían entender a profundidad a los consumidores; tratan de analizar su composición atributaria con el propósito de clasificarlos y hallar estrategias de lealtad orientadas a la gente más beneficiosa para el pasar de la organización.

c. *Inseguridad sobre la reubicación.* Los comerciantes se encuentran preocupados por la reubicación, dado que las autoridades no han hecho oficial la noticia que serán reubicados en la plaza Bicentenario, por lo que existe inseguridad por parte de ellos. Además, de los desafíos económicos que les tocaría enfrentar, un ambiente nuevo que no genera confianza, alzas en el alquiler de los espacios, si se dispone de medidas de seguridad o el acceso a servicios básicos para realizar sus actividades.

En caso de ser desalojados y no ser reubicados, los comerciantes se verían obligados a optar por la venta ambulatoria, para Clark y otros, (2023) “el comercio ambulatorio o callejero es quizás la ejemplificación más clara o emblemática en el imaginario popular de la informalidad económica” (pág. 171). Este tipo de comercio es uno de los más representativos a nivel local, donde sus actividades económicas no están reguladas ni registradas y operan al margen de las leyes fiscales y laborales.

d. *Movilización de comerciantes.* Este procedimiento comprende la reubicación de comerciantes en diferentes áreas como una variedad de elementos sociales, financieros y de políticas que impactan a todo el mercado. La movilización es un fenómeno que se ha vuelto más relevante y puede darse a diversas causas, como la búsqueda de mejores circunstancias comerciales, la necesidad de adaptarse a nuevos mandatos o la reacción a circunstancias de incertidumbre.

Para Ríos y Sánchez (2021), la movilidad social es una noción extensa que representa las posibilidades económicas, de ingresos, educativas y laborales que una sociedad brinda a lo largo del tiempo. De alguna forma, también indica el nivel de desigualdad entre los ciudadanos de un país en sus diversas circunstancias sociales.

La movilidad social demuestra la progresión de una sociedad, ya que indica oportunidades disponibles en aspectos monetarios, escolares y laborales, al tiempo que expone las desigualdades entre varios estratos sociales. Fomentar una mayor movilidad social para frenar la disparidad y establecer un ámbito donde cada individuo pueda alcanzar su máxima capacidad, fomentando así la prosperidad comunitaria.

❖ *Estrategias de adaptación de los comerciantes ante cambios urbanos.* En la actualidad, las ciudades cambian de manera continua debido al crecimiento demográfico, a la evolución de la tecnología y a los cambios en las dinámicas sociales. Estas transformaciones urbanas poseen un impacto a nivel de la infraestructura y espacio geográfico, así como también a nivel de la actividad económica, los comerciantes quienes son parte esencial en la economía, se han visto en la necesidad de adaptarse a esta nueva realidad para sobrevivir y desarrollarse.

La adaptación de los comerciantes ante estos cambios implica la implementación de tácticas innovadoras que les permitan responder a las demandas del mercado y a las expectativas de los consumidores. Por tal motivo, se ven dispuestos a desarrollar estrategias y acciones para abordar los efectos del entorno urbano en transformación, poniendo énfasis en la flexibilidad, la innovación y la orientación comunitaria. Algunas de las destrezas que podrían tomar en cuenta son:

a. Capacitaciones en normas y regulaciones. Las capacitaciones en normas y regulaciones son fundamentales para los comerciantes, en gran medida porque las normativas les aseguran ser capaces de cumplir con la legislación y los estándares de referencia, a mano de habilidades para ejercitar su ética y responsabilidad. A través de programas de formación, los vendedores aprenderán temas como la gestión de calidad y seguridad alimentaria, ayudando a fortalecer la confianza de los consumidores; también permitiéndoles comprender de mejor manera sus obligaciones legales, minimizando riesgos y posibles sanciones.

Según Garzozzi y otros (2020), al uniformar las condiciones de calidad y establecer normativas para acceder a este segmento de mercado, la certificación transforma uno de sus efectos iniciales, impulsando a los productores a organizarse para cumplir con los estándares de calidad. No obstante, el éxito de una calidad enfocada en nichos de mercado, en términos de expansión, tamaño y volumen, conlleva una mayor complejidad; además, el aumento de productos que requieren estándares y certificaciones ha llevado a una institucionalización que abarca la profesionalización de las inspecciones y especificaciones, así como la creación de una burocracia especializada en diversas instituciones.

En relación, la certificación y legalización desempeña un papel fundamental en la estandarización de las condiciones de calidad y el ajuste de los espacios de mercado, lo que empuja a los comerciantes a organizarse para dar satisfactoriamente con la capacidad para las leyes establecidas por las autoridades municipales, permitiendo llevar una eficiente relación y diálogo con los policías, los cuales solo procuran el orden de la ciudad para que los ciudadanos puedan transitar libremente y no ser molestados por actos inadecuados.

b. *Cumplimientos de normas.* El cumplimiento de las normas establecidas por las autoridades debe ser cumplido en su totalidad con el objetivo de mantener su espacio de trabajo, para no tener preocupaciones al recibir multas o sanciones. Por otro lado, al llevar un excelente orden en su área de comercio y cumplir con las normas sanitarias y de calidad en los productos, asegura que la cantidad de clientes sea aún mayor, por la vista a un entorno limpio y la atención brindada por el comerciante.

El cumplimiento normativo se debe acotar de manera obligatoria por medio de procesos y prácticas que son establecidas por empresas, autoridades fiscales, etc. Según Society of Corporate Compliance and Ethics (2022), citado por Plasencia y otros (2023) indica que “el cumplimiento normativo se refiere a la adhesión a las leyes y reglamentos aprobados por los órganos reguladores oficiales, así como a los principios generales de la conducta ética de una organización” (pág. 4).

En base al tema, este es un elemento esencial para el correcto funcionamiento de cualquier organización, porque impone una adherencia estricta a las leyes y reglamentos que se establezcan por los órganos reguladores, enmarcado en una asimilación de los principios

éticos en la cultura. A partir de esta práctica el principio de la responsabilidad nos permite asegurar que los comercios operen con un sentido de compromiso, así protegiendo los derechos de sus consumidores y por ende estableciendo un entorno de confianza entre los actores del mercado.

c. Diversificación de productos. La diversificación de productos en los negocios es una estrategia que permite enfrentar a la competencia, por la alta demanda de consumidores que, al momento de visitar los puestos de venta, son muy estrictos con los bienes que van a comprar por lo que brindar un buen servicio y ofrecer productos que cumplan con sus necesidades, o que estén en tendencia y que capten su interés será vital para conseguir ganancias y mejorar su recaudación de ingresos.

También puede tener un impacto significativo en la posición de mercado, lo que le permite competir con la gran variedad de mercados que existen en la ciudad de Machala. Al introducir nuevos productos o ampliar las líneas existentes, los comercios pueden diferenciarse de la competencia, captando la atención de un público más amplio y diversificado. Dado que, a medida que los clientes ven que una local se adapta a sus necesidades y preferencias cambiantes, es más probable que desarrollen un sentido de lealtad hacia el lugar.

1.5.2 Normativa legal relacionada con el problema

La investigación tiene relación con las siguientes normativas legales vigentes en el Ecuador:

1.5.2.1 Constitución de la Republica del Ecuador (2008)

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

Art. 33.- El trabajo es un derecho y un deber social, y un derecho económico, fuente de realización personal y base de la economía. El Estado garantizará a las personas trabajadoras el pleno respeto a su dignidad, una vida decorosa, remuneraciones y

retribuciones justas y el desempeño de un trabajo saludable y libremente escogido o aceptado.

Art. 277.- Para la consecución del buen vivir, serán deberes generales del Estado:

1. Impulsar el desarrollo de las actividades económicas mediante un orden jurídico e instituciones políticas que las promuevan, fomenten y defiendan mediante el cumplimiento de la Constitución y la ley.

Art. 284.- La política económica tendrá los siguientes objetivos:

6. Impulsar el pleno empleo y valorar todas las formas de trabajo, con respeto a los derechos laborales.

8. Propiciar el intercambio justo y complementario de bienes y servicios en mercados transparentes y eficientes. (Asamblea Nacional Constituyente del Ecuador, 2008)

1.5.2.2 Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD) (2010)

Art. 54.- Funciones. - Son funciones del gobierno autónomo descentralizado municipal las siguientes:

a) Promover el desarrollo sustentable de su circunscripción territorial cantonal, para garantizar la realización del buen vivir a través de la implementación de políticas públicas cantonales, en el marco de sus competencias constitucionales y legales;

b) Diseñar e implementar políticas de promoción y construcción de equidad e inclusión en su territorio, en el marco de sus competencias constitucionales y legales;

Art. 55.- Competencias exclusivas del gobierno autónomo descentralizado municipal. - Los gobiernos autónomos descentralizados municipales tendrán las siguientes competencias exclusivas sin perjuicio de otras que determine la ley;

g) Planificar, construir y mantener la infraestructura física y los equipamientos de los espacios públicos destinados al desarrollo social, cultural y deportivo, de acuerdo con la ley. Previa autorización del ente rector de la política pública, a través de convenio, los gobiernos autónomos descentralizados municipales podrán construir y mantener infraestructura física y los equipamientos de salud y educación, en su jurisdicción territorial.

Art. 274.- Responsabilidad.- Los gobiernos autónomos descentralizados son responsables por la prestación de los servicios públicos y la implementación de las obras que les corresponda ejecutar para el cumplimiento de las competencias que la Constitución y la ley les reconoce de acuerdo con sus respectivos planes de desarrollo y de ordenamiento territorial, asegurando la distribución equitativa de los beneficios y las cargas, en lo que fuere aplicable, de las intervenciones entre los distintos actores públicos y de la sociedad de su territorio.

Los usuarios de los servicios públicos prestados y de las obras ejecutadas por los gobiernos autónomos descentralizados serán corresponsables de su uso, mantenimiento y conservación. Se aplicarán modalidades de gestión que establezcan incentivos y compensaciones adecuadas a la naturaleza de sus fines.

Los gobiernos autónomos descentralizados deberán obligatoriamente zonificar la infraestructura de la prestación de los servicios públicos que sean proporcionados a la comunidad a fin de evitar desplazamientos innecesarios para acceder a ellos. (Asamblea Nacional del Ecuador, 2010)

1.5.2.3 Código de Comercio del Ecuador (2019)

Art. 1.- El Código de Comercio rige las obligaciones de los comerciantes en sus operaciones mercantiles, y los actos y contratos de comercio, aunque sean ejecutados por no comerciantes.

Art. 2.- Son comerciantes:

- a) Las personas naturales que, teniendo capacidad legal para contratar, hacen del comercio su ocupación habitual;
- b) Las sociedades constituidas con arreglo a las leyes mercantiles; y,
- c) Las sociedades extranjeras o las agencias y sucursales de éstas, que dentro del territorio nacional ejerzan actos de comercio, según la normativa legal que regule su funcionamiento.

Art. 3.- Los principios que rigen esta ley son:

- a) Libertad de actividad comercial;
- b) Transparencia;

- c) Buena fe;
- d) Licitud de la actividad comercial;
- e) Responsabilidad social y ambiental;
- f) Comercio justo;
- g) Equidad de género;
- h) Solidaridad;
- i) Identidad cultural; y,
- j) Respeto a los derechos del consumidor.

Art. 4.- Las personas que ejecuten ocasionalmente operaciones mercantiles no se considerarán comerciantes, pero estarán sujetas a lo dispuesto en este Código en cuanto a dichas operaciones.

Art. 5.- En los casos no regulados expresamente, se aplicarán por analogía las normas de este Código y, en su defecto, las del Código Civil. Asimismo, este Código constituye norma supletoria de otras ramas especiales en cuyos actos se observe un ánimo o naturaleza mercantil.

Art. 6.- La costumbre mercantil suple el silencio de la ley siempre que los hechos que la constituyan sean uniformes, públicos, generalmente ejecutados en la República del Ecuador, o en una determinada localidad y sean ampliamente conocidos y regularmente observados por las partes en operaciones del mismo tipo en el tráfico mercantil del que se trate por el plazo mínimo de cinco años.

La existencia de una costumbre mercantil, así como el cumplimiento de los requisitos descritos en el inciso anterior deberán ser probados por quien los invoca.

Sin embargo, cuando se pretenda probar con testigos, estos deberán ser por lo menos cinco comerciantes idóneos inscritos en el Registro Mercantil, que den cuenta razonada de los hechos y de los requisitos respectivos; y cuando se aduzcan como prueba dos decisiones judiciales definitivas, se requerirá que éstas hayan sido expedidas dentro de los 5 años anteriores al hecho controvertido. (Asamblea Nacional del Ecuador, 2019)

1.5.2.4 Ordenanza 03 de la Empresa Pública Municipal de Centros Comerciales y Camal de Machala EP (2016)

En lo que respecta a esta ordenanza, el TITULO II, CAPÍTULO I, DE LAS ATRIBUCIONES DE LA EMPRESA PÚBLICA.

Artículo 4.- Para el cumplimiento de su objeto y competencias, la Empresa Pública Municipal de Centros Comerciales y Camal de Machala EPMCCC-EP, tendrá las siguientes atribuciones:

- a) Planificar el desarrollo del sistema de comercialización de víveres y otros productos; de acuerdo a las necesidades a nivel local;
- b) Elaborar las especificaciones técnicas, presupuestos y planes de financiamiento de obras, mantenimiento y otros fines;
- c) Ejecutar, contratar, arrendar o concesionar los diferentes servicios para la operación, comercialización, que hayan sido diseñados y planificados; (Empresa Pública Municipal de Centros Comerciales y Camal de Machala EP, 2016, pág. 5)

1.5.2.5 Plan de Desarrollo para el nuevo Ecuador (2024-2025)

La investigación se relaciona con los siguientes Ejes, objetivos, políticas y metas del Plan Nacional de Desarrollo para el nuevo Ecuador 2024-2025:

Eje Desarrollo Económico

OBJETIVO 5: Fomentar de manera sustentable la producción mejorando los niveles de productividad.

Política 5.1: Incrementar la oferta del sector agropecuario para satisfacer la demanda nacional e internacional de productos tradicionales y no tradicionales de calidad.

Política 5.5: Fomentar la productividad, competitividad, comercialización, industrialización y generación de valor agregado en el sector agroindustrial, industrial y manufacturero a nivel nacional.

OBJETIVO 6: Incentivar la generación de empleo digno

Política 6.3: Impulsar la generación de empleo a través de mecanismos de crecimiento y expansión de empresas con pertinencia territorial.

Metas

OBJETIVO 5:

4. Incrementar el porcentaje de cobertura con riego tecnificado parcelario de pequeños y medianos productores de 18,19% en el año 2022 a 21,31% al 2025.

OBJETIVO 6:

1. Aumentar la tasa de empleo adecuado (15 años y más) de 34,41% en el año 2022 a 39,09% al 2025. (Secretaría Nacional de planificación del Ecuador, 2024-2025).

1.5.3 Enfoque epistemológico del proceso diagnóstico

❖ *Enfoque empírico-inductivo.* Este enfoque se centra en recopilar datos directos de la realidad de los comerciantes afectados por la regeneración urbana, permitiendo generar teorías y conclusiones basadas en observaciones específicas y casos concretos, ofreciendo una comprensión detallada de las condiciones socioeconómicas y laborales de los comerciantes en el mercado central de Machala.

❖ *Enfoque racional - deductivo.* Este enfoque es relevante para formular hipótesis sobre cómo las políticas de regeneración urbana impactan en los comerciantes, partiendo de principios generales y aplicándolos al contexto específico del mercado central de Machala, a su vez evaluar las políticas existentes y proponer recomendaciones basadas en principios económicos y sociales, considerando las dinámicas urbanas y las prácticas comerciales locales.

1.6 Descripción del proceso diagnóstico

1.6.1 Tipo de investigación

❖ *Investigación Básica.* Es una indagación teórica, pura o de rigor doctrinal contextualizándose en un marco teórico y permaneciendo alineada al conocimiento científico sin llegar a la práctica; por lo que se aplicó para describir y comprender el impacto socioeconómico de la regeneración urbana en los comerciantes del mercado

central de Machala, analizando las condiciones actuales que frente a los cambios urbanos, además de obtener datos objetivos sobre la situación en la que se encuentran, la dinámica laboral, los desafíos enfrentados y proporcionar una base sólida para futuras intervenciones y políticas destinadas a mejorar las condiciones económicas y sociales en el área afectada.

1.6.1.1 Diseño metodológico

❖ *No experimental.* Se utilizó este enfoque de investigación debido a que consiste en observar fenómenos en su entorno natural sin aplicar intervenciones directamente en ellos, asimismo se fundamentó en la observación y análisis de variables existentes en el contexto real del mercado central de Machala, por lo que la investigación se centró en describir la situación actual de los comerciantes, entender las dinámicas socioeconómicas y explorar las interacciones entre diversos actores.

1.6.1.2 Alcance de la investigación

❖ *Descriptiva.* Permitió documentar detalladamente las condiciones socioeconómicas de los comerciantes y los efectos de la regeneración urbana en sus actividades comerciales.

❖ *Transversal.* Facilitó la recolección de datos en un momento específico del tiempo, proporcionando una instantánea de la situación actual.

1.6.1.3 Características de la investigación

❖ *Investigación Diagnóstica.* Esto implicó identificar y analizar los problemas existentes, como la posible desocupación de locales comerciales y el aumento de los costos de alquiler, con el fin de proponer soluciones efectivas.

❖ *Investigación Propositiva.* Se caracteriza por partir de un diagnóstico, estudiando hechos y fenómenos sociales en perspectiva de su totalidad en ese sentido, se fijan o determinan metas que generarán conocimientos orientados a la acción y su intervención.

1.6.2 Enfoque metodológico del proceso diagnóstico

❖ *Enfoque mixto.* Este enfoque permitió combinar el análisis cuantitativo con el cualitativo de los datos, proporcionando una comprensión integral de las dinámicas

socioeconómicas y los impactos percibidos por los comerciantes en el mercado central de Machala.

1.6.2.1 Método(s) de investigación

❖ *Inductivo*. Es una forma de razonamiento que implicó derivar generalizaciones a partir de observaciones específicas, lo que proporcionó una base sólida para entender el impacto socioeconómico de la regeneración urbana en el Mercado Central de Machala. Este enfoque permitió recoger datos concretos y detallados de la experiencia directa de los comerciantes, como sus niveles de ventas, los cambios en el flujo de clientes y calidad en la vida laboral.

❖ *Deductivo*. El método deductivo es la forma de lógica en la que se parte de una premisa general para llegar a conclusiones específicas, mediante este enfoque se estudió las hipótesis que permitieron verificar la situación de la problemática sobre la regeneración urbana en el mercado central y su impacto socioeconómico en los comerciantes.

❖ *Analítico-sintético*. Es una técnica que combina dos enfoques complementarios en el análisis y la síntesis de información, en la que se realizó un análisis detallado de los componentes del problema para obtener una visión global del problema y sus posibles soluciones. Se establecieron las causas originarias de la regeneración urbana en el casco central de Machala, y las posibles medidas de adaptación que podrían ayudar en el incremento de ingresos de los comerciantes formales.

1.6.2.2 Técnicas e instrumentos de investigación

Las técnicas e instrumentos que se emplearon en la investigación son los siguientes:

❖ *Encuesta*. Se dirigió a los comerciantes del mercado con la finalidad de obtener información sobre la problemática y corroborar con las hipótesis planteadas en el trabajo de investigación.

❖ *Entrevista*. Se la aplicó con la intención de recoger las opiniones e ideas de la directora de mercados, el jefe de policía municipal y del representante del mercado central de la ciudad de Machala sobre el proceso de regeneración urbana y como influyó en el desarrollo de espacios para la comunidad machaleña.

❖ *Guía de observación.* Se utilizó para recolectar datos cualitativos y cuantitativos sobre los comerciantes y el entorno del mercado, observando la distribución del espacio, el comportamiento de los comerciantes, las condiciones y el perfil demográfico de los vendedores. Así permitió identificar patrones de interacción entre los comerciantes y los clientes, evaluar las condiciones del mercado, como la limpieza y las medidas de seguridad.

❖ *Revisión bibliográfica.* Se evidenció en la búsqueda de información clara y precisa en libros, revistas, artículos científicos e informes técnicos de los últimos cinco años, los cuales contribuyeron para la fundamentación teórica sobre la regeneración urbana.

1.6.2.3 Unidades de investigación

En el trabajo de investigación se tomaron en cuenta las siguientes unidades de investigación:

❖ *Directora de mercados.* Ing. Karina Valarezo, gerente de Mercados de Machala EP tiene un enfoque orientado a la mejora de la infraestructura de los mercados municipales y al bienestar de los comerciantes.

❖ *Jefe de policía municipal.* Abg. Charlie Carrión, responsable de la seguridad pública a nivel local y supervisa las actividades de la policía municipal dentro de la ciudad.

❖ *Representante del mercado.* Sr. Rodrigo Aguirre, persona encargada de actuar como intermediario entre los comerciantes (vendedores) y las autoridades locales, como la administración del mercado, la municipalidad o entidades reguladoras.

❖ *Comerciantes.* Son las personas que se dedican a la compra y venta de productos, su objetivo es satisfacer las necesidades de los consumidores para obtener ganancias. Entre ellos se encuentran comerciantes de cárnicos, de juguería, de mariscos, de comida y de ropa.

1.6.2.4 Universo y muestra

❖ *Universo.* El universo de la investigación está constituido por un total de 512 comerciantes los cuales se distribuyen en la venta de diferentes productos.

❖ *Muestra.* La muestra del estudio fue de un total de 225, se la obtuvo a partir de la siguiente formula:

Donde:

N= Universo	N= 512
n= Muestra	n= 225
l= Constante	l= Constante
E= % Error	E= 5

Desarrollo de la formula:

$$n = \frac{N}{1 + (E/100)^2 \times N}$$

$$n = \frac{512}{1 + (5/100)^2 \times 512}$$

$$n = \frac{512}{1 + (0,05)^2 \times 512}$$

$$n = \frac{512}{1 + (0,0025 \times 512)}$$

$$n = \frac{512}{1 + (1,28)}$$

$$n = \frac{512}{2,28}$$

$$n = 225$$

1.6.3 Análisis del contexto

La investigación se llevó a cabo en las instalaciones del Mercado Central de la ciudad de Machala, su información es la siguiente:

1.6.3.1 Síntesis histórica

El origen del mercado se remonta al año 1924, cuando fue establecido como un canchón de abastos para satisfacer las necesidades alimentarias de las familias, con el fin de dotar

a la población una buena plaza de comercio, con la adquisición de artículos necesarios. Posteriormente, en 1931, bajo el liderazgo municipal del sr. Rafael González Rubio, se llevó a cabo la primera remodelación, con paredes de adobe, rejas de hierro para brindarle mayor seguridad, dando apertura a más puestos de venta, lo que dio como resultado la visita de muchos machaleños.

Finalmente, en 1963, se inauguró un edificio de una planta, diseñado con una arquitectura que era adecuada y apreciada para esa época, levantándose un nuevo mercado. Con el paso del tiempo se fueron ubicando comerciantes informales que se adueñaron del espacio público tanto peatonal y vehicular, retrasando el progreso de la ciudad, siendo denominada como una de las áreas más sucias y atrasadas del Ecuador.

En la actualidad, se llevó a cabo un plan de regeneración urbana para rehabilitar la ciudad, siendo autores principales el GAD municipal, la Red de mercados Machala, dando un cambio significativo en las calles, parques y áreas de recreación. Otorgando el orden público a las autoridades municipales, con el fin de mantener un ambiente regulado y que satisfaga las necesidades de la comunidad.

1.6.3.2 Ubicación

El Mercado Central de Machala se encuentra ubicado a pocos metros del GAD municipal de Machala, específicamente por la Av. 9 de Mayo, Sucre y Olmedo. Sus límites son: Al Norte: Avenida cuarta norte (Boyacá); Sur: circunvalación sur; Este: Carrera cuarta este (Buenavista) y al Oeste: Avenida 5ta oeste Las Palmeras. Es una infraestructura comercial en la cual se realizan una gran variedad de actividades productivas y cuenta con todos los servicios básicos.

1.6.3.3 Actividades comerciales

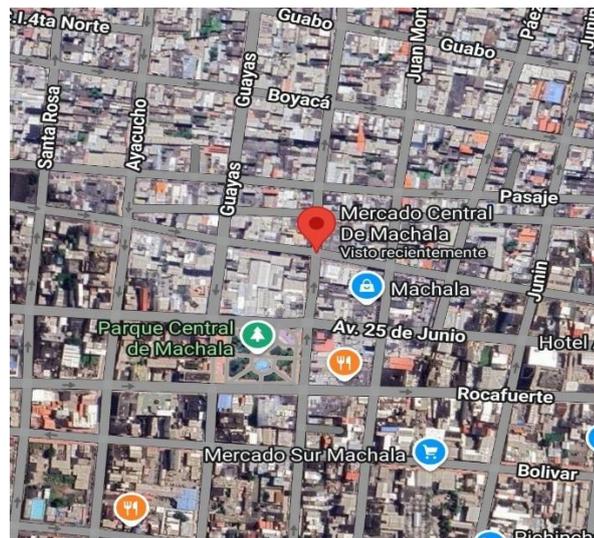
Las actividades de comercio formal que se realizan al interior del mercado son la venta de víveres, frutas, verduras, carnes, mariscos (pescado y camarón); además, cuenta con comedores y juguerías a los que recurren con frecuencia las personas de sus alrededores. En la parte exterior se produce la venta de productos de uso como: Ropa (para adultos, niños y niñas), joyería, bisutería, carteras, mochilas, útiles escolares, correas, zapatillas, productos naturales, entre otros.

1.6.3.4 Población

La población que se dedica a estas actividades está compuesta por 520 comerciantes formales, cuyo origen es principalmente de la región costa, como efecto de la regeneración urbana se dio una mejoría en el entorno céntrico, debido que existían problemas de alcantarillado, escasez de agua y contaminación de basura que fue generada por los comerciantes informales.

1.6.3.5 Espacio geográfico

Gráfico N° 1. Mercado central de Machala



Fuente: Google Maps

1.7 Resultados de la investigación empírica

1.7.1 Resultados de la encuesta

A continuación, se presentan los resultados obtenidos de la investigación empírica realizada desde el 21 al 30 de noviembre del 2024 sobre una muestra de 225 comerciantes del mercado central de Machala.

1.7.1.1 Factores que influyeron en la regeneración urbana de Machala

❖ *Edad.* Se refiere a los años de una persona u objeto que se está estudiando, y se trata como un dato o medida dentro de un conjunto de datos en un análisis o investigación.

Cuadro No 1. Edad de los comerciantes del mercado central de Machala

Edad de los comerciantes del mercado central de Machala	No.	%
De 20 a 29	25	11%
De 30 a 39	41	18%
De 40 a 49	41	18%
De 50 a 59	65	29%
Más de 60	53	24%
TOTAL	225	100%

Fuente: Investigación directa

Elaboración: Autores

Según los datos presentados en el cuadro anterior muestra una variedad en grupos etarios, el 29% de los encuestados se encuentra en el grupo de 50 a 59 años, un 24% de los participantes tiene más de 60 años, lo que indica una presencia notable de comerciantes en etapa de jubilación o pre-jubilación, el 18% pertenece al grupo de 30 a 39 años, de manera similar un 18% se encuentra en el rango de 40 a 49 años, finalmente el 11% de los participantes se encuentra en el grupo de 20 a 29 años.

A través de los datos obtenidos se determina que hay un mayor porcentaje de comerciantes entre 50 a 59 años de edad, lo que sugiere que una proporción significativa de los vendedores del mercado ha alcanzado la madurez reflejando la estabilidad y experiencia adquirida con el tiempo, ya que muchos de estos comerciantes probablemente llevan varios años en el negocio, lo que les ha permitido consolidarse en el mercado local.

❖ *Genero.* Es una construcción sociocultural que define roles, comportamientos, identidades y expectativas asociadas a lo masculino, femenino u otras expresiones, diferenciándolo del sexo biológico.

Cuadro No 2. Género de los comerciantes formales del mercado de Machala

Genero de los comerciantes formales del mercado de Machala	No.	%
Masculino	79	35%
Femenino	146	65%
TOTAL	225	100%

Fuente: Investigación directa

Elaboración: Autores

Según los datos presentados, se observa una notable distribución de género entre los comerciantes formales del mercado. El 65% de los encuestados son de género femenino, reflejando una predominancia de mujeres en el sector comercial, demuestra que las mujeres desempeñan un rol significativo en las actividades económicas del mercado, siendo probablemente responsables de una parte sustancial de las dinámicas comerciales y de sustento familiar. Por otro lado, el 35% de los participantes son de género masculino, lo que indica una menor representación, pero aún relevante, de hombres en el comercio formal del mercado.

A través de los datos obtenidos, se puede determinar que la mayor proporción de comerciantes formales del mercado son mujeres, lo que podría estar relacionado con una histórica participación femenina en sectores como el comercio local y la gestión de negocios pequeños o familiares. Demuestra la importancia de su rol en la economía local y en la sostenibilidad de los mercados, consolidándose como un pilar fundamental del sector comercial.

Es necesario reconocer y valorar el esfuerzo y la resiliencia de las mujeres en el comercio, proporcionando un entorno más inclusivo que favorezca su desarrollo, destacando que este fenómeno también puede ser indicativo de la falta de alternativas o el acceso limitado a otros sectores laborales para mujeres en ciertas comunidades, lo que las lleva a ser parte activa de la economía formal a través del comercio.

❖ *Nivel de ordenamiento.* Está relacionado con la organización y disposición estructural de los puestos, productos y servicios dentro del mercado, lo que influye en la eficiencia operativa, la accesibilidad y la experiencia del cliente.

Cuadro No 3. Nivel de ordenamiento en el área de trabajo dentro del mercado central de Machala

Nivel de ordenamiento en el área de trabajo dentro del mercado central de Machala	No.	%
Muy ordenado: el espacio está bien estructurado y facilita el flujo de clientes	84	37%
Poco ordenado: la disposición y el flujo de clientes se ven obstaculizados	97	43%
Desordenado: el espacio carece de una estructura adecuada, lo cual dificulta la actividad comercial	44	20%
TOTAL	225	100%

Fuente: Investigación directa

Elaboración: Autores

Según la información del cuadro que precede con un 43% la mayor parte de la población respondió que el nivel de ordenamiento en su área de trabajo es poco ordenado, siendo que la disposición y el flujo de clientes se ven obstaculizados, el 35% muy ordenado: el espacio está bien estructurado y facilita el flujo de clientes, mientras que un 20% desordenado: el espacio carece de una estructura adecuada, lo cual dificulta la actividad comercial.

Los resultados sugieren que, si bien existe un porcentaje significativo de comerciantes que consideran que el mercado central de Machala está "Muy ordenado", la mayoría de las respuestas indican que hay problemas en la organización del espacio, a su vez los encuestado respondieron que el espacio está "Poco ordenado", lo que implica que la disposición de los puestos o el flujo de clientes no es óptimo esto podría estar afectando la eficiencia de las actividades comerciales y la experiencia de los compradores, ya que la falta de una organización adecuada puede dificultar la circulación y aumentar los tiempos de espera, el 20% de los encuestados que perciben el espacio como "Desordenado" indican que la falta de estructura y planificación es aún más grave, lo que podría estar impactando negativamente en las ventas y la operatividad del mercado.

❖ *Desorden urbano.* Es la falta de organización y planificación en las ciudades, que genera problemas como contaminación, tráfico, deterioro de infraestructura y desigualdad social.

Cuadro No 4. Desorden urbano en los alrededores del mercado central de Machala

Desorden urbano en los alrededores del mercado central de Machala	No.	%
Si	90	40%
No	131	58%
No estoy seguro	4	2%
TOTAL	225	100%

Fuente: Investigación directa

Elaboración: Autores

Según los datos presentados, la mayor parte de los encuestados que es el 58% considera que no existe desorden urbano, lo que indica que, para la mayoría, los alrededores del mercado mantienen un nivel aceptable de organización y orden, reflejando una gestión adecuada del espacio público. Por otro lado, el 40% de los participantes opina que sí hay desorden urbano, lo que representa una proporción significativa de personas que perciben problemas relacionados con la distribución de espacios. Finalmente, el 2% de los encuestados no está seguro acerca de la situación, lo que podría deberse a una falta de claridad o de experiencia directa con los problemas del entorno urbano del mercado.

A través de los datos obtenidos, se puede concluir que la mayoría de las personas no perciben desorden urbano en los alrededores del mercado central de Machala. Sin embargo, la opinión del 40% de los encuestados que sí lo perciben resalta la necesidad de abordar ciertas áreas que podrían estar causando problemas. Esta percepción de desorden puede estar vinculada a factores como la falta de control en el comercio informal, la acumulación de basura, el congestionamiento vehicular o peatonal, o incluso la falta de señalización y orden en el uso de espacios públicos.

Es necesario implementar medidas que mejoren tanto la organización como la imagen del entorno, esto podría incluir una revisión exhaustiva de la infraestructura actual, como la adecuación de áreas específicas para el comercio, la mejora de accesos. Además, llevar una correcta gestión en la limpieza y mantenimiento constante, son claves para asegurar un espacio más funcional y agradable para comerciantes y compradores.

❖ *Consecuencias del desorden urbano.* Es la falta de planificación y organización en el desarrollo de una ciudad, lo que genera problemas como congestión vehicular, inseguridad, contaminación, desigualdad social y deterioro del espacio público, afectando negativamente la calidad de vida de los habitantes.

Cuadro No 5. Consecuencias del desorden urbano entorno del mercado central de Machala

Consecuencias del desorden urbano entorno del mercado central de Machala	No.	%
Dificultades para estacionar	14	6%
Ocupación indebida de espacios públicos	0	0%
Problemas de acceso para personas con discapacidad	5	2%
Inseguridad	71	32%

Falta de señalización adecuada	4	2%
Ruido excesivo	0	0%
No contestaron	131	58%
TOTAL	225	100%

Fuente: Investigación directa

Elaboración: Autores

De acuerdo con los datos presentados en el cuadro anterior se observa que el 58% no contestaron, un 32% que la consecuencia del desorden urbano es la inseguridad, el 6% por dificultades para estacionar, un 2% por problemas de acceso para personas con discapacidad, de manera similar con un 2% por falta de señalización adecuada, el 0% ocupación indebida de espacios públicos y ruido excesivo.

En base a los resultados se demuestra que la inseguridad es el problema más preocupante asociado al desorden urbano en el entorno del mercado central de Machala, lo que indica que la acumulación de personas y la falta de orden en las calles contribuyen a un ambiente peligroso, así mismo las dificultades para estacionar destaca un problema relacionado con la accesibilidad, que, aunque menor, puede afectar la comodidad de los clientes y vendedores. En contraste, la baja preocupación por la ocupación indebida de espacios públicos y el ruido excesivo indica que estos problemas no son percibidos como tan graves, o que no tienen un impacto tan significativo en la experiencia diaria del mercado.

❖ *Limpieza y salubridad.* Son prácticas y condiciones que mantienen los espacios higiénicos, previniendo enfermedades y promoviendo la salud pública.

Cuadro No 6. Medidas necesarias para mejorar la limpieza y salubridad en el mercado

Medidas necesarias para mejorar la limpieza y salubridad en el mercado	No.	%
Aumento en la frecuencia de limpieza	43	19%
Concientización de comerciantes y clientes	66	29%
Mejoramiento de la infraestructura de desagüe	22	10%
Incremento de contenedores de basura	44	20%
Sanciones para incumplimientos	50	22%
Ruido excesivo	0	0%
TOTAL	225	100%

Fuente: Investigación directa

Elaboración: Autores

De acuerdo con los datos presentados en el cuadro anterior, se identifican varias medidas necesarias para mejorar la limpieza y salubridad en el mercado. El 29% de los encuestados opina que la concientización de comerciantes y clientes es la acción más importante a implementar, el 22% sugiere la implementación de sanciones para quienes no cumplan con las normas de limpieza, lo que indica una demanda por establecer mecanismos de control más rigurosos que aseguren el cumplimiento de las regulaciones, el 20% considera que es fundamental aumentar la cantidad de contenedores de basura, el 19% propone incrementar la frecuencia de limpieza, lo que sugiere que muchos piensan que las jornadas actuales no son suficientes para mantener un entorno limpio y saludable, el 10% menciona la necesidad de mejorar la infraestructura de desagüe, lo que refleja una preocupación por los problemas estructurales que podrían estar contribuyendo a la acumulación de residuos o malos olores. Finalmente, el 0% indicó que no existe ruido excesivo en las instalaciones.

A partir de los datos recopilados, se concluye que la mayoría de las propuestas se centran en mejorar la infraestructura y el comportamiento colectivo en relación con la limpieza, lo que muestra la necesidad de contar con mejores recursos materiales y de fomentar un cambio cultural entre los comerciantes y los clientes del mercado. Entre las acciones más relevantes, la concientización de los usuarios se destaca como una medida prioritaria, ya que promueve la participación activa y la corresponsabilidad en el mantenimiento de la limpieza, aspectos esenciales para asegurar resultados sostenibles a largo plazo.

El llevar medidas preventivas y correctivas sería fundamental para enfrentar los desafíos relacionados con la limpieza y la salubridad, como la concientización y la instalación de contenedores, abordando el problema desde su origen, promoviendo mejores prácticas desde el principio. Así mismo, sanciones y las mejoras en infraestructura permiten solucionar problemas existentes y prevenir que se agraven con el tiempo.

❖ *Condiciones de infraestructura.* Es una referencia al estado y la calidad de las construcciones, servicios y redes físicas de una ciudad o área, como calles, puentes, sistemas de agua potable, electricidad y transporte.

Cuadro No 7. Estado de las condiciones de infraestructura en el lugar de trabajo en el mercado

El estado de las condiciones de infraestructura en el lugar de trabajo en el mercado	No.	%
Está en condiciones óptimas y no requiere mejoras	4	2%
Requiere mejoras menores para cumplir con estándares adecuados	167	74%
Está en condiciones deficientes y requiere una renovación completa	54	24%
TOTAL	225	100%

Fuente: Investigación directa

Elaboración: Autores

Con base en la información proporcionada en el cuadro anterior sobre el estado de las condiciones de infraestructura en el lugar un 74% respondieron que requiere mejoras menores para cumplir con estándares adecuados, el 24% está en condiciones deficientes y requiere una renovación completa y con un 2% está en condiciones óptimas y no requiere mejoras.

La mayoría de los encuestados con un 74%, considera que el mercado requiere mejoras menores para cumplir con estándares adecuados lo que insinúa que si bien el espacio de trabajo es funcional, aún existen áreas que necesitan optimización para mejorar la operatividad y la comodidad de los trabajadores, el 24% de los encuestados opina que las condiciones de infraestructura son deficientes y requieren una renovación completa lo que refleja una preocupación por la falta de modernización o el deterioro de ciertos sectores dentro del mercado, solo un pequeño 2% considera que las condiciones del lugar de trabajo son óptimas y no requieren cambios, lo que revela que la mayoría de los comerciantes perciben deficiencias en la infraestructura, aunque no necesariamente en una magnitud extrema.

La infraestructura del mercado central de Machala no se encuentra en su mejor estado, pues una pequeña parte de los encuestados considera que las condiciones son óptimas, mientras que la mayoría de los comerciantes cree que se requieren mejoras menores para cumplir con los estándares adecuados; lo que evidencia que algunas áreas del mercado necesitan ajustes para optimizar la circulación, la accesibilidad o la seguridad tanto de los comerciantes como de los clientes, sin que sea necesario realizar una renovación completa, como también existe una preocupación significativa por el deterioro de las instalaciones en algunas zonas, lo que indica que una porción considerable de los trabajadores enfrenta problemas que afectan su operatividad y su experiencia de trabajo.

1.7.1.2 Factores que influyeron en la regeneración urbana de Machala

❖ *Espacios de parqueo.* Son áreas designadas para estacionar vehículos, generalmente ubicadas en zonas públicas o privadas para facilitar la movilidad urbana.

Cuadro No 8. Impacto de la falta de espacios de parqueo en las ventas del mercado central

Impacto de la falta de espacios de parqueo en las ventas del mercado central	No.	%
Afecta significativamente, reduciendo la afluencia de compradores	109	48%
Limita la concurrencia de algunos compradores	48	21%
No afecta, no limita la presencia de compradores	68	30%
TOTAL	225	100%

Fuente: Investigación directa

Elaboración: Autores

Según los datos presentados en el cuadro anterior, el 48% de los participantes considera que esta situación afecta de manera significativa, disminuyendo la afluencia de compradores. Por otro lado, el 21% de los encuestados opina que la falta de parqueo limita la concurrencia de algunos compradores, lo que sugiere que, aunque no todos los clientes se ven afectados de forma drástica. Finalmente, el 30% de los participantes considera que la inexistencia de áreas de parqueo no afecta ni limita la presencia de compradores.

Por lo expuesto se determina que la falta de parqueo es percibida como un problema significativo para gran parte de los encuestados, aunque no de manera unánime. La opinión mayoritaria subraya que la afluencia de compradores está estrechamente vinculada a la disponibilidad de estacionamiento, lo que pone de manifiesto la importancia de atender este aspecto para garantizar la competitividad y funcionalidad del mercado.

Se deberían buscar soluciones inmediatas con estrategias a largo plazo, invertir en la mejora de la accesibilidad del mercado resolvería un problema puntual y consolidaría su posición como un centro comercial clave en la región, fortaleciendo la relación con sus clientes habituales y atrayendo a nuevos visitantes.

❖ *Competencia de locales externos.* Es pertinente a la presencia y actividad de negocios o comercios fuera de una zona específica, que pueden afectar la demanda, ventas y viabilidad económica de los locales dentro de esa área, generando un entorno competitivo.

Cuadro No 9. Impacto de la competencia de locales externos al mercado en la comercialización y precio de sus productos

Impacto de la competencia de locales externos al mercado en la comercialización y precio de sus productos	No.	%
Ha impactado de manera negativa	73	32%
Ha impactado de manera positiva	42	19%
La competencia no ha tenido impacto en sus precios	110	49%
TOTAL	225	100%

Fuente: Investigación directa

Elaboración: Autores

A partir de los datos expuestos el 49% respondió que la competencia no ha tenido impacto en sus precios, un 32% ha impactado de manera negativa y el 19% ha impactado de manera positiva.

La información obtenida determina que las percepciones sobre el impacto de la competencia externa varían considerablemente entre los comerciantes, algunos no perciben cambios significativos en los precios, mientras que otros enfrentan presiones para reducir precios o mejorar condiciones de venta debido a la competencia; como también hay quienes han logrado adaptarse con éxito, mejorando sus productos o fortaleciendo su presencia en el mercado.

Se reflejan distintas realidades dentro del mercado local, lo que indica que los efectos de la competencia externa son percibidos de manera diversa por los diferentes actores del mercado, aquellos que experimentan un impacto negativo podrían estar enfrentando desafíos derivados de la competencia, como la presión para reducir precios o la dificultad para competir con ofertas más atractivas, lo que podría estar afectando su rentabilidad; como también algunos observan en la competencia una oportunidad para mejorar, ya sea a través de la innovación, la mejora de la calidad de los productos o la diversificación de sus ofertas, lo que les permite mantenerse relevantes en el mercado, mientras que muchos negocios no perciben alteraciones significativas en sus precios, lo que podría indicar que han encontrado maneras de adaptarse eficazmente a la competencia sin comprometer sus márgenes de ganancia, sugiriendo un mercado relativamente estable o bien equilibrado.

❖ *Reubicación.* Es el traslado de personas, actividades o estructuras a un lugar diferente, generalmente para mejorar condiciones, resolver conflictos o prevenir riesgos.

Cuadro No 10. Percepción del impacto de la reubicación del mercado central en el puesto de trabajo

Percepción del impacto de la reubicación del mercado central en el puesto de trabajo	No.	%
Si	186	83%
No	14	6%
No sabe	25	11%
TOTAL	225	100%

Fuente: Investigación directa

Elaboración: Autores

Según los datos presentados en el cuadro que antecede, la mayoría de los encuestados cree que la reubicación del mercado central afectará sus puestos de trabajo, el 83% de los participantes respondió que sí, lo que indica que una gran mayoría considera que esta medida podría influir de manera significativa en su actividad laboral, ya sea en términos de acceso a clientes, adaptación a un nuevo entorno o cambios en las dinámicas del mercado. Por otro lado, un 6% de los encuestados manifestó que no ven ningún impacto relacionado con la reubicación del mercado, lo que sugiere que, para este grupo minoritario, los cambios en la ubicación no afectarían directamente su trabajo, el 11% de los encuestados expresó que no saben si la reubicación tendría algún impacto en sus puestos de trabajo.

A través de los datos obtenidos, se observa que una gran parte de los trabajadores del mercado central ve la reubicación como un factor que podría afectar de manera significativa su desempeño laboral, resaltando la necesidad de ver las implicaciones que tendría esta medida, ya que de un cambio físico de ubicación y proceso que podría influir profundamente en las dinámicas comerciales, sociales y económicas de los involucrados.

Es importante promover una visión positiva del cambio, destacando los beneficios que podría traer la reubicación, como la modernización de las instalaciones, un entorno más organizado y limpio, y una mayor atracción de clientes. Esto puede ayudar a transformar las percepciones iniciales negativas en una oportunidad para el crecimiento y la consolidación del mercado, asegurando que la transición sea exitosa y sienta las bases para un futuro sostenible.

❖ *Afectaciones de la posible reubicación.* Son los impactos económicos, sociales y emocionales que enfrentan las personas debido al traslado obligatorio de sus actividades o residencias, alterando su dinámica, ingresos y estabilidad.

Cuadro No 11. Afectaciones de la posible reubicación

Afectaciones de la posible reubicación	No.	%
Gastos adicionales	55	24%
Baja en los ingresos	31	14%
Pérdida de clientes	100	44%
No contestaron	39	17%
TOTAL	225	100%

Fuente: Investigación directa

Elaboración: Autores

De acuerdo con la información presentada, el 44% considera que lo que más les afectaría de una posible reubicación es la pérdida de clientes, un 24% gastos adicionales, el 17% no contestaron mientras que el 14% baja en los ingresos.

El análisis revela que la pérdida de clientes es vista como una de las principales consecuencias de la reubicación, lo que indica que la clientela de los negocios está profundamente vinculada a la ubicación actual, con la reubicación representando un riesgo de desestabilización social y económica; como también los gastos adicionales se perciben como una barrera importante, mientras que la baja en los ingresos, aunque reconocida, aparece como una preocupación menor en comparación con otros factores, lo que podría estar relacionado con la percepción de que los ingresos pueden recuperarse a través de ajustes o cambios en el modelo de negocio.

Los resultados indican que la reubicación no solo implica un cambio físico, sino una alteración de la dinámica social local, afectando la relación entre los empresarios y sus clientes, la pérdida de clientes puede implicar una ruptura en redes sociales y de confianza, mientras que los gastos adicionales podrían afectar la estabilidad y el bienestar de las familias que dependen de esos ingresos; como también la falta de respuesta en algunos casos puede reflejar incertidumbre o un temor a la reubicación, que puede generar incomodidad o resistencia al cambio.

❖ *Nivel de ingresos mensuales.* Es la cantidad de dinero que una persona o hogar recibe de manera regular cada mes, ya sea por trabajo, inversiones u otras fuentes.

Cuadro No 12. Impacto de la regeneración urbana en el nivel de ingresos mensuales

Impacto de la regeneración urbana en el nivel de ingresos mensuales	No.	%
Si, han mejorado los ingresos	65	29%
Se han reducido los ingresos	93	41%
Todo sigue igual	59	26%
Prefiero no responder	8	4%
TOTAL	225	100%

Fuente: Investigación directa

Elaboración: Autores

Según los datos presentados en el cuadro anterior, el 41% de los participantes señaló que sus ingresos han disminuido, lo que sugiere que para una parte considerable de los comerciantes, las mejoras urbanísticas no han producido el efecto deseado. Un 29% de los encuestados opina que la regeneración urbana ha tenido un efecto positivo en sus ingresos, el 26% de los encuestados mencionó que no ha habido cambios en sus ingresos, por lo que, para algunos comerciantes, la regeneración urbana no ha tenido un impacto significativo en su desempeño económico. Por último, un 4% prefirió no responder, lo que podría reflejar falta de información o incertidumbre sobre los efectos de la regeneración urbana en su situación económica.

A través de los datos obtenidos, se observa que la regeneración urbana ha tenido un impacto variado en los ingresos de los comerciantes, mientras que algunos han visto mejoras en su rentabilidad, una parte considerable ha experimentado una caída en sus ingresos, lo que indica que el proceso de regeneración urbana ha creado desigualdades en sus efectos. Este escenario pone de manifiesto la complejidad del proceso de transformación urbana, en el que se presentan desafíos que afectan de manera diferente a los comerciantes, dependiendo de su ubicación, tipo de negocio y su capacidad para adaptarse a los cambios.

Según la información, es crucial implementar medidas que aseguren que los beneficios de la regeneración urbana se distribuyan de manera justa entre todos los involucrados. El fomentar una comunicación más efectiva entre las autoridades urbanísticas y los comerciantes, para garantizar que los planes de regeneración consideren las necesidades y preocupaciones de los pequeños y medianos negocios, asegurando así que todos puedan aprovechar las oportunidades que surjan del proceso de transformación.

❖ *Reducción de ingresos.* Se enfoca en la disminución de los ingresos económicos de una persona, empresa o sector, generalmente debido a factores como cambios en la demanda, aumento de costos o condiciones adversas del mercado.

Cuadro No 13. Acciones para mitigar la reducción de ingresos en su negocio

Acciones para mitigar la reducción de ingresos en su negocio	No.	%
Reducción de precios	4	2%
Diversificación de productos	4	2%
Mejora en la presentación de los productos	9	4%
Ampliación de horarios de atención	40	18%
Ninguna acción tomada	168	75%
TOTAL	225	100%

Fuente: Investigación directa

Elaboración: Autores

Como se observa en el cuadro precedente con un 75% la mayor parte de la población respondió que no han tomado acciones para mitigar la reducción de ingresos en su negocio, el 18% ampliación de horarios de atención, un 4% mejora en la presentación de los productos, un 2% reducción de precios, de manera similar un 2% diversificación de productos.

Estos resultados podrían interpretarse como un reflejo de una mayor resistencia al cambio o una falta de confianza en la efectividad de las acciones disponibles, la mayoría de los comerciantes parece no estar dispuesta a modificar sus acciones para mitigar la baja de ingresos debido a barreras económicas, estructurales o incluso psicológicas, como el temor al fracaso o la incertidumbre sobre el impacto de las medidas. La escasa adopción de estrategias como la reducción de precios también puede indicar una preocupación por la reputación o el valor percibido de sus productos, lo cual es un aspecto clave en las relaciones sociales y comerciales, en general, la falta de acción podría sugerir una crisis de confianza en el entorno económico, donde los empresarios se sienten limitados en su capacidad de respuesta.

1.7.1.3 Desafíos relacionados con la reubicación del mercado central

❖ *Desafíos de la regeneración urbana en los comerciantes.* Son las dificultades que enfrentan los comerciantes durante procesos de renovación urbana, como pérdida de ventas, reubicación, aumento de rentas y adaptación a cambios en el entorno.

Cuadro No 14. Principales desafíos enfrentados por los comerciantes debido a la regeneración urbana

Principales desafíos enfrentados por los comerciantes debido a la regeneración urbana	No.	%
Pérdida temporal de ingresos	71	32%
Disminución de clientes	94	42%
Inseguridad sobre la reubicación	34	15%
Adaptación a un nuevo entorno comercial	12	5%
Inestabilidad laboral	14	6%
TOTAL	225	100%

Fuente: Investigación directa

Elaboración: Autores

Según los datos presentados en el cuadro anterior, se identifican varios desafíos significativos que enfrentan los comerciantes, la mayoría de los encuestados, un 42%, mencionaron la disminución de clientes como el principal reto. Por otro lado, el 32% destacó la pérdida temporal de ingresos como una preocupación importante. Además, un 15% de los encuestados expresó inseguridad sobre la reubicación, lo que indica la incertidumbre respecto al futuro de sus negocios. En menor medida, un 6% mencionó la inestabilidad laboral como un desafío. Finalmente, el 5% mencionó la adaptación a un nuevo entorno comercial como una dificultad, lo que pone de manifiesto que algunos comerciantes podrían necesitar apoyo adicional para ajustarse a las nuevas condiciones.

A partir de los datos recopilados, se puede concluir que los principales desafíos están relacionados con factores económicos y la llegada de clientes, así como con la inseguridad y la falta de información sobre el proceso de regeneración urbana. Estos resultados destacan la necesidad de crear estrategias de apoyo que aborden las preocupaciones más importantes de los comerciantes.

Sería útil implementar acciones como campañas de promoción para atraer a más clientes, ofrecer compensaciones económicas temporales a quienes se vean más afectados, y

asegurar que los comerciantes tengan acceso a información clara y oportuna sobre los planes de regeneración y reubicación.

❖ *Cantidad de clientes.* Implica al número de personas que visitan o compran en un establecimiento o servicio durante un período determinado, lo que puede influir en las ventas y el éxito comercial.

Cuadro No 15. Cambios en la cantidad de clientes en su negocio desde la regeneración urbana

Cambios en la cantidad de clientes en su negocio desde la regeneración urbana	No.	%
La cantidad de clientes se ha reducido	167	74%
Aumento en el número de clientes	28	12%
No he notado cambios	30	13%
TOTAL	225	100%

Fuente: Investigación directa

Elaboración: Autores

En referencia a la información que se muestra en el cuadro anterior el 74% respondió que la cantidad de clientes se ha reducido desde la regeneración urbana, un 13% no ha notado cambios y finalmente el 12% aumento en número de clientes.

La regeneración urbana parece haber tenido un impacto negativo en la mayoría de los negocios, ya que una gran parte de los comerciantes reporta una disminución en la cantidad de clientes, esto puede estar relacionado con la alteración de los flujos de personas en el área, posiblemente debido a cambios en la infraestructura, el desplazamiento de zonas comerciales o el aumento de costos asociados con la reubicación de clientes; un número reducido de comerciantes experimenta un aumento en la clientela, lo que podría indicar que algunos negocios se han beneficiado de las nuevas dinámicas urbanas, aunque estos casos parecen ser la excepción.

Los procesos de regeneración urbana pueden tener efectos desiguales sobre los diferentes actores económicos en un espacio determinado, puesto que mientras algunos negocios experimentan pérdidas de clientes debido a cambios en la infraestructura urbana o el desplazamiento de zonas comerciales, otros pueden ver oportunidades derivadas de una mayor visibilidad o accesibilidad; la falta de cambios en algunos negocios también puede reflejar una desconexión con las nuevas dinámicas del entorno urbano, donde ciertos comerciantes pueden no haber logrado adaptarse o beneficiarse de la regeneración, y

generalmente, la reducción en la cantidad de clientes puede reflejar tensiones sociales y económicas generadas por procesos de transformación urbana que alteran tanto los patrones de consumo como las redes de interacción entre clientes y negocios.

❖ *Medidas de adaptación en caso de reubicación.* Son acciones y estrategias implementadas para facilitar la integración y el ajuste de personas o actividades a un nuevo lugar tras una reubicación.

Cuadro No 16. Medidas de adaptación consideradas para un nuevo entorno comercial en caso de reubicación

Medidas de adaptación consideradas para un nuevo entorno comercial en caso de reubicación	No.	%
Cambiar el tipo de productos ofrecidos	18	8%
Mejorar la presentación de los productos	22	10%
Ajustar los precios	21	9%
Capacitar al personal	17	8%
No he considerado la reubicación	147	65%
TOTAL	225	100%

Fuente: Investigación directa

Elaboración: Autores

Según los datos presentados en el cuadro anterior, la mayoría de los encuestados, un 65%, indicó que aún no ha considerado cómo adaptarse a una eventual reubicación. Por otro lado, un 10% de los encuestados cree que mejorar la presentación de los productos sería una estrategia útil para enfrentar un nuevo entorno comercial. Además, un 9% mencionó que ajustar los precios podría ser una medida efectiva para adaptarse a las nuevas condiciones del mercado, mientras que un 8% está dispuesto a cambiar el tipo de productos ofrecidos, lo que sugiere una capacidad de diversificación y flexibilidad en su oferta para satisfacer las demandas del nuevo entorno. Asimismo, otro 8% consideró la capacitación del personal como una prioridad, evidenciando la importancia de mejorar las habilidades y conocimientos de los trabajadores para optimizar el servicio y mantenerse competitivos.

Según los datos obtenidos, se observa que una minoría ha reflexionado sobre posibles estrategias de adaptación, la falta de atención de la mayoría indica la necesidad de aumentar la conciencia y preparación entre los comerciantes. Esto podría lograrse a través de talleres, capacitaciones y campañas informativas que expliquen los posibles escenarios

de reubicación y ofrezcan herramientas para enfrentar los desafíos de un nuevo entorno comercial.

Las autoridades y entidades responsables de la reubicación podrían facilitar recursos y asesorías personalizadas para orientar a los comerciantes en la planificación de medidas específicas, como la mejora de la presentación de los productos, ajustes en la estrategia de precios y capacitación del personal. De esta manera, se contribuiría a que los comerciantes enfrenten el cambio con mayor seguridad y confianza, asegurando una transición más efectiva y un menor impacto en la estabilidad de sus negocios.

1.7.1.4 Estrategias de adaptación de los comerciantes ante cambios urbanos

❖ *Ajuste a las nuevas regulaciones o estándares de calidad.* Trata de la capacidad de una empresa o entidad para adaptarse a cambios en las normativas legales o requisitos de calidad, lo que puede afectar su operatividad, costos y competitividad.

Cuadro No 17. Medidas implementadas para ajustarse a las nuevas regulaciones o estándares de calidad establecidas por la municipalidad

Medidas implementadas para ajustarse a las nuevas regulaciones o estándares de calidad establecidas por la municipalidad	No.	%
Capacitación en normativas y regulaciones	27	12%
Mejora del orden en los puestos de venta	57	25%
Diversificación de productos	4	2%
Cumplimiento de normas sanitarias	60	27%
Ninguna	77	34%
TOTAL	225	100%

Fuente: Investigación directa

Elaboración: Autores

La información proporcionada determina que el 34% no ha tomado ninguna medida para ajustarse a las nuevas regulaciones o estándares de calidad establecidas por la municipalidad, el 27% cumplimiento de normas sanitarias, un 25% mejora del orden en los puestos de venta, un 12% capacitación en normativas y regulaciones, 2% diversificación de productos.

Los comerciantes en su mayoría se adaptan a las nuevas regulaciones de manera reactiva, priorizando aquellos aspectos que tienen una visibilidad inmediata y directa, como la higiene y el orden en sus puestos; como también la baja implementación de medidas como la capacitación y la diversificación de productos podría ser indicativa de una resistencia

al cambio o de la falta de apoyo institucional para una formación más profunda, además, el hecho de que un número considerable de comerciantes no haya adoptado ninguna medida sugiere que puede existir una desconexión entre las regulaciones impuestas y la capacidad o disposición de los actores locales para cumplir con ellas, lo cual puede reflejar tensiones sociales, económicas o estructurales dentro del mercado.

❖ *Capacitación.* Es el proceso de adquirir conocimientos, habilidades o competencias para mejorar el desempeño en una actividad específica.

Cuadro No 18. Capacitaciones o charlas sobre nuevas reglas o normativas por parte de las autoridades municipales

Capacitaciones o charlas sobre nuevas reglas o normativas por parte de las autoridades municipales	No.	%
Si	22	10%
No	203	90%
TOTAL	225	100%

Fuente: Investigación directa

Elaboración: Autores

De acuerdo con los datos presentados en el cuadro anterior, un 90% de los encuestados señaló que no han recibido este tipo de capacitaciones, mientras que solo un 10% afirmó haber participado en ellas, lo que resalta una significativa falta de comunicación y formación en relación con las normativas municipales entre los comerciantes del mercado.

Los datos obtenidos indican que esta falta de capacitaciones podría estar limitando el conocimiento y cumplimiento de las normativas por parte de los comerciantes, lo que podría generar problemas en la regulación del mercado. La ausencia de iniciativas formativas por parte de las autoridades sugiere la necesidad de implementar un plan integral que priorice la información y educación de los trabajadores del mercado en temas relacionados con las reglas, procedimientos y cambios normativos que impactan sus actividades diarias.

Sería ideal implementar programas regulares de formación a través de talleres, charlas interactivas y materiales educativos accesibles, adaptados a las necesidades y horarios de los comerciantes. Así mismo, las capacitaciones facilitarían el cumplimiento normativo

y promoverían una relación más colaborativa entre las autoridades y los comerciantes, fortaleciendo la confianza y el compromiso de ambas partes.

❖ *Estabilidad del negocio.* Se refiere a la capacidad de un comercio para mantener un rendimiento constante y sostenible a lo largo del tiempo, sin fluctuaciones significativas en sus ingresos, clientes u operaciones, lo cual es crucial para los comerciantes de mercado.

Cuadro No 19. Medidas necesarias para mantener la estabilidad del negocio frente a los cambios urbanos motivados por la regeneración

Medidas necesarias para mantener la estabilidad del negocio frente a los cambios urbanos motivados por la regeneración	No.	%
Apoyo financiero	57	25%
Capacitación en gestión empresarial	25	11%
Mejora en la infraestructura del mercado	125	56%
Apoyo en marketing y promoción	18	8%
TOTAL	225	100%

Fuente: Investigación directa

Elaboración: Autores

Conforme a los datos presentados en el cuadro que precede, el 56% responde a mejora en la infraestructura del mercado, 25% apoyo financiero, un 11% capacitación en gestión empresarial, mientras que el 8% apoyo en marketing y promoción.

Los comerciantes ven la mejora de la infraestructura del mercado como la medida más urgente para afrontar los impactos de la regeneración urbana, esto podría indicar que las transformaciones urbanísticas afectan directamente las condiciones físicas en las que operan los negocios, y que mejorar el entorno comercial les permitiría mantener su competitividad; el apoyo financiero es también percibido como fundamental, lo que sugiere que los comerciantes están preocupados por los costos adicionales que pueden surgir debido a la reubicación o a los cambios en la clientela. Por otro lado, la capacitación en gestión empresarial y el marketing son considerados aspectos menos prioritarios, lo que podría reflejar una menor percepción de su impacto inmediato en la estabilidad del negocio.

Estos resultados reflejan una respuesta adaptativa a los cambios urbanos, donde los comerciantes priorizan las soluciones tangibles y estructurales, como la mejora en la

infraestructura del mercado; la demanda de apoyo financiero pone en evidencia la vulnerabilidad económica de los comerciantes frente a los procesos de regeneración urbana, que pueden generar incertidumbre y gastos adicionales. La menor relevancia atribuida a la capacitación en gestión empresarial y el marketing podría interpretarse como una falta de recursos o una desconexión entre las habilidades empresariales requeridas y las necesidades inmediatas del negocio.

❖ *Apoyo de las autoridades municipales.* Es la asistencia brindada por el gobierno local para resolver problemas o promover el desarrollo en la comunidad, mediante recursos, políticas o servicios.

Cuadro No 20. Apoyo de las autoridades municipales

Apoyo por parte de las autoridades municipales	No.	%
Si	7	3%
No	218	97%
TOTAL	225	100%

Fuente: Investigación directa

Elaboración: Autores

De acuerdo a los datos presentados en el cuadro anterior, se evidencia una notable disparidad en la recepción de apoyo por parte de las autoridades municipales. El 97% de los encuestados señaló que no ha recibido ningún tipo de asistencia, mientras que solo un 3% afirmó haber recibido ayuda de las autoridades, esto indica una clara falta de intervención institucional, lo que podría estar impactando negativamente en el desarrollo y la operatividad de los comerciantes del mercado.

Los datos obtenidos sugieren que la falta de apoyo por parte de las autoridades municipales podría estar generando dificultades adicionales para los comerciantes, enfrentando diversos retos en su labor diaria, como la carencia de infraestructura adecuada, problemas para adaptarse a normativas, o incluso la necesidad de asistencia en la gestión de sus negocios.

Las autoridades municipales deberían tomar un rol más activo en el apoyo a los comerciantes, implementando programas de asistencia técnica, fiscal, o de infraestructura que favorezcan la mejora de las condiciones laborales y comerciales en el mercado.

❖ *Apoyo recibido por las autoridades.* Hace referencia a los recursos, facilidades o medidas proporcionadas por el gobierno o entidades locales para beneficiar a los

comerciantes de un mercado, como subsidios, programas de capacitación o mejoras en infraestructura.

Cuadro No 21. Apoyo recibido por parte de las autoridades locales durante el proceso de regeneración urbana

Apoyo recibido por parte de las autoridades locales durante el proceso de regeneración urbana	No.	%
Excelente, el apoyo fue completo y oportuno	7	3%
Bueno, aunque hubo aspectos que podrían haberse mejorado	0	0%
Regular, no fue suficiente para resolver todos los problemas	0	0%
Malo, el apoyo fue escaso y no fue de gran ayuda	0	0%
No contestaron	218	97%
TOTAL	225	100%

Fuente: Investigación directa

Elaboración: Autores

En función de los datos presentados en el cuadro anterior, el 97% no contestaron, el 3% respondió que el apoyo por parte de las autoridades es excelente, el apoyo fue completo y oportuno, el 0% bueno, aunque hubo aspectos que podrían haberse mejorado, regular, no fue suficiente para resolver todos los problemas y malo, el apoyo fue escaso y no fue de gran ayuda.

Revela una falta de participación significativa en el proceso de retroalimentación sobre el apoyo recibido, lo que podría reflejar desconfianza, desinterés o falta de comunicación entre los comerciantes y las autoridades locales, la escasa proporción de respuestas positivas sugiere que los comerciantes que se sintieron apoyados lo percibieron de manera limitada, lo cual podría implicar que las medidas tomadas por las autoridades no fueron consideradas suficientes o adecuadas para mitigar los impactos negativos de la regeneración urbana. La ausencia de respuestas en categorías como "regular" o "malo" podría indicar una falta de opciones claras para expresar insatisfacción, lo que refuerza la idea de una desconexión en la interacción entre las autoridades y los comerciantes.

1.7.2 Resultados de la Entrevista

Con el objetivo de obtener una visión más completa sobre la problemática que enfrentan los comerciantes del mercado central de Machala debido al impacto de la regeneración urbana, se realizaron entrevistas a varios actores clave. Entre ellos: la Directora de la Red

de Mercados Machala, Ing. Karina Valarezo; el Jefe de Policía Municipal, Abg. Charlie Carrión; y el representante del Mercado, Sr. Rodrigo Aguirre, quienes compartieron sus perspectivas y aportaron información valiosa sobre la situación actual.

Entrevistado 1: Ing. Karina Valarezo

Entrevistado 2: Abg. Charlie Carrión

Entrevistado 3: Sr. Rodrigo Aguirre

❖ *Regeneración urbana.* Se entiende como un proceso de transformación no solo en el entorno, sino que también tiene un impacto en las dinámicas sociales, se planteó la siguiente pregunta que busca explorar como ha afectado la regeneración urbana al mercado central, que ha sido un espacio clave para la interacción social y económica de la comunidad: ¿Cómo describiría los cambios más significativos que ha observado en el mercado central tras la regeneración urbana? (p1).

Respuesta 1: No han existido modificaciones en los permisos, recordemos para acceder a los locales al interior del mercado es muy fácil obtener los requerimientos y los precios son accesibles a los ciudadanos que quieren ejercer una actividad económica.

Respuesta 2: Ha sido un impacto positivo en cuanto a la seguridad, ya que anteriormente como es de conocimiento público, las calles céntricas de la ciudad se encontraban ocupadas por comerciantes informales, ya sea con estructuras, con mesas, con kioscos y era muy difícil transitar por el sector, además de esto, en horas de la noche estos puestos quedaban vacíos, abandonados, lo que se prestaba para que personas de dudosa procedencia puedan ocultarse en estos lugares para consumo sustancias sujetas a fiscalización, aparte de eso a cometer fechorías en el sector encontrábamos gran cantidad de señoritas ejerciendo y ofreciendo trabajos sexuales, también consumidores de drogas, pero con esta regeneración, cuando se liberó el espacio público, cuando ya llegó un cambio en este sector, se puede apreciar que en las noches se maneja con tranquilidad, el mismo día la gente transita con normalidad, no tiene esa preocupación de que vaya a ser interrumpido, molestado, asaltado, esto en cuanto a la seguridad.

En cuanto al ordenamiento, el cambio es 360 grados, ya que la regeneración no solamente conlleva el mejoramiento de las calles, sino también ofrece a los locales comerciales una

oportunidad para que esto puedan mejorar sus ventas, para que la gente acude a estos lugares y obviamente la economía va a mejorar en ese sentido.

Respuesta 3: El mercado central Machala es uno de los bienes que además de costar dinero se invirtió sacrificio y tiempo de nuestros antecesores comerciantes de 1991, hablar de la regeneración urbana es hablar del beneficio que conlleva esta, pero en la actualidad lo que afecta es regenerar las calles y olvidar que el mercado central es un potencial de comercio que da albergue no solamente a las familias que son titulares de los puestos (221); cada uno de ellos hemos sido demandados sin oportunidad de ir a ningún otro centro comercial porque entramos en litigio legal por parte del actual alcalde Darío Macas.

Con las respuestas de los entrevistados se obtuvo que entre el entrevistado 1 y 2 dan a entender que si ha dado un cambio positivo en el mercado mediante la regeneración a diferencia del 3 entrevistado que señala que la regeneración ha generado un declive en la economía de los comerciantes al ser sacados de sus puestos de ventas.

❖ *Impacto de la regeneración urbana.* Se refiere a las consecuencias directas e indirectas que los procesos de transformación y modernización de áreas urbanas tienen sobre su entorno físico, social, económico y cultural, mediante lo mencionado se planteó la siguiente pregunta que busca identificar una posible consecuencia de la regeneración urbana sobre los actores vulnerables del mercado: ¿Ha observado casos de comerciantes que se hayan visto forzados a abandonar sus puestos en el mercado debido a los cambios generados por la regeneración urbana, y cuáles considera que son las principales causas de esta situación? (p2).

Respuesta 1: Los proyectos de Regeneración Urbana, los trabaja directamente la municipalidad de Machala, previo a iniciar cualquier obra que este en el área de influencia donde se encuentre algún mercado construido, se socializa con la empresa Pública de Mercados y los comerciantes, en caso de haber afectaciones a sus actividades se ha llegado a acuerdos y que dichas afectaciones tengan un mínimo impacto a las actividades que realizan, posteriormente los resultados de una Regeneración traen consigo orden, limpieza, reducción de delincuencia, etc.

Respuesta 2: Efectivamente, para llevar a cabo esta regeneración urbana se tuvo que realizar un desalojo y retiro de los comerciantes y las estructuras que se encontraban

ubicadas en el espacio público, lamentablemente no se podía seguir dando esta situación y la ciudad necesitaba que se dé un cambio, que se lleve a cabo esta regeneración, sin embargo los comerciantes no fueron desamparados, ahí se les ofreció un lugar y se les reubicó en el sector de las ex granjas 9 de octubre como se la conoce y ahí mismo se llevó a cabo la construcción de una plaza, un mercado que lleva por nombre Plaza Bicentenario, donde va a albergar al 100% de los comerciantes que se encontraban ubicados en el casco comercial urbano de la ciudad.

Bueno, cabe indicar también que esto fue a la par de una pandemia, donde también era necesario llevar a cabo esta reubicación por temas de sanidad, por temas de salubridad, no fue fácil la tarea porque obviamente la costumbre de las personas que se encontraban por más de 15, 20 años, 30 años en las calles, ellos ya se creían dueños de estos espacios con derecho total de hacer y deshacer en ellos, pero al final del día logramos llegar a un acuerdo y fueron trasladados a este lugar ubicados y próximamente ya se llevará a cabo la inauguración de la plaza Bicentenario de la ciudad de Machala.

Respuesta 3: Como en todo negocio hay días buenos como días malos pero los días peores vinieron cuando el señor alcalde sin previo aviso a los comerciantes informales les cerro totalmente las calles enviando volquetas como se puede apreciar en los diversos canales de comunicación y los dejo sin trabajo, eso fue el causal de un declive sin misericordia para mis compañeros comerciantes informales que actualmente aceptaron la reubicación en La granja.

Tomando las respuestas de los 3 entrevistados, concuerdan que mediante la regeneración del mercado han existido comerciantes que han sido afectados al ser sacados desalojados de sus puestos de trabajo, aunque los entrevistados 1 y 2 concuerdan que la regeneración era algo de suma importancia para el mejoramiento de la ciudad.

❖ *Interacción de las autoridades con los comerciantes.* Examina cómo las autoridades gestionaron la comunicación, el apoyo y la participación de los comerciantes durante las intervenciones urbanísticas, evaluando si estas acciones promovieron transparencia y beneficios equitativos, o si generaron conflictos y exclusión. Mediante lo mencionado se planteó la siguiente pregunta: ¿Cómo evalúa el apoyo y la comunicación de las autoridades hacia los comerciantes durante el proceso de regeneración urbana? (p3).

Respuesta 1: Es importante mantener una comunicación dinámica y constante entre autoridades y comerciantes, es más como Empresa Pública y Municipio sabemos que el impacto socioeconómico que puede obtenerse de una regeneración urbana a un corto plazo, sin embargo, a largo plazo puede ayudar a crear un entorno económico más resiliente, y próspero para todos los actores involucrados.

Respuesta 2: Si, por supuesto hubo varios conflictos porque ellos creían tener derecho adquirido sobre el espacio público, se solucionó esto con varios diálogos, con reuniones donde asistían representante del sector del comercio, representantes del municipio y finalmente se pudo llegar a un acuerdo y después de gestionar el espacio donde fueron reubicados aceptaron y se ubicaron en esos lugares.

Respuesta 3: En cuanto a la comunicación con las autoridades son más promesas que comunicación, una cosa es trabajar en mutuo acuerdo, caminar de ambas partes encontrando veneficios para ambos lados porque sé que tenemos también derechos y deberes, pero en este caso la autoridad que le compete dar el orden adecuado al sector lo único que vigila es por sus intereses no por los del comerciante; esa es la tragedia que estamos pasando en nuestra ciudad.

Las respuestas del entrevistado 1 y 2 señalan que si ha existido un canal de comunicación entre las autoridades y los comerciantes con la realización de reuniones para el veneficio de los comerciantes, en cuanto el 3 entrevistado menciona que no hubo una mejora o ayuda a los comerciantes por parte de las autoridades y a la final solo tuvieron promesas vacías que nunca cumplieron.

❖ *Participación de los comerciantes en la planeación de la regeneración urbana.* La inclusión de los comerciantes en la regeneración urbana es un punto clave para entender las necesidades y preocupaciones que poseen con el fin de buscar alternativas que puedan ayudar en el proceso, tomando en cuenta lo mencionado se planteó la siguiente pregunta: ¿Considera que los comerciantes fueron tomados en cuenta en el proceso de planificación de la regeneración urbana? (p4).

Respuesta 1: La Empresa Publica en conjunto con los comerciantes, realizaron mesas de trabajo, para la propuesta de la “Ordenanza de Regulación de comercio en áreas adyacentes a los mercados municipales”, cuyo objetivo es regular las actividades en zonas donde están construidos los mercados municipales y las áreas regeneradas.

Respuesta 2: Sí, por supuesto, todo este proceso que se llevó, primero partimos con censos para saber cuántos comerciantes estaban ubicados en el casco urbano comercial de la ciudad, después hubieron muchas socializaciones, claro que también hubieron discusiones y enfrentamientos porque como les dije anteriormente no era fácil lograr que se entendiera que el espacio público le pertenece a la ciudad, no al comerciante que se encontraba ubicado ahí, porque ni siquiera el municipio, la ciudad son espacios para transitar y se merecen estar libres.

Entonces después de muchos diálogos, muchos encuentros, incluso hasta enfrentamientos, se pudo llegar a un acuerdo y ellos pudieron ser trasladados a este espacio en la ex granja del colegio 9 de octubre, donde ya en los próximos días va a funcionar en la plaza Bicentenario.

Respuesta 3: No de ninguna manera, esto fue arbitrario porque se impuso un desalojo obligatorio a los comerciantes, interviniendo el servicio militar, volquetas, tractores, incluso se detuvieron sus herramientas de trabajo a personas que en su comercio invierten un capital limitado.

El entrevistado 1 y 2 concuerdan que los comerciantes si fueron tomados en cuenta al momento del desarrollo de la regeneración del mercado con la finalidad de una resolver las inquietudes que tenían, el entrevistado 3 menciona que los comerciantes nunca fueron tomados en cuenta y que fueron excluidos en el desarrollo de la planificación urbana.

❖ *Mecanismos de dialogo entre comerciantes y autoridades.* Se centra en cómo los comerciantes han expresado sus preocupaciones sobre los cambios generados en el mercado y cómo las autoridades municipales han respondido a estas inquietudes, evaluando la efectividad y receptividad de los canales de comunicación establecidos, con lo mencionado se estableció la siguiente pregunta: ¿Qué mecanismos o instancias de diálogo han utilizado los comerciantes para expresar sus preocupaciones sobre la posible demolición del mercado, y cómo evalúa la receptividad de la municipalidad ante estas inquietudes? (p5).

Respuesta 1: Siempre han existido canales de comunicación directos entre comerciantes y la Empresa Pública Municipal de Mercados, el objetivo siempre ha sido buscar el bienestar del comercio, y alternativas hacia un comercio sostenible.

Respuesta 2: Existe un proceso judicial que no lo maneja la policía municipal, sino que lo maneja el departamento de procuraduría síndica del municipio, tengo entendido que el proceso aún se encuentra encaminado no ha llegado a una sentencia final, pero en todo caso los comerciantes que se encuentran ubicados en el mercado central actualmente dentro de las instalaciones que le pertenece al municipio de Machala, saben que hay un proceso judicial y que en algún momento van a tener que salir de este lugar y ser reubicados en los demás mercados hasta que se lleve a cabo la construcción de lo que se pretende hacer ahí por parte del municipio.

Respuesta 3: Debido a la falta de comunicación con las autoridades, los comerciales realizaron y siguen realizando protestas puesto que la reubicación no est  brindando las facilidades para una buena adaptación a un nuevo espacio de trabajo, la regeneración urbana causo la dispersión de comerciantes en todos los sectores de Machala al punto de que el mayorista ahora es minorista así sea en el centro de la ciudad sin ningún control por parte de la municipalidad.

Las respuestas de los entrevistados 1 y 2 mencionan que, si hay una comunicación entre los comerciantes y autoridades, también que se han dado a conocer los planes que se tiene para la reubicación de los comerciantes, el entrevistado 3 señala que ha una falta de comunicación y por ende los trabajadores realizan protestas por las prácticas de la reubicación ocasionando pérdidas económicas.

1.7.3 Resultados de la Guía de observación

Guía de observación	
Nombre del proyecto	La regeneración urbana y su impacto socioeconómico en los comerciantes del mercado central de Machala, año 2024
Observadores	Saida Marilin Sánchez Merino y Kevin Iván Castillo Chillogalli

Lugar	Mercado central de Machala	Fecha	21	11	2024
--------------	----------------------------	--------------	----	----	------

ASPECTOS A OBSERVAR	DESCRIPCIÓN	INTERPRETACIÓN
Desorden urbano en los alrededores del mercado central de Machala	No se observa desorden urbano en los alrededores del mercado.	El orden urbano en los alrededores del mercado central refleja un entorno agradable en el que las personas y los vehículos pueden circular de manera segura, esto a raíz de la regeneración y las políticas establecidas por la municipalidad.
Condiciones Físicas de la Infraestructura	Está en condiciones deficientes y requiere una renovación completa	Las condiciones deficientes del mercado reflejan un deterioro que ha afectado el funcionamiento y el atractivo del lugar. Esto demuestra la falta de mantenimiento que no se le ha dado durante varios años y la necesidad de intervención de la municipalidad.
Medidas de seguridad	Si hay seguridad al interior y exteriores del mercado central de Machala.	Se puede evidenciar la seguridad, esto gracias a la presencia de vigilancia por medio de patrullaje establecida por la policía municipal. Fomentando la confianza a los trabajadores y de los visitantes a los alrededores del mercado.
Medidas de aseo e higiene	Se puede observar basura dispersada en el interior del mercado.	La basura dispersada en el interior del mercado refleja la falta de conciencia y hábitos de limpieza por parte de comerciantes, consumidores o visitantes; también puede surgir debido a la falta de personal de limpieza.
Distribución y Organización del Espacio	No existe una buena organización en los espacios de los negocios.	La mala organización en el espacio refleja una mala gestión en la organización de los negocios, afectando la funcionalidad del mercado como la experiencia de los consumidores.
Cantidad y tipo de clientes que visitan el mercado	La cantidad de personas que visitan el mercado es baja.	Se observa una baja afluencia de personas en el mercado, esto debido a las condiciones inadecuadas de las instalaciones, que no cumplen con las expectativas de los consumidores. Otro factor que podría estar relacionado, es la presencia de locales externos que ofrecen los mismos productos.

Relación comunicación entre comerciante cliente	y y	Existe una buena comunicación entre los comerciantes y sus clientes.	La comunicación entre los comerciantes y sus clientes existe un ambiente comercial positivo.
--	----------------	--	--

La guía de observación indica que aunque hay aspectos positivos como la seguridad y la buena comunicación entre comerciantes y clientes, las condiciones físicas deficientes, la mala organización del espacio, la falta de aseo adecuado y la baja afluencia de clientes reflejan serios desafíos para el mercado central de Machala; la regeneración urbana ha tenido un impacto favorable en el entorno exterior, pero el mercado necesita una intervención más profunda en su infraestructura y gestión interna para poder ofrecer una experiencia de compra más atractiva y competitiva.

1.8 Conclusiones y Recomendaciones

1.8.1 Conclusiones

❖ Las causas originarias de la regeneración urbana en el mercado de Machala son debido a diversos problemas estructurales como: la afectación del ordenamiento, el desorden urbano, las condiciones de insalubridad y desaseo, lo que impulsó a la búsqueda de mejoramiento en la infraestructura y desarrollo económico por las demandas sociales, políticas de los comerciantes.

❖ Aunque la regeneración urbana en el entorno del mercado central de Machala conllevó la prohibición de estacionamiento vehicular en los espacios públicos y el incremento de la competencia de locales externos, en general resultó en mejoras significativas en infraestructura, accesibilidad y seguridad, mientras que la competencia impulsó a los comerciantes a mejorar la calidad de sus productos y servicios, aumentando su competitividad y, en algunos casos, incrementando sus ingresos, demostrando que los efectos negativos no fueron tan determinantes como se percibió inicialmente.

❖ Los comerciantes enfrentan importantes desafíos debido a la posible reubicación y demolición del mercado central de Machala, entre los que destacan la pérdida temporal de ingresos, la disminución de clientes y la incertidumbre sobre el proceso de reubicación como también la falta de condiciones adecuadas en un nuevo entorno para llevar a cabo las actividades comerciales propiciando inestabilidad laboral y el aumento de competencia.

❖ A pesar de que los comerciantes intentaron adaptarse a las nuevas demandas del mercado mediante el cumplimiento de normas, el orden en los puestos de venta y la diversificación de productos, la falta de capacitaciones por parte de las autoridades limitó su capacidad para cumplir con los estándares de calidad y mejorar la competitividad, mientras que la ausencia de apoyo municipal impidió que implementaran estrategias más efectivas para aumentar la demanda y los ingresos.

8.1.2 Recomendaciones

❖ Las autoridades del GAD municipal de Machala deberían emplear la renovación de infraestructura del mercado central, lo que mejoraría las condiciones de trabajo de los comerciantes, atraer más clientes, garantizar la seguridad estructural y promoviendo el desarrollo urbano sostenible en la ciudad.

❖ Los comerciantes del mercado central de Machala deben evaluar la disposición del espacio de sus puestos y reorganizarlos, mejorando la experiencia del cliente al facilitar la circulación dentro del mercado, lo que puede incrementar las ventas y garantizar un entorno más accesible y funcional.

❖ Organización de charlas o capacitaciones de concientización a cargo del representante del mercado de Machala sobre temas de la importancia de la limpieza en las diferentes áreas del mercado, y en caso de no cumplir ser sancionado el comerciante.

❖ El municipio debería realizar la construcción de áreas de parqueo cercanas al mercado central para fortalecer la frecuencia de visitantes, lo que potenciaría la actividad comercial en la zona.

❖ Las autoridades del GAD municipal deberían comunicar a los comerciantes sobre pros y contras de la reubicación con la finalidad de que tengan una mejor adaptación a un nuevo entorno comercial.

❖ La realización de talleres o charlas sobre normas y regulaciones a compromiso de las autoridades municipales, lo que facilitaría el cumplimiento normativo y promovería una relación más colaborativa con los comerciantes.

❖ El GAD municipal de Machala debe tomar un rol más activo en el apoyo a los comerciantes, ayudando a fortalecer las condiciones laborales y comerciales en el mercado.

1.9 Sistema de requerimientos

1.9.1 Matriz de requerimientos comunitarios

PROBLEMA	SITUACIÓN ACTUAL	SITUACIÓN OBJETIVO	REQUERIMIENTO
Inseguridad en el mercado	Los comerciantes del mercado sienten una alta preocupación por la creciente inseguridad, que afecta tanto su bienestar como el de sus clientes.	Incremento de vigilancia o patrullaje en los alrededores del mercado y al interior de las instalaciones del mercado.	Implementar un plan de seguridad y vigilancia, fortaleciendo la seguridad de los ciudadanos.
Deterioro de la infraestructura del mercado	Ineficiente circulación, dificultades de accesibilidad e inseguridad, afectando al desarrollo económico local.	Eficiente circulación de comerciantes, mejora en la seguridad y calidad del entorno comercial.	Diseño de un plan de restauración que incluya la reparación de estructuras dañadas, la optimización del espacio para los comerciantes y compradores
Inexistencia de espacios de parqueo cercanos al mercado central de Machala	La ausencia de espacios de parqueo provoca la reducción de visitantes en el mercado.	Incremento en el flujo de clientes y mejor dinamización en la actividad comercial	Creación de un plan de movilidad urbana optimizando el tránsito y transporte en la ciudad.
Reducción de ingresos por la regeneración urbana	Los comerciantes del mercado han experimentado una caída en sus ingresos, lo que indica que el proceso de regeneración no ha tenido el impacto deseado.	Mejora en los ingresos de los comerciantes y visita frecuente de clientes en el mercado.	Desarrollar campañas de marketing resaltando las ofertas y gestionar la mejora de la infraestructura del mercado al GAD municipal de Machala.
Disminución de clientes en el mercado central de Machala	Los comerciantes se muestran preocupados por la disminución en la	Aumento en la cantidad de clientes en el	Desarrollar eventos o actividades comunitarias donde se ofrezcan

	cantidad de clientes debido a la regeneración.	mercado central de Machala.	promociones y descuentos.
Desconocimiento en medidas de adaptación en caso de reubicación	Los comerciantes no han tomado en cuenta la reubicación, lo que resultaría perjudicial al momento de adaptarse a un nuevo entorno comercial.	Los comerciantes consideran la reubicación capacitándose en temas comerciales.	Implementar programas de capacitaciones o charlas sobre medidas específicas como: la mejora de la presentación de los productos, ajustes en la estrategia de precios.
Desconocimiento sobre nuevas reglas o normativas	Los comerciantes no tienen conocimiento sobre las nuevas reglas o normativas legales establecidas por la municipalidad.	Los comerciantes están informados y cumplen con las nuevas reglas y normativas legales.	Programa de socialización y capacitación sobre nuevas reglas o normativas legales por el incumplimiento de normas.

1.9.2 Selección y justificación del requerimiento a intervenir

Los resultados de la investigación permitieron identificar un conjunto de problemas y que deben ser intervenidos para mejorar las condiciones de los comerciantes; en este sentido se identificó como requerimiento a intervenir el siguiente: *Programa de socialización y capacitación sobre nuevas reglas o normativas legales por el incumplimiento de normas.*

La implementación de un programa de socialización y capacitación sobre nuevas reglas o normativas legales es esencial para garantizar el cumplimiento efectivo de las regulaciones vigentes. Debido al desconocimiento de las normas por parte de los comerciantes o actores involucrados, siendo la causa principal de su incumplimiento, lo que genera conflictos, sanciones y una falta de cohesión en la comunidad.

Estos programas permitirán que los comerciantes, usuarios y demás actores involucrados comprendan de manera clara y detallada la importancia de respetar las disposiciones legales y las posibles consecuencias de su inobservancia, tanto en el ámbito económico como en el social y jurídico. A través de sesiones accesibles y prácticas, se buscará

informar sobre las normativas vigentes y crear conciencia sobre cómo el cumplimiento de estas reglas contribuye al orden, la seguridad y el bienestar general de la comunidad.

Por otro lado, la capacitación fortalecerá las capacidades individuales y colectivas para adaptarse a los cambios normativos, minimizando resistencias, facilitando la transición hacia nuevas prácticas y contribuyendo al ordenamiento y desarrollo socioeconómico del entorno en el que se aplican estas normativas, asegurando una gestión más eficiente, equitativa y sostenible de los recursos y espacios públicos.

2. PROPUESTA INTEGRADORA

2.1 Descripción de la propuesta

2.1.1 Título

Programa de socialización y capacitación sobre nuevas reglas o normativas legales

2.1.2 Antecedentes

La propuesta surge como resultado de la investigación enfocada en el estudio sobre: “La regeneración urbana y su impacto socioeconómico en los comerciantes del mercado central de Machala, año 2024”, en la que se evidenció que la gran mayoría de comerciantes formales no disponen del conocimiento sobre reglas o normativas legales. Por ello, se originan problemas con las autoridades municipales a causa del incumplimiento de estas medidas, ocasionando llamados de atención y en algunos casos que sean sancionados con multas.

En la matriz de requerimientos se identificaron siete problemáticas a partir de la información obtenida en la investigación de campo. Posteriormente, se llevó a cabo la selección y justificación de los requerimientos; además se elaboró una propuesta para implementar un programa de socialización y capacitación sobre normativas legales, dirigido a los comerciantes y a las autoridades municipales del mercado central de Machala.

Por medio de la investigación realizada, se detectaron diversos problemas como la reducción de sus ingresos a raíz del proceso de regeneración urbana, disminuyendo la cantidad de visitantes y consumidores, provocado por la inadecuada infraestructura del establecimiento donde realizan sus labores comerciales. Debido a esto, recurren a tomar otras medidas para lograr vender sus productos, las cuales en algunas ocasiones pueden estar incumpliendo con las normas establecidas por la municipalidad.

De tal manera que los resultados del estudio aplicado a los comerciantes formales del mercado central de Machala, indican que, debido al desconocimiento sobre el reglamento de comercio los vendedores formales pueden llegar a realizar acciones que incumplan las leyes. En base a lo anterior, se requiere realizar capacitaciones sobre nuevas reglas o

normativas legales, para que tengan conocimiento de las actividades que pueden realizar sin afectar el orden, la seguridad y el bienestar general de la comunidad.

2.1.3 Justificación de la propuesta

La necesidad de mejorar el conocimiento y cumplimiento de las normativas legales por parte de los comerciantes del mercado central de Machala ante la creciente incidencia de incumplimientos identificados radica en que la mayoría de los comerciantes formales no cuentan con información suficiente sobre las reglas y normativas que rigen sus actividades, lo que genera conflictos con las autoridades municipales, sanciones y multas, afectando negativamente la estabilidad de sus negocios y la relación con el entorno del mercado. Por ende, la propuesta de socialización y capacitación en normas legales se presenta como una herramienta esencial para proporcionar el conocimiento necesario para adaptarse a las regulaciones y evitar infracciones, además, permitirá a los comerciantes conocer las opciones legales disponibles para adaptarse a estos cambios, así como las estrategias comerciales que respeten las normativas sin afectar el orden público.

El cumplimiento de las normativas legales beneficia a los comerciantes, teniendo un impacto positivo en el bienestar colectivo de la comunidad y la seguridad del entorno comercial; la socialización de las reglas permitirá que los comerciantes entiendan el alcance de sus actividades en el espacio público y cómo llevarlas a cabo de manera que no afecten la convivencia, el orden y la seguridad de los ciudadanos promoviendo un ambiente de cooperación y respeto mutuo que favorezca el desarrollo integral de la comunidad, mejorando la competitividad del sector comercial del mercado central de Machala.

Es importante destacar que esta propuesta se encuentra respaldada por los principios consagrados en la Constitución de la República del Ecuador, la cual en su artículo 284, establece que la política económica tendrá los siguientes objetivos: “Propiciar el intercambio justo y complementario de bienes y servicios en mercados transparentes y eficientes” y “Impulsar un consumo social y ambientalmente responsable”, estos principios refuerzan la necesidad de fomentar prácticas comerciales que sean transparentes, sostenibles y que contribuyan a la eficiencia y al bienestar general, en línea con los objetivos propuestos en la presente intervención.

2.2 Objetivos de la propuesta

2.2.1 Objetivo general

Promover el conocimiento sobre nuevas reglas o normativas legales, mediante un plan de socialización y capacitación, orientado al cumplimiento de las disposiciones vigentes por parte de los comerciantes del mercado central de Machala.

2.2.2 Objetivos específicos

- ❖ Desarrollar talleres con los comerciantes formales sobre normativas legales en función a sus actividades comerciales.
- ❖ Gestionar charlas prácticas sobre normativas legales básicas para brindar información a los comerciantes, orientadas a la prevención de conflictos, sanciones y multas por incumplimiento.
- ❖ Fomentar un cambio cultural hacia el cumplimiento de normativas legales, destacando los beneficios económicos y sociales derivados del respeto a las disposiciones vigentes.

2.3 Componentes estructurales

2.3.1 Fundamentación teórica de la propuesta

El desarrollo de la propuesta, se basará en la teoría de la estructuración de Anthony Giddens, que postula que las normas o reglas deben ser llevadas a cabo por los individuos para construir el orden social. Esta dinámica permite que se genere un entorno armonioso, donde la cooperación y el respeto mutuo son fundamentales, dando como resultado una cultura responsable entre los ciudadanos.

En ese sentido, Aronson (1999), citado por Cambiasso (2011), indica que las reglas son utilizadas por los actores para orientarse en el mundo social, que facilitan las prácticas pero también imponen restricciones, dado que constituyen el lado restrictivo de la acción, en tanto definen un tipo de comportamiento que se espera que realicen los actores sociales conoedores del reglamento que regula las relaciones sociales (pág. 7).

Por lo tanto, el desarrollo de programas y capacitaciones sobre nuevas reglas o normativas vigentes permitirá a los comerciantes adquirir un conocimiento profundo sobre estas regulaciones, fomentando un ambiente de cumplimiento proactivo. Al estar capacitados,

podrán adaptarse de mejor manera a los cambios legislativos, lo que a su vez ayudará a evitar sanciones y a operar de manera más eficiente, estableciendo una relación más sólida y un diálogo constructivo con las autoridades municipales.

2.3.2 Institución ejecutora de la propuesta

- ❖ Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Machala, a través de la Dirección de Urbanismo.
- ❖ Red de Mercados Machala, a través de la gestión de la Dirección Técnica-Administrativa.

2.3.3 Responsables de la ejecución de la propuesta

Estarán sujetos a la responsabilidad de la ejecución de la propuesta los directores urbanísticos, gerente de la Red de Mercados Machala, en conjunto con los autores de este trabajo: Sr. Kevin Iván Castillo Chillogalli y Srta. Saida Marilin Sánchez Merino.

2.3.4 Beneficiarios de la propuesta

- ❖ *Beneficiarios directos.* Según el estudio realizado los comerciantes formales beneficiados son 512 en el mercado central de Machala.
- ❖ *Beneficiarios indirectos.* Autoridades municipales y usuarios del mercado central.

2.3.5 Planificación operativa

OBJETIVOS DE LA PROPUESTA	ACTIVIDADES	RESUTADOS ESPERADOS	FECHA DE EJECUCIÓN	RESPONSABLES
Desarrollar talleres con los comerciantes formales sobre normativas legales en función a sus actividades comerciales.	Planificación y organización del proceso para la difusión, socialización y ejecución de las actividades contempladas en la propuesta.	Coordinación operativa para llevar a cabo la difusión y socialización de la propuesta.	02/06/2025 - 06/06/2025	Autores de la propuesta
	Convocatoria a socialización y propuesta de intervención, dirigida a los comerciantes formales	Comerciantes plenamente informados sobre la propuesta e involucrados activamente en el cumplimiento y seguimiento de las normativas legales aplicables a sus actividades comerciales.	09/06/2025 - 13/06/2025	Autores de la propuesta Autoridades del GAD municipal Funcionarios de la Dirección de Urbanismo Personal administrativo de la Red de Mercados Machala
	Talleres participativos sobre Normativas Legales Aplicables al Comercio, para resaltar la importancia del cumplimiento de las normas establecidas por la municipalidad.	Empoderamiento de los comerciantes formales del mercado central de Machala sobre la importancia del cumplimiento de las normativas legales	16/06/2025 - 11/07/2025	Autores de la propuesta Autoridades del Gad municipal Funcionarios de la Dirección de Urbanismo

				Personal administrativo de la Red de Mercados Machala
	Taller informativo sobre Gestión de Permisos y Licencias Comerciales para poder operar de manera legal y cumplir con los requisitos requeridos establecidos por el GAD	Comerciantes formales capacitados sobre la importancia de los permisos y las licencias comerciales.	14/07/2025 - 25/07/2025	Autores de la propuesta Autoridades del Gad municipal Funcionarios de la Dirección de Urbanismo Personal administrativo de la Red de Mercados Machala
Gestionar charlas prácticas sobre normativas legales básicas para brindar información a los comerciantes, orientadas a la prevención de conflictos, sanciones y	Diseño del material informativo sobre las normativas legales	Proporcionar información clara, accesible y comprensible sobre las leyes y regulaciones que deben seguir los comerciantes formales.	28/07/2025 - 01/08/2025	Autores de la propuesta
	“Obligaciones Legales Básicas” charlas a los comerciantes enfocada en enseñar los aspectos legales primordiales a cumplir en el mercado.	Los comerciantes del mercado adquirirán conocimientos claros de las principales obligaciones legales, ayudando a reducir errores comunes relacionados con el incumplimiento de normativas.	04/08/2025 - 08/08/2025	Autores de la propuesta

<p>multas por incumplimiento.</p>	<p>“Consecuencias del Incumplimiento de Normativas Legales”: Entrega de folletos y socialización a los comerciantes sobre los efectos que conlleva la infracción de las leyes comerciales.</p>	<p>Los comerciantes del mercado entenderán las repercusiones graves al no cumplir con las leyes.</p>	<p>11/08/2025 - 22/08/2025</p>	<p>Autores de la propuesta</p>
<p>Fomentar un cambio cultural hacia el cumplimiento normativo, destacando los beneficios legales, económicos y sociales derivados del respeto a las disposiciones vigentes.</p>	<p>Elaborar materiales informativos que resalten los beneficios del cumplimiento normativo.</p>	<p>Mayor concienciación y comprensión de las normativas</p>	<p>25/08/2025 - 05/09/2025</p>	<p>Autores de la propuesta</p>
	<p>Organizar charlas y conferencias con abogados, economistas, y representantes de organismos regulatorios para que compartan información.</p>	<p>Cumplimiento de las normativas vigentes Cambio cultural hacia la importancia del cumplimiento normativo</p>	<p>08/09/2025 - 26/09/2025</p>	<p>Facilitadores expertos en normativas legales Facilitadores expertos en finanzas Funcionarios de la Dirección de Urbanismo</p>

2.3.6 Cronograma de ejecución de la propuesta

ACTIVIDADES	TIEMPO EN MESES/ SEMANAS															
	MES 1				MES 2				Mes 3				MES 4			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Planificación y organización del proceso para la difusión, socialización y ejecución de las actividades contempladas en la propuesta.																
Convocatoria a socialización y propuesta de intervención, dirigida a los comerciantes formales																
Talleres participativos sobre Normativas Legales Aplicables al Comercio, para resaltar la importancia del cumplimiento de las normas establecidas por la municipalidad.																
Taller informativo sobre Gestión de Permisos y Licencias Comerciales para poder operar de manera legal y cumplir con los requisitos requeridos establecidos por el GAD																
Diseño del material informativo sobre las normativas legales																
“Obligaciones Legales Básicas” charlas a los comerciantes enfocada en enseñar los aspectos legales primordiales a cumplir en el mercado.																
“Consecuencias del Incumplimiento de Normativas Legales”: Entrega de folletos y socialización a los comerciantes sobre los efectos que conlleva la infracción de las leyes comerciales.																
Elaborar materiales informativos que resalten los beneficios del cumplimiento normativo.																
Organizar charlas y conferencias con abogados, economistas, y representantes de organismos regulatorios para que compartan información.																

2.4 Fases de implementación de la propuesta

FASE 1. Planificación y organización del proceso para la difusión, socialización y ejecución de las actividades contempladas en la propuesta.

FASE 2. Revisión y aprobación de la propuesta por parte de la dirección urbanismo y la Red de Mercados.

FASE 3. Autorización para la implementación de la propuesta de parte del representante del mercado central de Machala.

FASE 4. Convocatoria a socialización y propuesta de intervención dirigida a los comerciantes formales.

FASE 5. Ejecución de la propuesta (Talleres, charlas, entrega de folletos, conferencias).

FASE 6. Revisión y análisis de la propuesta a cargo de los responsables de su ejecución.

FASE 7. Proceso de seguimiento de los resultados alcanzados en la implementación de la propuesta.

FASE 8. Informe sobre los resultados alcanzados en la implementación de la propuesta.

FASE 9. Entrega del informe final a las autoridades del GAD municipal de Machala y Red de mercados, así como al representante del mercado central de Machala y a los comerciantes formales.

2.5 Estrategias de Evaluación de la propuesta

La propuesta se someterá a evaluación en tres etapas: antes de su implementación (evaluación ex ante), durante su desarrollo (evaluación concurrente) y al concluir su ejecución (evaluación ex post).

La evaluación Ex – ante: Consiste en un proceso destinado a analizar las condiciones en las que se presenta la propuesta, es decir, es donde se lleva a cabo una revisión detallada del documento de forma conjunta entre los autores de la propuesta y los funcionarios de la dirección de urbanismo. Este análisis tiene como objetivo verificar que la estructura y los contenidos cumplan con los requisitos teóricos, técnicos, metodológicos y financieros necesarios para garantizar la viabilidad y aplicación efectiva de la propuesta.

Evaluación Concurrente: Este proceso se centra en analizar los acontecimientos que surgen durante la implementación de la propuesta, por lo tanto, se emplea una guía de observación estructurada que permite comparar lo planificado con los resultados reales obtenidos a lo largo de su ejecución.

Evaluación Ex – Post: Este tipo de evaluación tiene como propósito identificar los resultados obtenidos al finalizar la propuesta, incluyendo el impacto de los talleres, charlas, conferencias y la distribución de folletos dirigidos a los comerciantes formales del mercado central de Machala.

Momentos de la Evaluación	Indicadores de Evaluación	Cumplimiento		Observaciones
		Si	No	
ANTES	El contenido de la propuesta cumple con lo establecido por el requerimiento a intervenir			
	La propuesta ha sido revisada y aprobada por parte de la dirección de urbanismo y Red de Mercados Machala.			
	La propuesta ha sido socializada con los comerciantes formales del mercado central de Machala			
DURANTE	Se ejecutaron los talleres, charlas, entrega de folletos y conferencias de capacitación de la propuesta en la fecha y hora señalada			
	Se explicaron los motivos y			

	objetivos de la propuesta			
	Se invitó oficialmente y con el debido tiempo a los beneficiarios de la propuesta para su participación en la capacitación			
	El desempeño general de los facilitadores de la propuesta fue adecuado			
	Los facilitadores mostraron habilidades para transmitir su conocimiento			
	La explicación de los contenidos de la propuesta fue adecuado y entendible			
	Se cumplieron en su totalidad con los objetivos planificados			
	Se dio una retroalimentación a los participantes al finalizar la exposición de los facilitadores			
	Los recursos didácticos utilizados en los talleres, charlas, conferencias fueron los adecuados			

DESPUÉS	Se ha realizado seguimiento periódico a la implementación de la propuesta			
	Se ha realizado un estudio de satisfacción a los beneficiarios de la propuesta			
	Se ha realizado una evaluación final de la implementación de la propuesta			
	Se ha realizado un informe final de la implementación de la propuesta			

2.6 Recursos logísticos

2.6.1 Recursos humanos

Para llevar a cabo los talleres y charlas es importante la participación de los comerciantes y el representante del mercado central de la ciudad de Machala, así como los funcionarios, autoridades municipales y facilitadores expertos en normativas legales y financieras.

La implementación de la contratación de profesionales en el área de derecho y economía, los mismos que deben ser contratados oportunamente.

2.6.2 Recursos materiales

- ❖ Materiales de oficina: Hojas de papel boom A-4, cartulinas, esferográficos, lápices, marcadores, papelógrafo, pizarra.
- ❖ Local, Mesas, sillas
- ❖ Refrigerio
- ❖ Gastos en movilización
- ❖ Gastos en comunicación

2.6.3 Equipos

- ❖ Proyector
- ❖ Computadora
- ❖ Impresora
- ❖ Cámara
- ❖ Micrófono
- ❖ Bocinas
- ❖ Pendrive
- ❖ Acceso a internet

2.6.4 Presupuesto

A. Recursos Humanos				
No.	Denominación	Tiempo	Costo mensual unitario	Total
2	Facilitadores	1 mes	\$800	\$1.600
Subtotal				\$1.600
B. Recursos materiales				
Descripción	Cantidad	Costo unitario	Total	
Hojas de papel boom A-4	7 resma (500)	\$3,50	\$24,50	
Esferográficos	100	\$0,35	\$35	
Marcadores	5	\$1,50	\$7,50	
Papelotes	5	\$0,50	\$2,50	
Cartulinas	1 resma (25)	\$ 1, 25	\$1,25	
Lápices	45 cajas (12)	\$ 1,50	\$67,50	
Pizarra	2	\$34,70	\$69,40	
Mesas	30	\$5	\$150	
Sillas	545	\$0,30	163,50	
Local	1 (3 meses)	\$100	\$300	
Subtotal				\$821,15
C. Recursos tecnológicos				
Descripción	Cantidad	Costo unitario	Total	
Proyector	1	\$500	\$500	
Computadora	3	\$350	\$1050	
Impresora	3	\$224	\$672	

Cámara	2	\$150	\$300
Micrófono	3	\$ 75	\$225
Bocinas	2	\$130	\$260
Pendrive	1	\$20	\$20
Subtotal			\$3.027
D. Otros recursos			
Descripción	Cantidad	Costo unitario	Total
Acceso a internet	(4 meses)	\$30	\$120
Gastos de movilización	(4 meses)	\$50	\$200
Gastos de comunicación	(4 meses)	\$15	\$60
Refrigerio	525 (1)	\$0,50	\$262,50
Subtotal			\$642,50
E. IMPREVISTOS 5% DE A+B+C			\$224,53
COSTO TOTAL DE LA PROPUESTA			\$4.715,18

2.6.5 *Financiamiento*

FINANCIAMIENTO	
FUENTE	CANTIDAD
Aporte personal de los autores de la propuesta	\$ 500
Aporte del GAD de Machala, Dirección de urbanismo	\$ 2.765,18
Aporte de la Red de Mercados Machala	\$1.000
Aporte del representante y los comerciantes formales del mercado central de Machala	\$450
TOTAL	\$4.715,18

3. VALORACIÓN DE LA FACTIBILIDAD

3.1 Análisis de la dimensión Técnica de implementación de la propuesta.

El análisis de la dimensión técnica de la propuesta es fundamental, ya que permite evaluar los recursos materiales, tecnológicos y humanos necesarios para su ejecución, lo que asegura que todo el proceso se desarrolle correctamente y se alcancen los objetivos planteados. En función de las actividades programadas, se requerirá principalmente el uso de equipos como proyectores, computadoras, impresoras, cámaras, micrófonos, bocinas y memorias USB, indispensables para la realización de talleres y capacitaciones. Además, se emplearán materiales físicos que serán entregados a los comerciantes para un mayor aprendizaje, en conjunto con la participación de profesionales en derecho y especialistas en financiamiento garantizando la factibilidad de la propuesta y asegurando su adecuada implementación.

3.2 Análisis de la dimensión Económica de implementación de la propuesta.

El análisis de la dimensión económica resulta esencial, dado que en este apartado es donde se determinan los recursos financieros necesarios para la implementación de la propuesta, así como los beneficios esperados de su ejecución, permitiendo identificar su viabilidad y sostenibilidad en términos económicos. La propuesta, titulada “Programa de socialización y capacitación sobre nuevas reglas o normativas legales”, que tiene como objetivo principal garantizar que todos los involucrados estén informados y preparados para aplicar correctamente las normativas legales vigentes, tendrá un costo de 4.715,18.

Por consiguiente, la propuesta resulta factible desde el punto de vista económico, debido a que los recursos necesarios han sido cuidadosamente distribuidos entre diversas fuentes de financiamiento. El presupuesto total se compone de un aporte de \$2.765,18 por parte de la Dirección de Urbanismo del GAD de Machala, que cubre la mayor parte de los costos del programa; una contribución de \$1.000 de la Red de Mercados de Machala, destinada a fortalecer las actividades del proyecto; un aporte personal de \$500 por parte de los autores de la propuesta, como muestra de su compromiso con la ejecución; y una contribución de \$450 del representante y los comerciantes formales del mercado central de Machala, garantizando su participación activa y colaborativa en la implementación del programa.

3.3 Análisis de la dimensión Social de implementación de la propuesta.

La puesta en marcha de la propuesta de implementación del programa de socialización y capacitación sobre nuevas normativas legales tendrá un impacto socialmente factible en el mercado central de Machala, fortaleciendo el conocimiento de las reglas entre los comerciantes formales, la relación con las autoridades creando un ambiente de confianza y cooperación que reducirá los conflictos y sanciones; mediante esta iniciativa se busca minimizar la desinformación, mejorar la convivencia en el mercado y, en última instancia, fortalecer la cohesión social entre las personas del entorno comercial.

3.4 Análisis de la dimensión Ambiental de implementación de la propuesta.

La dimensión ambiental que tendrá la propuesta no generará impacto ambiental dado que las actividades de socialización y capacitación no involucran el uso intensivo de recursos naturales ni la producción de residuos significativos, de este modo, se garantiza que la propuesta se llevará a cabo de manera sostenible y sin efectos negativos sobre el entorno.

REFERENCIAS

1. Arévalo Salinas, A., Al Najjar Trujillo, T., & Vilar Sastre, G. (2020). Medios informativos alternativos y economía solidaria en España. *Revista Psicoperspectivas*, 19(2), 81-93. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.5027/psicoperspectivas-vol20-issue2-fulltext-1939>
2. Asamblea Nacional Constituyente del Ecuador. (2008). *Constitución De La Republica Del Ecuador 2008*. Ecuador. https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf
3. Asamblea Nacional del Ecuador. (2010). *CODIGO ORGANICO DE ORGANIZACION TERRITORIAL, COOTAD*. Ecuador. <https://www.cpcs.gov.ec/wp-content/uploads/2020/01/cootad.pdf>
4. Asamblea Nacional del Ecuador. (2019). *Código De Comercio*. Ecuador. https://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/lotaip/a2/2019/JUNIO/C%C3%B3digo_de_Comercio.pdf
5. Bernal, J., Fuentes, C., Sion, N., & Tapia, E. (septiembre-octubre, de 2022). Análisis de los principales indicadores del mercado laboral y las ramas de ocupación en el Ecuador. *Revista Científica Multidisciplinar*, 6(5), 903 - 925. <https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/3151/4813>
6. Cambiasso, M. (2011). La teoría de la estructuración de Anthony Giddens: un ensayo crítico. *Jornadas de Jóvenes Investigadores*, 1-17. <https://www.aacademica.org/000-093/291.pdf>
7. Castrillo, M., Matesanz, Á., Fuentes, D. S., & SevillaTiende, Á. (2014). ¿Regeneración urbana? Deconstrucción y reconstrucción de un concepto incuestionado. *Revista papeles*(126), 129-139. https://oa.upm.es/46247/1/Regeneracion_urbana_Castrillo_Matesanz_Fuentes_Sevilla.pdf
8. Clark, P., Chanca, A., & Vincent, S. (Marzo-Agosto de 2023). Recambio de ingresos y comercio informal durante la pandemia de la covid-19 en Huancayo, Perú. *Íconos*(76), 167-185. <https://doi.org/https://doi.org/10.17141/iconos.76.2023.5544>
9. Coraggio, J. (Agosto de 2020). *Economía social y economía popular: Conceptos básicos*. <https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/coraggio.pdf>
10. Cueva, X., & Erazo, J. (2021). Impacto socioeconómico del COVID-19 en. *Koinonía*, 6(12), 77-101. <https://doi.org/https://doi.org/10.35381/r.k.v6i12.1275>

11. Delgadillo, V. (2020). Regeneración urbana en la Ciudad de México: polisemia de concepciones y de acciones públicas. *Revista INVI*, 35(100), 20-37. <https://doi.org/10.4067/S0718-83582020000300001>

12. Diario Correo. (02 de Abril de 2022). *diariocorreo.com.ec*. <https://diariocorreo.com.ec/69243/ciudad/alcalde-dario-macas-inaugura-regeneracion-urbana-del-casco-central-de-machala-hoy>

13. Echeverría, M. (julio-diciembre de 2022). La intervención y la planificación de la vivienda en la formalidad o la informalidad. *Revista Arquitectura*, 24(2), 72-83. <https://doi.org/https://doi.org/10.14718/RevArq.2022.24.3994>

14. EL UNIVERSO. (15 de Abril de 2022). *eluniverso.com*. <https://www.eluniverso.com/noticias/ecuador/machala-con-renovada-imagen-en-calles-del-casco-urbano-comerciantes-informales-seran-reubicados-nota/>

15. Empresa Pública Municipal de Centros Comerciales y Camal de Machala EP. (2016). *Ordenanza 03. Machala*. <https://docs.google.com/document/d/1SXrXV9OYDiZB90svlOqZEayIA9kecblm/edit?usp=sharing&ouid=107501136580154009796&rtpof=true&sd=true>

16. Garzozi, R., Solórzano, V., & Garzozi, Y. (2020). EXPERIENCIA DE CAPACITACIONES SOBRE EL COMERCIO JUSTO Y NORMAS AGRÍCOLAS EN SANTA ELENA. *Economía y Negocios*, 11(2), 13-26. <https://www.redalyc.org/pdf/6955/695578709002.pdf>

17. Gómez Villanueva, A. J., Rolong Ojito, G., & Therán Nieto, K. R. (2021). Procesos de regeneración urbana en asentamientos humanos informales en América Latina. *Estudios*, LIII(209), 759-776. <https://doi.org/https://doi.org/10.37230/CyTET.2021.209.09>

18. Horna Zegarra, I. E. (Abril - Septiembre de 2020). Perspectivas del financiamiento corporativo y el mercado de valores del Perú. *Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 10(19), 135-152. <https://doi.org/https://doi.org/10.17163/ret.n19.2020.08>

19. Insaurralde, N. (Mayo- Junio de 2023). La Gestión en Relación al Cliente (CRM), como Estrategia de Negocio en la Ciudad de Pilar, Paraguay. *Ciencia Latina*, 7(3), 5855-5872. https://doi.org/https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i3.6590

20. Lamy, B. (Enero-Junio de 2019). Sociología urbana: evolución y renacimiento. *Revista de Estudios Territoriales*, 21(1), 9-26. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=40158875002>

21. Lemoine, F., Delgado, Y., & Hernández, N. (2020). Análisis de la actividad comercial para la sostenibilidad en los negocios del cantón Sucre. *Revista Ciencias Administrativas*(15), 1-13. <https://doi.org/https://doi.org/10.24215/23143738e059>
22. Lindao, R., Panchi, N., & De La Hoz, B. (octubre de 2023). Historia del pensamiento económico y sus principales corrientes de la era preclásica. Una visión racional de las teorías económicas. *Revista Inv. & Neg.*, 16(28), 33-40. <https://doi.org/https://doi.org/10.38147/invneg.v16i28.199>
23. López, J. (Septiembre de 2022). La percepción de espacios públicos en Machala: Caso de estudio Mercado Central. *LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades*, 3(2), 297-312. <https://doi.org/https://doi.org/10.56712/latam.v3i2.85>
24. Medina, J., de la Garza, M., & Jiménez, K. (2011). COMPETENCIA EMPRESARIAL CON EL USO DE LA INFORMACIÓN Y LA TECNOLOGÍA. *Investigación Administrativa*(108), 7-17. <https://www.redalyc.org/pdf/4560/456045339001.pdf>
25. ONU HABITAT . (2016). *Regeneracion Urbana*. Madrid. https://unhabitat.org/sites/default/files/documents/2019-06/urban_regeneration.pdf
26. ONU-HABITAT . (11 de Noviembre de 2022). *ONU-HABITAT*. <https://onu-habitat.org/index.php/el-fenomeno-de-la-gentrificacion>
27. Ordaz Zubia, V. Y., Guadalupe Ayala, E., & Puy y Alquiza, M. J. (2021). Planificación urbana, barrios y creación de comunidad. *Revista Bitácora Urbano Territorial*, 31(3), 81-96. <https://doi.org/https://doi.org/10.15446/bitacora.v31n3.87331>
28. Ornés, S. (Enero-Junio de 2009). El urbanismo, la planificación urbana y el ordenamiento territorial desde la perspectiva del derecho urbanístico venezolano. *Revista de Ciencias Políticas Politeia*, 32(42), 197-225. <https://www.redalyc.org/pdf/1700/170014942008.pdf>
29. Paquette, V. C. (Noviembre de 2020). Regeneración urbana: un panorama latinoamericano. *Revista INVI*, 35(100), 38-61. <https://www.scielo.cl/pdf/invi/v35n100/0718-8358-invi-35-100-38.pdf>
30. Paquette, V. C. (Noviembre de 2020). Regeneración urbana: un panorama latinoamericano. *Revista INVI*, 35(100), 38-61. <https://doi.org/10.4067/S0718-83582020000300038>

31. Plasencia, J., Bajo, A., Marrero, F., & Nicado, M. (23 de 06 de 2023). LA GESTIÓN DE RIESGOS DE CUMPLIMIENTO CON ENFOQUE EN VALORES ORGANIZACIONALES: APLICACIÓN EN UN CASO DE ESTUDIO EN CUBA. *Vision de futuro*, 27(2), 1-24. <https://doi.org/https://doi.org/10.36995/j.visiondefuturo.2023.27.02.001.es>
32. Ríos, H., & Sánchez, A. (2021). Movilidad de ingresos en los sectores formal e informal en la Ciudad de México 2005-2019. *Análisis económico*, 36(91), 7-32. <https://www.redalyc.org/journal/413/41366246002/41366246002.pdf>
33. Rodríguez, L. G. (21 de 05 de 2015). El derecho y la paz transformadora. El sentido de la estructura social en Talcott Parsons. *Revistas Udem*, 123-140. https://revistas.udem.edu.co/index.php/Ciencias_Sociales/article/view/1567/1611
34. Rosas, J., Jiménez, P., & Calderón, J. (2022). *Movilidad y desarrollo urbano: una revisión de los factores estratégicos de su gobernanza y sostenibilidad*. Juárez: Universidad Autónoma de Ciudad Juárez. <https://erevistas.uacj.mx/ojs/index.php/estudiosregionales/issue/view/750/874>
35. Sánchez, G. (2020). Ciudades latinoamericanas entre mediados del siglo XIX y principios del XX: del Higienismo al Urbanismo. *Arquitectura y Urbanismo*, 41(2), 31-45. <https://www.redalyc.org/journal/3768/376864178004/376864178004.pdf>
36. Schatan, C., & Cabrera, C. (2020). *Política de desarrollo productivo en México*. Mexico: Friedrich-Ebert-Stiftung (FES). <https://library.fes.de/pdf-files/bueros/mexiko/17256.pdf>
37. Secretaria Nacional de planificación del Ecuador. (2024-2025). *Plan de Desarrollo para el nuevo Ecuador 2024 - 2025*. Ecuador. <https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/2024/02/PND2024-2025.pdf>
38. Silveira-Pérez, Y., & Sanabria-Navarro, J. R. (octubre-diciembre de 2022). Modelo de marketing internacional desde las funciones de la economía política para el comercio exterior. *Revista de ciencias sociales*, XXVIII(4), 137-156. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8703836>
39. Sornoza, G., Parrales, M., Sornoza, D., & Guaranda, V. (2018). Reforma económica China: de economía planificada a economía de mercado. *Revista Venezolana de Gerencia*, 23(83), 521-528. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29058775001>
40. Suárez, L., Vinueza, G., Suárez, B., & Toala, L. (Enero de 2022). La importancia de la regeneración urbano-arquitectónica como factor de recuperación social. *Revista UTEQ*, 5(1), 35-42. <https://doi.org/https://doi.org/10.18779/ingenio.v5i1.474>

41. Torres, P., Echeagaray, B., & Monteagudo, G. (15 de Enero de 2024). Eficiencia del Estado frente a la conurbación como formación de zonas urbanas. *KOINONIA*, 77-96. <https://doi.org/https://doi.org/10.35381/r.k.v9i1.3554>
42. Velasco, A., García, K., Martínez, L., & García, L. (2020). El ordenamiento urbano como estrategia del desarrollo sustentable. *Andamios*, 17(43), 291-317. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.29092/uacm.v17i43.776>

ANEXOS

Anexo N° 1. Modelo de encuesta aplicada



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA

Calidad, Pertenencia Y Calidez

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

CARRERA DE SOCIOLOGÍA

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS COMERCIANTES DEL MERCADO CENTRAL DE MACHALA							
Nombre del proyecto							
Objetivo							
Fecha				Género	M	F	Edad

1. FACTORES QUE INFLUYERON EN LA REGENERACIÓN URBANA DE MACHALA

1.1 ¿Cómo evalúa el nivel de ordenamiento en su área de trabajo dentro del mercado central?

- Muy ordenado: el espacio está bien estructurado y facilita el flujo de clientes
- Poco ordenado: la disposición y el flujo de clientes se ven obstaculizados
- Desordenado: el espacio carece de una estructura adecuada, lo cual dificulta la actividad comercial

1.2 ¿Actualmente existe desorden urbano en los alrededores del mercado central de Machala

- Si
- No
- No estoy seguro

1.2.1 En caso de responder SI, ¿Qué consecuencias del desorden urbano se han presentado en el entorno del mercado central? (seleccionar varias)

- Dificultades para estacionar
- Inseguridad
- Falta de señalización adecuada
- Ocupación indebida de espacios públicos
- Problemas de acceso para personas con discapacidad
- Ruido excesivo

1.3 ¿Qué medidas considera necesarias para mejorar la limpieza y salubridad en el mercado?

- Aumento en la frecuencia de limpieza

- Incremento de contenedores de basura
- Concientización de comerciantes y clientes
- Sanciones para incumplimientos
- Mejoramiento de la infraestructura de desagüe

1.4 ¿Cómo evalúa actualmente el estado de las condiciones de infraestructura en su lugar de trabajo en el mercado?

- Está en condiciones óptimas y no requiere mejoras
- Requiere mejoras menores para cumplir con estándares adecuados
- Está en condiciones deficientes y requiere una renovación completa

2. EFECTOS DE LA REGENERACIÓN URBANA EN LAS VENTAS COMERCIALES

2.1 ¿Considera que la falta de espacios de parqueo en los alrededores del mercado central afecta sus ventas?

- Afecta significativamente, reduciendo la afluencia de compradores
- Limita la concurrencia de algunos compradores
- No afecta, no limita la presencia de compradores

2.2 ¿Cómo ha impactado la competencia de locales externos al mercado en la comercialización y precio de sus productos?

- Ha impactado de manera negativa
- Ha impactado de manera positiva
- La competencia no ha tenido impacto en sus precios

2.3 ¿Considera usted que la posible reubicación del mercado central podría influir en su puesto de trabajo?

- Si
- No
- No Sabe

2.3.1 En caso de responder SI, ¿en qué le afectaría?

- Gastos adicionales
- Baja en los ingresos
- Pérdida de clientes

2.4 ¿La regeneración urbana ha contribuido a mejorar o reducir su nivel de ingresos mensuales?

- Si, han mejorado los ingresos
- Se han reducido los ingresos
- Todo sigue igual
- Prefiero no responder

2.5 ¿Qué acciones ha tomado para mitigar la reducción de ingresos en su negocio?

- Reducción de precios
- Diversificación de productos
- Mejora en la presentación de los productos
- Ampliación de horarios de atención
- Ninguna acción tomada

3. DESAFÍOS RELACIONADOS CON LA REUBICACIÓN DEL MERCADO CENTRAL

3.1 ¿Cuáles son los principales desafíos que enfrenta como comerciante debido a la regeneración urbana?

- Pérdida temporal de ingresos
- Disminución de clientes
- Inseguridad sobre la reubicación
- Adaptación a un nuevo entorno comercial
- Inestabilidad laboral
- Otros (¿cuál?) _____

3.2 ¿Cómo evalúa los cambios en la cantidad de clientes en su negocio desde la regeneración urbana?

- La cantidad de clientes se ha reducido
- Aumento en el número de clientes
- No he notado cambios

3.3 ¿Qué tipo de medidas de adaptación ha considerado implementar para el nuevo entorno comercial en caso de reubicación?

- Cambiar el tipo de productos ofrecidos
- Mejorar la presentación de los productos
- Ajustar los precios
- Capacitar al personal
- No he considerado la reubicación

4. ESTRATEGIAS DE ADAPTACIÓN DE LOS COMERCIANTES ANTE CAMBIOS URBANOS

4.1 ¿Qué medidas ha implementado para ajustarse a las nuevas regulaciones o estándares de calidad establecidas por la municipalidad?

- Capacitación en normativas y regulaciones
- Mejora del orden en los puestos de venta
- Diversificación de productos
- Cumplimiento de normas sanitarias
- Ninguna
- Otros (¿cuál?) _____

4.2 ¿Se han realizado capacitaciones o charlas sobre nuevas reglas o normativas por parte de las autoridades municipales?

- Sí
- No

4.3 ¿Qué medidas considera necesarias para mantener la estabilidad de su negocio frente a los cambios urbanos motivados por la regeneración?

- Apoyo financiero
- Capacitación en gestión empresarial
- Mejora en la infraestructura del mercado
- Apoyo en marketing y promoción
- Otros (¿cuál?) _____

4.4 ¿Las autoridades municipales le han brindado algún tipo de apoyo?

- Si Tipo de apoyo _____
- No ¿Por qué? _____

4.4.1 En caso de responder SI, ¿Cómo calificaría el apoyo recibido por parte de las autoridades locales durante este proceso?

- Excelente, el apoyo fue completo y oportuno
- Bueno, aunque hubo aspectos que podrían haberse mejorado
- Regular, no fue suficiente para resolver todos los problemas
- Malo, el apoyo fue escaso y no fue de gran ayuda

Anexo N° 2. Modelo de entrevista aplicada al representante del mercado



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA

Calidad, Pertenencia Y Calidez

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

CARRERA DE SOCIOLOGÍA

ENTREVISTA PARA EL REPRESENTANTE DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO CENTRAL DE MACHALA							
Nombre del proyecto							
Fecha				Género	M	F	Edad
Nombre							

1. ¿Cómo describiría los cambios más significativos que ha observado en el mercado central tras la regeneración urbana?

2. ¿Ha observado casos de comerciantes que se hayan visto forzados a abandonar sus puestos en el mercado debido a los cambios generados por la regeneración urbana, y cuáles considera que son las principales causas de esta situación?

3. ¿Cómo evalúa el apoyo y la comunicación de las autoridades hacia los comerciantes durante el proceso de regeneración urbana?

4. ¿Considera que los comerciantes fueron tomados en cuenta en el proceso de planificación de la regeneración urbana?

5. ¿Qué mecanismos o instancias de diálogo han utilizado los comerciantes para expresar sus preocupaciones sobre la posible demolición del mercado, y cómo evalúa la receptividad de la municipalidad ante estas inquietudes?

Anexo N° 3. Modelo de entrevista aplicada al representante del mercado central de Machala



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA

Calidad, Pertenencia Y Calidez

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

CARRERA DE SOCIOLOGÍA

ENTREVISTA DIRIGIDA AL JEFE DE POLÍCIA MUNICIPAL							
Nombre del proyecto							
Fecha				Genero	M	F	Edad
Nombre							

<p>1. ¿Cómo ha impactado la regeneración urbana en la seguridad y el orden público en el entorno del mercado central?</p>
<p>2. ¿Se ha registrado algún desplazamiento de comerciantes en el mercado central a raíz de la regeneración urbana, y qué medidas de apoyo o reubicación ha considerado la municipalidad para estos casos?</p>
<p>3. ¿Ha habido conflictos o desacuerdos entre comerciantes y las autoridades durante la implementación del proyecto de regeneración? ¿Cómo se gestionó?</p>
<p>4. ¿Estuvo involucrada la policía municipal en algún proceso de consulta o diálogo con los comerciantes antes de implementar los cambios de la regeneración urbana en el mercado?</p>
<p>5. ¿Qué protocolos o medidas de mediación ha implementado la policía municipal para gestionar posibles conflictos o tensiones entre los comerciantes y la municipalidad respecto a la demolición del mercado?</p>

Anexos N° 4. Modelo de entrevista aplicada al representante del mercado



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA

Calidad, Pertenencia Y Calidez

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

CARRERA DE SOCIOLOGÍA

ENTREVISTA DIRIGIDA A LA DIRECTORA DE MERCADOS							
Nombre del proyecto							
Fecha				Género	M	F	Edad
Nombre							

1. ¿Qué modificaciones o nuevas normativas en los permisos y regulaciones se han implementado debido a la regeneración urbana, y cómo se han comunicado estas medidas a los comerciantes para facilitar su adaptación?

2. ¿Han surgido nuevas condiciones o requisitos para obtener o mantener los permisos en el mercado tras la regeneración urbana?

3. ¿Cómo podrían colaborar las autoridades y los comerciantes para mejorar su relación y minimizar el impacto socioeconómico en el mercado debido a la regeneración urbana?

4. ¿Participó su dirección en algún proceso de consulta o recolección de opiniones de los comerciantes antes de definir las nuevas normativas y regulaciones derivadas de la regeneración urbana?

5. ¿Existen procedimientos específicos dentro de su dirección para atender las preocupaciones o quejas de los comerciantes relacionados con la posible demolición del mercado, y cómo se garantiza una comunicación efectiva en estos casos?

Anexos N° 5. Modelo de guía de observación aplicada



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA

Calidad, Pertenencia Y Calidez

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

CARRERA DE SOCIOLOGÍA

Guía de observación				
Nombre del proyecto				
Observadores				
Lugar		Fecha		

ASPECTOS A OBSERVAR	DESCRIPCIÓN	INTERPRETACIÓN