

UCUENCA

Universidad de Cuenca

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Carrera de Sociología

Repensando el espacio desde prácticas socio-espaciales de vendedores ambulantes en calles aledañas al Mercado Municipal 9 de octubre de la ciudad de Cuenca


Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Licenciada en Sociología

Autor:

Nathaly Elizabeth Orden Verdugo

Director:

Luis Emilio Martínez Rodríguez

ORCID:  0000-0003-0302-2427

Cuenca, Ecuador

2024-03-25

Resumen

La presente investigación busca comprender el comercio ambulante como un factor determinante en la producción social del espacio, siguiendo el concepto planteado por Lefebvre y los aportes de la sociología espacial. Debido a la fuerte presencia de comerciantes ambulantes a lo largo de las calles de la ciudad de Cuenca en especial del sector 9 de octubre, resulta importante investigar ¿Cómo las prácticas económicas de vendedores ambulantes desde una perspectiva socioespacial producen el espacio urbano en la zona del Mercado 9 de octubre en la ciudad de Cuenca? Pensando el espacio público desde quienes lo habitan, experimentan e interactúan en su vida cotidiana. La tesis tiene como objetivo analizar y describir la producción social del espacio urbano mediante las prácticas de vendedores ambulantes en los alrededores del Mercado 9 de octubre en la ciudad de Cuenca. Para esta investigación se diseñó una estrategia metodológica desde el enfoque cualitativo e interpretativo bajo la modalidad de Análisis de Caso, y se trabajó con observación no participante y entrevista semi-estructurada. Con el fin comprender y (re)pensar el espacio urbano desde la percepción y prácticas de vendedores ambulantes de la ciudad, y aportar a nuevos debates sobre las formas de habitar el espacio público.

Palabras Clave: espacio urbano, producción social, comercio popular

Abstract

This research seeks to understand street commerce as a determining factor in the social production of space, following the concept proposed by Lefebvre and the contributions of spatial sociology. Due to the strong presence of street vendors along the streets of the city of Cuenca, especially in the 9 de octubre sector, it is important to investigate how economic practices of street vendors from a socio-spatial perspective produce the urban space in the area of the 9 de octubre market in the city of Cuenca? Thinking about public space from the perspective of those who inhabit, experience and interact in their daily lives. The thesis aims to analyze and describe the social production of urban space through the practices of street vendors in the surroundings of the 9th of October Market in the city of Cuenca. For this research, a methodological strategy was designed from the qualitative and interpretive research methodology approach under the modality of Case Study, and we worked with non-participant observation and semi-structured interview. In order to understand and (re)think urban space from the perception and practices of street vendors in the city, and contribute to new debates on the ways of inhabiting public space.

Key words: urban space, social production, popular trade

Índice de contenido

Introducción.....	8
Estudios sobre espacio público-urbano y comercio ambulante.....	10
Marco Teórico.....	14
Herramientas conceptuales.....	14
Producción social del espacio y prácticas socio-espaciales.....	15
Espacio público y centralidad.....	19
Comercio ambulante.....	21
Metodología.....	24
Ética de investigación.....	26
Contexto del comercio ambulante en el sector 9 de octubre.....	26
Discusión de Resultados.....	34
1. Puntos de anclaje, prácticas socioespaciales y producción social del espacio urbano.....	34
2. Disputa por la centralidad del espacio público urbano en la ciudad de Cuenca.....	41
Conclusiones, recomendaciones y limitaciones.....	52
Referencias.....	55
Anexos.....	61
Anexo A. Instrumento de Observación.....	61
Anexo B. Guía de Entrevista-Comerciantes Ambulantes.....	64
Anexo C. Guía de Entrevista-Comerciantes Establecidos.....	65
Anexo D. Guía de Entrevista-Residentes Sector 9 de octubre.....	66
Anexo E. Dictamen de aprobación CEISH y Consentimiento informado.....	68

Índice de figuras

Figura 1. Tríada del espacio (Lefebvre, 2013).....	17
Figura 2. Producción Social del Espacio y su relación con el espacio público y comercio ambulante.....	23
Figura 3. Mercado Municipal 9 de octubre.....	27
Figura 4. Plaza Rotary en la actualidad.....	28
Figura 5. Día Jueves de Feria- Calle Antonio Vega Muñoz.....	30
Figura 6. Comerciantes en la Calle Antonio Vega Muñoz.....	31
Figura 7. Locales comerciales en la calle Antonio Vega Muñoz.....	31
Figura 8. Comerciantes ubicados a las afueras de una casa en la Calle Vega Muñoz.....	32
Figura 9. Guardia Ciudadana en Operativo Sector 9 de octubre.....	32
Figura 10. Transeúntes al nivel de la parada de bus en la calle Vega Muñoz.....	33
Figura 11. Mapa sector 9 de octubre y puntos referenciales para el comercio ambulante...	36
Figura 12. Cooperativa JEP agencia 9 de octubre. Cuenca-Ecuador.....	37
Figura 13. Parada de bus Calle Antonio Vega Muñoz.....	38
Figura 14. Mapa del lugar de estudio y relación con el centro de la ciudad.....	42
Figura 15. Gráfico de relaciones e interacciones entre actores en el espacio.....	45

Índice de tablas

Tabla 1. Listado de informantes y códigos asignados respectivamente.....	25
---	----

Dedicatoria

Dedico este trabajo a cada una de las personas que me han acompañado en todo mi proceso de formación académica, en especial a mis padres Olga Verdugo y Luis Alfredo Orden, quienes con su arduo esfuerzo y cariño han sido mi inspiración para seguir adelante cada día y han estado a mi lado en cada logro durante mi vida.

Finalmente, dedico el presente trabajo a mis hermanos, sobrinos y demás familiares, por todo el apoyo y amor que me han brindado en todo momento.

Nathaly Elizabeth Orden Verdugo

Agradecimientos

En primer lugar, quiero expresar mi gratitud al Soc. Luis Emilio Martinez por acompañarme durante todo este tiempo como tutor de tesis y por confiar en mi trabajo. Gracias Emilio por su guía y dedicación constante que han sido esencial y de gran ayuda para la elaboración de este trabajo.

De igual manera expreso mi gratitud a cada una de las personas que participaron como informantes en el presente trabajo de titulación. Mil gracias por sus experiencias, memorias y tiempo que compartieron conmigo.

Gracias amigos y amigas, en especial a Felipe, Mel, Liss, Nico y Sebas. La universidad me ha dado la oportunidad de conocer a personas maravillosas como ustedes, y sin duda todos estos años juntos en la carrera aportaron significativamente en mi vida tanto en los buenos momentos como en los momentos cuando el estrés se apodera de nuestros cuerpos. Les deseo mucho éxito colegas.

Nathaly Elizabeth Orden Verdugo

Introducción

La zona aledaña al Mercado Municipal 9 de octubre, considerada como parte del espacio público urbano de la ciudad de Cuenca, ha sido considerada por varias décadas un punto de referencia clave para el comercio. Sin embargo, abarca distintos procesos sociales, siendo uno de los más importantes la fuerte aglomeración de actividades comerciales y económicas, la más observable: el comercio ambulante. Las calles adyacentes al Mercado 9 de octubre se ven llenas de legumbres, hortalizas, frutas, verduras, comida, artefactos electrónicos y ropa que se ofrecen por los comerciantes ambulantes de la zona día tras día.

El comercio ambulante se ha convertido como varios académicos y analistas lo plantean; la “opción de subsistir”, para las personas de la ciudad de Cuenca y del resto del país, lo que se ha intensificado a raíz de la pandemia (El Mercurio, 2023). Si bien es cierto que la pandemia del COVID-19 alteró cada aspecto de nuestras vidas, también alteró el paisaje urbano, al impulsar nuevas necesidades económicas y el uso de espacios públicos para desarrollar estas actividades (Alarcón & Muñoz, 2019). En consecuencia, los vendedores ambulantes establecen nuevos espacios para la actividad comercial a través de los atributos del paisaje urbano como plazas, calles, paradas de bus, avenidas, parques, etc. (Cysek y Pabich, 2021).

En el centro de la ciudad, los alrededores del Mercado 9 de Octubre se convierte en la zona con más presencia de comercio ambulante/informal de la ciudad. Actividad y práctica económica que se presenta con más intensidad los días jueves y domingos, conocidos comúnmente como “días de feria” en el sector aledaño al mercado. Según la ENEMDU el 50.6% de la población ecuatoriana pertenece al sector económico informal, en donde se inscribe el comercio ambulante, siendo el 39.4% en el área urbana en el año 2022 en contraste con el 38.7% del 2021. A nivel provincial, en el Azuay la población con empleo informal ha incrementado del 44,7% en el 2021 al 46.7% en el 2022 (INEC, 2022), esto significa que ha crecido dos puntos porcentuales respecto al año anterior.

La presencia de vendedores ambulantes en sectores estratégicos de la ciudad de Cuenca como lo son el centro histórico, mercados, plazas y sus alrededores ha incrementado de forma muy acelerada los años posteriores a la pandemia debido a que son lugares muy transitados todos los días y se los considera como centros de comercialización y fuente de ingresos. El diario El Mercurio informa:

“Legumbres, cárnicos, frutas, mariscos, comida e incluso ropa, es lo que se encuentra en los exteriores del mercado Nueve de Octubre. Las ventas se han

tomado esta plaza y sus calles aledañas, por lo que se han hecho operativos de control para tratar de frenar esta situación. Para los comerciantes informales, salir a recorrer las calles se ha convertido en la única solución para generar ingresos; pues la situación ha empeorado a consecuencia de la pandemia” (Mercurio, 2021).

Según la información de la Dirección de Mercados de la ciudad de Cuenca, tras la pandemia se cuenta con más de 8.300 comerciantes autónomos en toda la ciudad (Villota et al., 2023).

Se calcula que existen al menos 3.200 comerciantes informales en las calles, en su mayoría en las calles aledañas al Mercado Municipal 9 de Octubre según el Diario El Mercurio (Campoverde, 2023). Especialmente las calles Mariano Cueva y Antonio Vega Muñoz, donde más flujo de comerciantes informales se asientan a nivel del centro histórico de la ciudad.

A raíz de lo planteado anteriormente, se sabe que el espacio público urbano es un espacio de disputa y foco de múltiples intervenciones por parte de autoridades municipales y la creación de políticas públicas. Por lo que es imposible separarlo de la vida cotidiana de los sujetos que día a día lo habitan y viven. Entre los actores clave del espacio público urbano, se encuentra el caso de los comerciantes ambulantes, quienes son los principales afectados por la regulación de los mercados y comercio en el espacio público.

Con la presente investigación se busca entender al comercio ambulante como un factor determinante en la producción social del espacio, siguiendo el concepto planteado por Lefebvre; en particular del espacio público urbano. En especial analizar las prácticas comerciales de comerciantes ambulantes desde una perspectiva socio espacial en el contexto de la zona aledaña al Mercado Municipal 9 de octubre en la ciudad de Cuenca.

Mediante la modalidad de Análisis de Caso, con enfoque cualitativo, se aborda el caso de comerciantes ambulantes ubicados en las calles Mariano Cueva y Antonio Vega Muñoz, calles aledañas al Mercado Municipal 9 de octubre de la ciudad de Cuenca y que en cierto sentido el Mercado juega un papel fundamental para el ejercicio del comercio en el sector.

La investigación tiene como principal objetivo analizar y describir cómo la actividad económica de vendedores ambulantes que se ubican en calles cercanas al mercado y plaza 9 de octubre, y sus prácticas forman parte del espacio en donde realizan sus actividades, que a la vez contribuye a la producción social y construcción simbólica del espacio urbano.

Así se busca dejar de lado las limitaciones de la visión positivista del espacio o las idealizaciones del espacio público urbano. Es decir, dejar de enfocarse en su parte material,

física, geográfica y lo incluyente que connota el sentido de lo “público” (Crossa, 2018). Sino que se comprende desde su dimensión más importante para la producción y reproducción de la sociedad en sí. Su dimensión social desde las experiencias propias e interacciones de actores sociales del espacio urbano de la ciudad de Cuenca mediante puntos de anclaje¹ para el comercio, entendidos como puntos espaciales que posibilitan la circulación de mercancías.

En este sentido partiendo de la identificación de una problemática mediante la observación de una realidad en concreto, que es la presencia de comerciantes ambulantes en lo que se considera como espacio público en el sector 9 de octubre, se presta para una revisión profunda de la literatura existente y que contribuyó a la formulación de la pregunta de investigación:

- **¿Cómo las prácticas económicas de vendedores ambulantes desde una perspectiva socioespacial producen el espacio urbano en la zona del Mercado 9 de octubre en la ciudad de Cuenca (2023)?**

Objetivos:

Objetivo General: Analizar la producción social del espacio urbano mediante las prácticas de vendedores ambulantes en los alrededores del Mercado 9 de octubre en la ciudad de Cuenca.

Objetivos específicos:

OB.E1: Describir las características socioespaciales de las prácticas de vendedores ambulantes en las calles aledañas al Mercado Municipal 9 de Octubre.

OB.E2: Describir cómo las prácticas de vendedores ambulantes producen socialmente las calles aledañas al Mercado Municipal 9 de Octubre.

Estudios sobre espacio público-urbano y comercio ambulante

El siguiente apartado teórico presenta un abordaje y revisión de literatura sobre el fenómeno presentado denominada “Estudios sobre espacio público-urbano y comercio ambulante”, lo que permite tener una visión más amplia de la relación entre el espacio público y comercio ambulante desde varias perspectivas, tanto a nivel de otros países como estudios en Ecuador. Con el fin de destacar aquellas investigaciones que aporten al presente estudio

¹ El término “punto de anclaje” fue contribución del docente Emilio Martínez, con la finalidad de describir aquellos puntos estratégicos para la circulación y flujo, tanto de personas como de mercancías en el contexto urbano en relación al comercio ambulante.

sobre el comercio ambulante como un factor determinante y presente en los espacios públicos urbanos, que a la vez implica un vínculo entre prácticas; interacciones; luchas; disputas entre agentes sociales y lo característico del contexto urbano como lo es la centralidad.

El espacio ha sido objeto de estudio de distintas áreas de estudio, en especial, en ciencias como la arquitectura y urbanismo. Sin embargo, desde lo social se lo ha abordado desde la sociología misma, la antropología y la geografía humana, en medida que el espacio constituye parte fundamental para la articulación de la sociedad y de la vida social en sí (Kuri, 2013, p.71).

El comercio ambulante ha estado ligado desde sus inicios con la perspectiva y esfera de la informalidad en el trabajo. Para Rabossi en “Los caminos de la informalidad”, la informalidad y sus prácticas están en la calle, vista como una elemento para definir y a la vez para auto definirse (Rabossi, 2019, p.1). El crecimiento de actividades informales sobre todo de carácter comercial en el espacio urbano de las ciudades radica en lo que Rabossi (2019) cataloga como “oportunidades informales” que se encuentran en los atributos de la urbanidad, tales como la no regulación de la propia venta ambulante en espacios públicos (Alarcón y Muñoz, 2019).

Investigaciones realizadas en distintos países de Latinoamérica revelan que hay una fuerte relación y conexión funcional entre el espacio público y el fenómeno del comercio ambulante. La actividad y prácticas de las personas que se dedican al comercio ambulante en espacios públicos, dependen de las formas de apropiación y uso del espacio, el cual representa un recurso indispensable para el desarrollo de sus actividades comerciales (Trujillo, 2021, p.2). Así los mecanismos que dan paso al desarrollo de sus actividades de vendedores en el espacio público-urbano, identificados en la investigación de Trujillo López (2021) en una zona centro de México, se dan por mecanismos colectivos. Es decir por su sentido de organización y el hecho de estar agremiados a asociaciones. Los vendedores ambulantes materializan sus actividades y prácticas de la vida cotidiana en los espacios de uso público como vías, calles, parques o plazas; lo que genera un cambio en la imagen urbana de los mismos y a la vez re-configura el significado del espacio vivido, en términos de Lefebvre, por distintos agentes sociales (Rámirez Kuri, 2010). La forma en que el espacio público es percibido se diferencia según las visiones propias de cada grupo social o sector, en este caso los vendedores ambulantes, que hacen uso de acuerdo a sus intereses (Pérez, 2004, p.29).

Es así que Jaramillo (2007) en su estudio “Comercio y Espacio Público” investiga sobre cómo el espacio público se convierte a la vez en un espacio de “disputa” por varios actores, especialmente en el caso de una organización de ambulantes ubicados en una parte central de la ciudad de México. Las prácticas de este grupo de ambulantes responden a la limitación económica, señala la autora, lo que conlleva a la utilización de estos espacios (p.137).

La autora señala que el sentido de organizarse, es lo que permite y garantiza a este grupo de vendedores la conservación de sus espacios de venta e intercambio lo que a su vez asegura su sustento material (p. 151). En el libro de Emilio Duhau y Angela Giglia *Las reglas del desorden: habitar la metrópoli*, el comercio en vía pública es sostenido por la organización de distintos gremios de comerciantes, especialmente por sus líderes que son quienes mantienen y dan acceso a sus agremiados a distintas partes del espacio público para realizar su actividad comercial (Duhau & Giglia, 2008, p.524).

Estudios en Bolivia como el de Bailey (2020) brinda una imagen de la realidad en varios espacios públicos que pertenecen la ciudad de Sucre en Bolivia, sobre todo los que tienen conexión con mercados importantes y grandes centros de abastecimiento de la zona y sus calles aledañas, los cuales se encuentran invadidos por el comercio ambulante en vías públicas. En los mercados que se estudiaron se identificó que más del 80% de los tipos de comerciantes ubicados en las calles aledañas, prefieren las aceras para realizar su trabajo. Por lo que el autor concluye que la presencia y asentamiento de diferentes vendedores ha rebasado la capacidad de control y organización por parte de autoridades públicas a través de negociaciones por el espacio (p. 31-32).

Ojeda y Pino (2019) ofrecen un análisis socio-espacial de la apropiación del espacio público por vendedores ambulantes en Chile, lo que demuestra que la venta ambulante es de los fenómenos más explícitos de los entornos urbanos de las ciudades. Los autores concluyen también que el “street vending” o el comercio ambulante sigue siendo parte vital de las economías del sur. Partiendo de este contexto y de tales antecedentes, el espacio público se convierte a la vez en el principal escenario para las interacciones tanto sociales, espaciales, como económicas que abarca el comercio en las calles, consideradas como espacios públicos.

El tema de “centralidad” es vital para el desarrollo de las actividades de vendedores ambulantes sobre todo por las características de la ubicación. Los autores citan a Bromley & Mackie (2009) quienes abordan temas referentes a la centralidad, y cómo los enlaces del transporte público y el fuerte movimiento peatonal se convierten en principales atributos para el asentamiento de vendedores ambulantes. De igual manera, la investigación realizada por Yilun Liu & Yuchen Liu (2022) en China, mediante la investigación espacial concluyen que los factores más influyentes en la aglomeración de vendedores ambulantes es la alta densidad poblacional que ofrecen los conocidos centros de las ciudades (Liu & Liu, 2022).

En el contexto de Ecuador, investigaciones como la de Middleton (2003) en el caso de estudio de Quito, plantea que el paisaje urbano de las ciudades, sobre todo de sus centros históricos se ven envueltos de significados y propósitos, y que a la vez son el producto de una transformación social, política y económica entre varios grupos sociales, quienes manifiestan su derecho a la ciudad como lo son los vendedores en las calles, las autoridades municipales, y quienes se encargan de la planificación urbana de la ciudad. Del mismo modo, Muñoz Remache (2019) en una investigación sobre el comercio informal en un parque de Quito, permite conocer como el espacio público, por el mismo hecho del carácter “público” posibilita e incita a la aglomeración de actividades comerciales, entre ellas el comercio informal. En el caso del parque La Carolina en relación al comercio informal se identifican patrones específicos dados de forma tanto individual como colectiva de los propios comerciantes. Por ejemplo, la localización del comercio informal, el sentido de pertenencia y asociatividad, y la coyuntura actual que determina espacio y tiempo de cada fenómeno. La investigación de Quispe et al. (2020), por otro lado añade a la discusión sobre informalidad, la actividad informal tiene su foco de mayor flujo en los alrededores de los mercados, en el caso de ciudades intermedias. Los mercados, se convierten en centros de atracción de comerciantes.

Volviendo al enfoque del presente trabajo de titulación, investigaciones como las de Crossa (2018) son importantes debido a que la autora analiza el comercio ambulante como una de las problemáticas urbanas más recurrentes en el centro histórico de una ciudad de México en los últimos años. No sólo analiza el papel del Estado mexicano en la problemática del comercio, si no que a través de un análisis sociológico y etnográfico se enfoca en las prácticas de comerciantes ambulantes, en 2 casos de estudio, y de los demás actores que interactúan y habitan estos espacios. Donde las prácticas de resistencia y organización

entre grupos de comerciantes frente a la lucha por el espacio son las más presentes. Prácticas como los plantones o marchas para defender su trabajo, u otras como el “toreo”, el cual consiste en optar por carretas para movilizarse más rápido en caso de la presencia de autoridades de control en los espacios públicos del centro histórico de la ciudad (Gutiérrez Meave, 2020, p.3).

A través de los estudios mencionados anteriormente se puede observar cómo el comercio ambulante se relaciona directamente con el espacio público generando disputas tanto sociales como espaciales en el mismo. Y cómo los temas de centralidad y cercanía a mercados de abastecimiento (Bailey, 2020) de las ciudades son el foco del asentamiento de vendedores ambulantes debido a la gran influencia comercial y atracción que poseen los espacios urbanos. O los estudios empíricos de Crossa Niell (2018) que con aportes de la sociología, antropología y el “giro espacial” resalta la importancia de entender el espacio como un espacio vivido, habitado, que es negociado y resiste por medio de las prácticas, relaciones e interacciones de la vida cotidiana de los sujetos que lo conforman (Barbosa Cruz, 2021, p.1497). Es decir, aquellas prácticas y representaciones del espacio público que posibilitan el vivir y dar significado al mismo tomando en cuenta la posición de diferentes actores que lo habitan (Duhau & Giglia, 2008, p. 21).

Lo que demuestra que a través de las prácticas y actividades económicas de estos actores dan sentido y significados a los espacios considerados como públicos y a la vez aportan a la producción social de los mismos.

Marco Teórico

Herramientas conceptuales

Para el análisis de la problemática identificada es importante retomar los debates sobre el espacio y el mundo social, los mismos que se inscriben en el llamado “giro espacial en las ciencias sociales”. Razón por lo que es necesario abordar los principales postulados de la sociología del espacio y su relación con uno de los componentes más influyentes del mundo social y de la vida urbana/cotidiana, como lo es el comercio ambulante. Con la ayuda de bibliografía que sustente y deje de lado las limitaciones de la visión positivista del espacio; es decir, dejar de enfocarse en su parte material, física y geográfica. Si no que se comprende desde su dimensión más importante para la producción y reproducción de la sociedad en sí, su dimensión social.

Partiendo de que lo social es también espacial y viceversa; este apartado se enfoca en las principales categorías teóricas sobre producción social del espacio, prácticas

socio-espaciales, comercio ambulante, y su relación con el espacio público-urbano y centralidad. Desde Rochefort (1963) que postula que primero es lo social, y luego lo espacial no hay manera de interpretar el “espacio construido, vivido y experimentado” en sí, en tanto no se empieza por quienes lo viven y experimentan (p.19). Es importante revisar las siguientes categorías teóricas, que son importantes para comprender el comercio ambulante desde una perspectiva socio espacial: producción social del espacio; espacio público; centralidad; prácticas socio espaciales y comercio ambulante.

Producción social del espacio y prácticas socio-espaciales

A partir del giro espacial en las ciencias sociales en los años 90, el espacio se vuelve una categoría relevante, sobre todo, en la teoría social de la época. Así una de las categorías fundamentales del interés sociológico es lo socio-espacial, dado que se reconoce que lo social es también espacial y viceversa; es decir, los fenómenos sociales ocurren y se producen en un espacio determinado. Desde este punto de vista, los estudios sobre el espacio y su producción son vitales para la comprensión del mundo social, en tanto este se comprende por estructuras materiales e interacciones y prácticas sociales de quienes lo habitan (Berger, 2022).

Dentro de la sociología nos preguntamos cuánto importan los espacios en el mundo social, cómo se producen, cómo está formado y cómo influyen en la formación de actores sociales. Citando a Massey para la sociología espacial, el espacio “es el producto de interrelaciones en constante construcción” (Massey, 2005). Fuller y Löw (2017) al hablar de una sociología espacial plantean que se busca comprender y describir estas relaciones socio-espaciales que se ven presentes en la producción, reproducción y transformación del espacio (Fuller & Löw, 2017). Más que un sentido ontológico del espacio, la sociología espacial permite profundizar en investigaciones sobre qué hace el espacio, cómo se forma y a la vez da forma.

Para Lefebvre la producción del espacio, sobre todo de un espacio social, indica una nueva forma de concebir el espacio, desde la producción, ya no sólo de bienes materiales en el espacio, si no de ahora una producción de relaciones, ideas, interacciones que hacen posible la vida social (Lefebvre, 1974). De esta manera, el espacio en sí influye en la vida social en cuanto el mismo es producido por prácticas sociales, visto “(...) como producto social, con un lento deslizamiento a la concepción de espacio vivido, experimentado y el espacio construido socialmente” (Araya Ramírez, 2018, p.557). En teoría, el espacio es un producto de la acción social, prácticas, relaciones y experiencias sociales de cada sociedad

(Martínez, 2015, p. 215). Las estructuras espaciales influyen en la vida social y a su vez están formadas por acciones sociales. Por lo tanto, es vital para la sociología reconocer la importancia de las relaciones espaciales para contribuir a su construcción teórica (Berger, 2022).

Al hablar de la producción del espacio, Lefebvre lo ve como un proceso que se relaciona estrechamente con el objeto, que es el propio espacio social producido (Baringo Ezquerria, 2013, p.122). Tomando en cuenta, la relación que tiene a la vez con la *praxis* como transformadora de relaciones sociales y de espacios sociales (L'Huillier, 2022). Por lo tanto, “lo espacial deviene social” en el sentido que cualquier actividad del ser humano que transforme su medio, es espacial (L'Huillier, 2022,). Martínez Lorea (2013) ha sintetizado de esta manera el pensamiento de Lefebvre, “*no hay relaciones sociales sin espacio, de igual modo que no hay espacio sin relaciones sociales*” (p.14) (Citado en Espinosa & Contijoch, 2021, p. 54).

El espacio es un elemento activo para la comprensión de relaciones y prácticas sociales que se especializan, transformando así la percepción de la imagen urbana a través del significado, en términos de Lefebvre (2013), del espacio vivido por diferentes grupos y actores sociales (Ramírez Kuri, 2015). Entonces: “(...)no es posible interpretar el espacio vivido, concebido y percibido sin tomar en cuenta quien lo vive, concibe, percibe y experimenta” (Rocheffort, 1963 en Lindón, 2020).

De la misma manera, Lefebvre en su obra “La producción del espacio” (1974) ofrece una dialéctica para comprender el espacio físico-mental-social, lo que nos brinda una visión más amplia de la realidad social-espacial.

“El espacio es un producto social, fruto de las determinadas relaciones de producción que se están dando en un momento dado, así como el resultado de la acumulación de un proceso histórico que se materializa en una determinada forma espacio-territorial” (Baringo Ezquerria, 2013, pg.123).

Para comprender lo que Henri Lefebvre postula como “*la tríada del espacio*”:

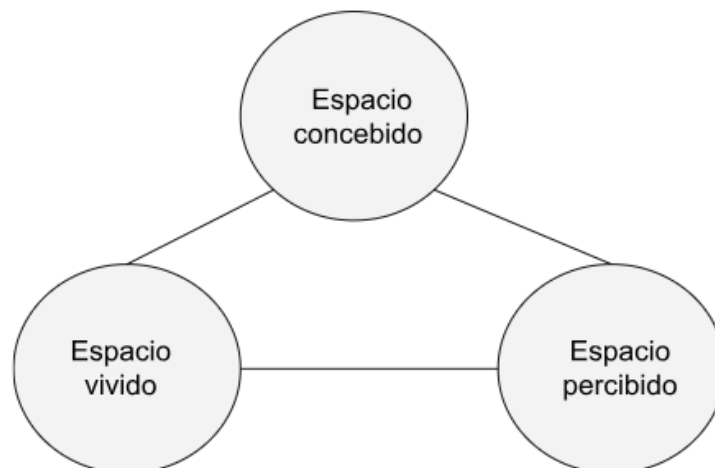


Figura 1. Tríada del espacio (Lefebvre, 2013).

Fuente: Elaborado por el autor

Estos tres pilares son fundamentales para comprender la producción social del espacio que postula el enfoque de Lefebvre y lo revisaremos a continuación según la revisión de Baringo Ezquerria (2013):

- *Espacio concebido*: son todas aquellas representaciones del espacio que comúnmente se las visualiza a través de mapas, planos técnicos, signos, códigos usados y producidos por especialistas sobre todo urbanos (Lefebvre, 1974).
- *Espacio vivido*: es aquel espacio experimentado directamente por sus habitantes a través de símbolos e imágenes. Este espacio, a diferencia del físico, se refiere al uso simbólico de los elementos que lo componen (Lefebvre, 1974).
- *Espacio percibido*: comprende las prácticas espaciales, integra la relaciones sociales de producción y reproducción, la interacción entre diferentes grupos y la vida cotidiana (Lefebvre, 1974).

La producción social del espacio es para el autor un proceso histórico que relaciona las prácticas espaciales que de forma objetiva se dan en un espacio, a la vez las representaciones simbólicas que se producen en relación a ese espacio o el “imaginario social” que genera (Baringo Ezquerria, 2013, p.123). De este modo, para entender el espacio vivido en términos de Henri Lefebvre (1974) las experiencias espaciales y prácticas sociales son las que permiten a los habitantes o usuarios configurar el habitar y la vida cotidiana, tanto materialmente como simbólicamente y socialmente (Lindón, 2020, p.21).

Prácticas socio-espaciales

Pierre Bourdieu en su teoría de la praxis analiza las prácticas sociales para complementar lo que el autor plantea como *habitus* y *campo*; entonces: La práctica se relaciona directamente con el *habitus* en tanto expresan a través del mismo, corporalmente los factores estructurales de la vida cotidiana (Ariztía, 2017, p. 233). Mientras que autores como Giddens en la teoría de la estructuración define a las prácticas sociales como “un aspecto constitutivo de la vida social sobre la cual se generan y operan las estructuras sociales” (Ariztía, 2017, p.223). De este modo el autor analiza cómo el orden socio espacial es traducido en el compartimiento del cuerpo y la práctica a través del *habitus*, que comprende un conjunto de prácticas sociales que reproducen estructuras existentes (Löw, 1999, p.114).

La vida social está constituida por prácticas sociales que a la vez construyen el espacio. “Toda práctica social contiene dimensiones espaciales” (Crang y Thrift, 2000). La dimensión socio-espacial, entonces, se da por la capacidad de agencia de los humanos, siendo este espacio el producto de una constante construcción de relaciones (Massey, 2005). Así podemos aportar que la presencia de agentes sociales dentro de un espacio influye en la constitución de lo socio-espacial, a través de percepciones y prácticas.

De Certeau (2014) postula que las formas de hacer están intrínsecamente basadas en la creatividad cotidiana y constituyen infinitas prácticas de las cuáles los usuarios se re-apropian del espacio (De Souza, 2020). Entendiendo a la reapropiación como el proceso de dar otro uso, uno distinto al original.

A través de estas prácticas, el espacio adquiere una nueva connotación:

“una construcción social y un elemento activo en la comprensión de relaciones y prácticas sociales que se especializan, transformando tanto la estructura, la forma y la imagen urbana como las actividades humanas y el significado de la ciudad vivida por grupos y actores sociales diferentes” (Ramírez Kuri, 2010, p.21).

El espacio es un elemento activo para la comprensión de relaciones y prácticas sociales que se especializan, transformando así la percepción de la imagen urbana a través del significado, en términos de Lefebvre (2013), del espacio vivido por diferentes grupos y actores sociales (Ramírez Kuri, 2015).

En el análisis espacial en las ciencias sociales, se dice que el espacio en sí deviene lugares. La construcción de lugares se da gracias a las prácticas socio-espaciales y la

propia subjetividad espacial (Araya Ramírez, 2018) de los actores sociales que se relacionan en tal espacio. La autora señala que:

“(…)Estas prácticas remiten a las formas de habitar la ciudad de acuerdo a las actividades cotidianas de sus residentes relacionadas al ámbito doméstico, laboral, de estudio, el consumo, recreativas, deportivas y de transitar expresadas en su corporalidad y espacialidad” (Araya Ramírez, 2018, p.556).

Dentro de la visión constructivista de la geografía espacial “(…)la comprensión de la realidad muestra que las personas construyen el territorio por medio de las prácticas socioespaciales” (Lindón, 2012, p.599 Citado en (Araya Ramírez, 2018, p.558).

Así pues, el concepto de espacio social y lugar aportan elementos para comprender las relaciones que dan vida a las prácticas de vendedores ambulantes. “Estos actores usan el espacio público-urbano como lugar de trabajo articulado con la vida cotidiana, viven de él a través del intercambio comercial que se despliega en calles, plazas y avenidas de la ciudad, como ambulantes o en puestos fijos o semifijos” (Ramírez Kuri, 2015).

Espacio público y centralidad

La definición más cotidiana del espacio público es todo aquello que no es propiedad privada y está abierto al público. Sin embargo, es pertinente abordarlo de manera más profunda, a continuación se presenta una revisión bibliográfica del espacio público y urbano.

El aporte del giro espacial en las ciencias sociales ha aportado una nueva interpretación del espacio, desde una perspectiva interdisciplinaria que abarca ambas dimensiones: lo inmaterial y lo material. Y a la vez como el espacio deviene lugares (Araya Ramírez, 2018).

Desde la sociología, Weber (1980) plantea que la condición primitiva del espacio público se remonta a la ciudad medieval europea, caracterizada por su fuerte actividad comercial (Schlack, 2007, p. 25).

El espacio público en la sociología urbana es visto como:

“(…) un producto de la relación entre procesos sociales, entorno construido y vida pública, lo cual nos orienta hacia la comprensión del vínculo espacio y sociedad” (Campos & Brenna, 2015, p.166).

Ramírez Kuri (2015) plantea que el espacio público es un elemento fundamental en el orden urbano, y a su vez expresa la manera en cómo sus habitantes usan y cómo acceden al espacio público y a su recursos. Lo público adquiere el sentido que hace referencia a la vida

social que se desarrolla a lo externo de la esfera y dominio privado (Sennet, 2011 en Ramírez Kuri, 2015).

Baringo Ezquerria (2013) citado en Serrano (2019) señala que el “espacio público es aquel territorio de la ciudad donde cualquier persona tiene derecho de estar y circular libremente, ya sean espacios abiertos o cerrados” (p.32). Castells en “La Sociedad Red” (1997) el espacio público se constituye en una expresión de identidad que connota a la vez “lo que soy, lo que vivo, lo que sé y cómo organizo mi vida en torno a ello” (p.1).

El espacio urbano y su producción no es más que el resultado de las prácticas que realizan los agentes sociales, que interactúan entre sí y con el espacio a su alrededor. El habitar un espacio según De Certeau, está en el hacer; en las prácticas que conducen a la vez a una reapropiación del espacio y que están organizadas por medio de técnicas de producción socio-espacial (2014, pág. 41).

Entonces, el espacio público es un componente fundamental para la organización de la vida colectiva y la representación de la sociedad (Carrión, 2008, p.3), por lo que el espacio no sólo se limita a lo físico sino también a la colectividad que representa, los encuentros y las prácticas que se desarrollan en el (Serrano Rodas, 2019, p.34). Desde esta perspectiva es importante ver al espacio público como un espacio, también, social (Lefebvre, 1974).

Centralidad

Los espacios públicos se pueden clasificar por escalas, es decir; a nivel de barrios, ciudad o región; o por su funcionalidad, entonces se puede hablar de centralidad urbana. Siendo la centralidad el aspecto más importante de los espacio públicos debido a mayor concentración de población, conflicto, y funcionalidad debido a su ubicación geográfica y simbólica (Carrión, 2008, p.12). Y donde se enmarcan leyes y ordenanzas para prevalecer el orden público, desde la noción del espacio público como un concepto jurídico (Borja, 1998).

Lefebvre realiza una valoración crítica al término de centralidad, en su obra “*La production de l'espace*” (1974). La concepción de centralidad del autor francés se relaciona con el “derecho a la ciudad”, el mismo que también denota “derecho a la centralidad” (Beuf, 2020, p.138). Comprendiendo la centralidad como un contendor de:

“(…)las prácticas sociales, el uso, que crean la centralidad como un lugar condensador de la ciudad” (Lefebvre, 1974, pg. 381).

En este sentido, el espacio público se convierte en un espacio plurifuncional y:

“(…) es el soporte de distintas formas de movilidad, pero es también el marco de actividades comerciales, políticas, lúdicas, de prestación de servicios o culturales, según el momento del día, el día de la semana, el calendario escolar o festivo, o bien, el clima” (Coulomb, 2021, p.23).

Relacionando la centralidad que connota el espacio público urbano de las ciudades con las actividades comerciales, especialmente de vendedores ambulantes. Los vendedores ambulantes dice Bromley (1978) tienden a concentrarse en zonas que tienen un alto flujo peatonal y vehicular, lo que los conduce a agruparse en las principales zonas comerciales y a los alrededores de grandes edificios y mercados que atraigan masas (p.44).

Comercio ambulante

“La actividad comercial ha sido históricamente y sigue siendo hoy una de las bases sobre las que se asienta la formación de la ciudad” (García-Domenech, 2015, p. 28) en (Bustillos Bailey, 2020, p.25).

Al hablar de comercio ambulante, es pertinente mencionar su relación con la “informalidad”. Keith Hart (1973) es quien da surgimiento al concepto de informalidad, a través de un estudio etnográfico realizado en Ghana. El aporte del antropólogo, es dar cuenta a las diversas alternativas a la economía formal y organizada (Crossa Niell, 2018), y prácticas fuera de las oportunidades formales (Rabossi, 2019, p.799) más comunes en estos grupos étnicos y marginados de Accra. El sector informal comprende entonces, desde la misma línea en la Conferencia Internacional del Trabajo (2002), “todas las actividades que no están cubiertas por o practican la ley, es decir por acuerdos formales” (International Labour Organization, 2007, p.1).

De forma introductoria al comercio ambulante, la Organización Internacional del Trabajo presenta que a raíz de los años 60, el comercio ambulante “ha sido una actividad característica de las ciudades, encontrándose inicialmente en plazoletas y calles principales o de gran tránsito de personas a nivel de Latinoamérica” (Organización Internacional del Trabajo, 2013). Según Padilla (1990) en Massé (1993) concibe al comercio ambulante como un “subempleo” que cumple una función económica para la sociedad (p.106).

Ante la necesidad de generar ingresos la población busca alternativas para conseguirlo, Gayosso (2012) plantea que en su mayoría acuden a actividades de la economía informal como alternativa. Siendo una de las más acudidas la venta ambulante, teniendo como recurso base el espacio urbano de las ciudades. De hecho, autores como Giménez y

Héau-Lambert (2015) aseveran que el espacio en sí, es un medio que es dominado por determinado colectivo con el fin de asegurar su reproducción social y satisfacer sus necesidades tanto materiales como subjetivas (Trujillo, 2021).

Así el espacio se convierte en parte esencial para el desarrollo de actividades de la vida cotidiana. Trujillo (2021) citando a Giménez y Héau-Lambert (2007, p. 11) afirman que el espacio es un recurso “apropiado, ocupado y dominado por un grupo social en vista de asegurar su reproducción y satisfacer sus necesidades vitales, que son materiales y simbólicas. Esta apropiación puede ser de carácter utilitario y/o simbólico-expresivo”, según los intereses de cada actor social que sea parte de ese espacio. Siendo así el espacio urbano visto como una oportunidad para satisfacer necesidades, por lo general laborales y de subsistencia (López, 2016).

El espacio, sobre todo público está directamente ligado a la acción y práctica de quienes lo habitan y lo usan, modificando la dimensión tanto física como simbólica a través de la praxis cotidiana (Serrano Rodas, 2019, p.58).

“(…) el parque, la plaza, la avenida, el medio de transporte público son hoy espacios tradicionales del comercio en la ciudad y son parte del espacio público; así como también los conflictos que de estas dinámicas se derivan” (pág. 7). (Citado en Vélez, 2018).

Entre esas actividades está muy presente la venta ambulante, pero ¿por qué estudiarla?. La venta ambulante, dentro del panorama urbano, aparece como una fuente importante de sustento y oportunidad de empleo (Sekhani et al., 2019). Así pues los que practican la venta ambulante, ofrecen bienes o servicios para la venta en lugares públicos, por lo general en calles y aceras, y juegan un papel importante en la configuración de los aspectos no regulados/informales de las economías en desarrollo (McGee & Yeung, 1977).

A continuación se presenta una síntesis de la relación existente en las herramientas conceptuales abordadas en el apartado del marco teórico. Partiendo del concepto de producción social del espacio que nos permite entender al espacio desde lo que Henri Lefebvre denomina “tríada del espacio” donde se reflejan tanto las representaciones del espacio por lo general a través de planos; las interacciones y vida cotidiana; así como las prácticas, experiencias y uso simbólico del espacio. El aporte del autor francés permite relacionar sus postulados con la categoría espacio público a medida de que el mismo abarca diferentes dinámicas sociales, incluyendo lo construido por un lado y lo habitado por

el otro. Lo que conlleva a relacionarlo con una de las características de los espacios urbanos, la centralidad en relación al comercio ambulante.

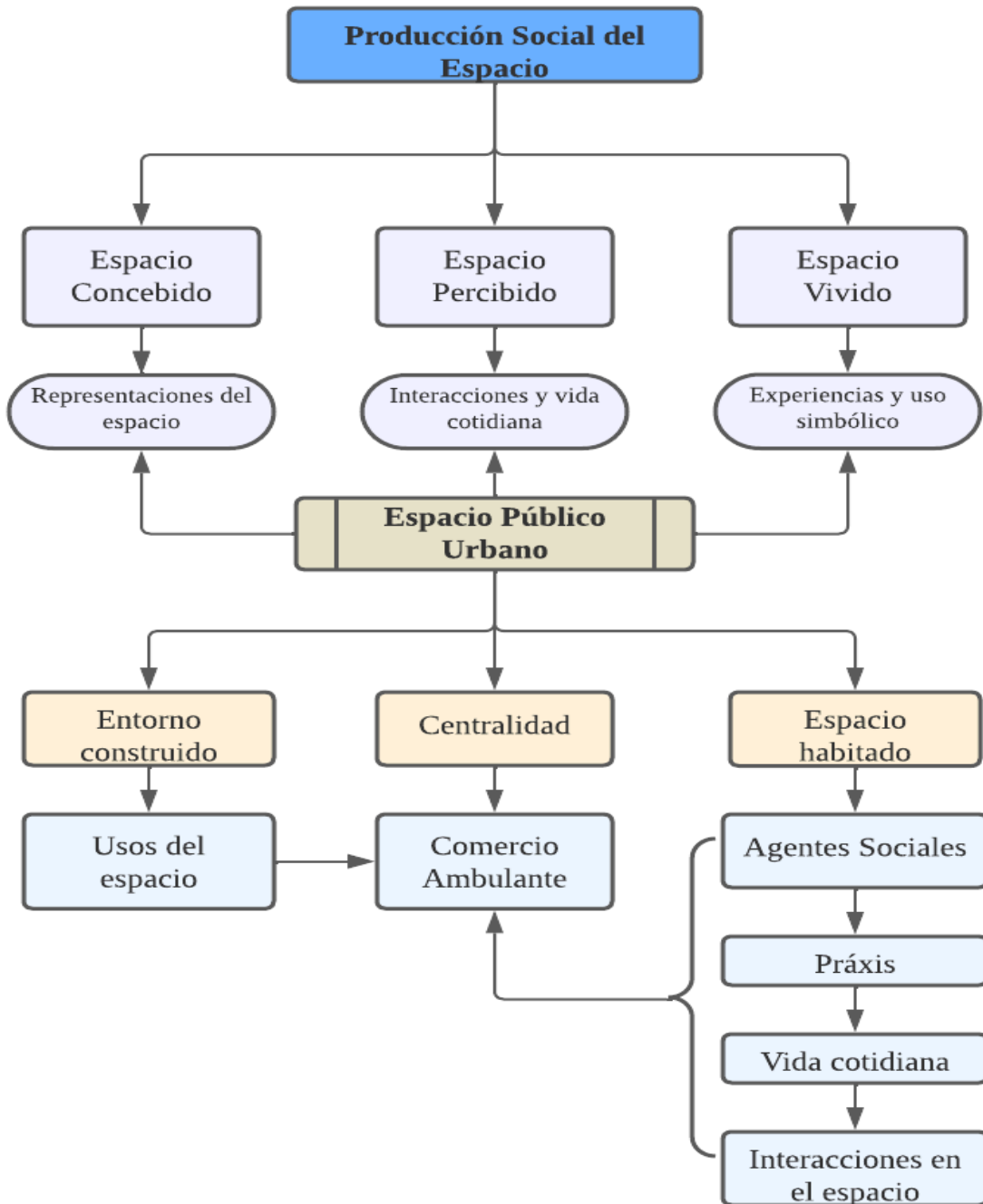


Figura 2. Producción Social del Espacio y su relación con el espacio público y comercio ambulante

Fuente: Elaboración del autor

Metodología

La investigación se enmarca en un análisis del comercio ambulante en espacios públicos de Cuenca desde la sociología y desde una perspectiva socioespacial. La misma tiene como objetivo analizar las prácticas de vendedores ambulantes que aportan a la producción social del espacio urbano en la ciudad de Cuenca. Se diseñó una estrategia metodológica desde el enfoque cualitativo e interpretativo bajo la modalidad de Análisis de Caso desde una perspectiva fenomenológica, utilizando técnicas como: Observación y Entrevista. La investigación tiene un alcance de tipo explicativo-descriptivo de tal modo que dé respuesta a los objetivos planteados.

Al tratarse de seres humanos, “los datos que interesan son conceptos, percepciones, imágenes mentales, creencias, emociones, interacciones, pensamientos, prácticas, experiencias, vivencias y roles manifestados en el lenguaje de los participantes, ya sea de manera individual, grupal o colectiva”. (Baptista Lucio et al., 2014, p.443) Tanto la observación como la entrevista tienen propósitos de comprender, identificar y describir información como los aspectos del mundo de vida, relaciones entre personas y sus situaciones, y patrones que se desarrollan a raíz de un fenómeno social identificado.

De este modo el Análisis de Caso es un caso simple con diseño holístico y de carácter descriptivo, que permitió el levantamiento concreto y detallado de información sobre estas prácticas socio-espaciales de los vendedores ambulantes en su contexto real de manera temporal y espacial, es decir, en el día a día en la comercialización de sus productos y territorio específico, en las calles cercanas a la plaza y mercado 9 de octubre durante el año 2023.

En cuanto al diseño metodológico, la presente investigación trabajó bajo el diseño fenomenológico de investigación cualitativa, el cual se caracteriza porque:

“su propósito principal es explorar, describir y comprender las experiencias de las personas con respecto a un fenómeno y descubrir los elementos en común de tales vivencias” (Baptista Lucio et al., 2014, 493).

El diseño metodológico permitió abordar experiencias y prácticas del colectivo de vendedores ambulantes “Asociación 16 de septiembre”, ubicados en las calles Mariano

Cueva y Vega Muñoz, en el espacio urbano que habitan para desarrollar su actividad económica. Tomando en cuenta su contexto real; la temporalidad y espacio en donde se suscitan.

La muestra para la presente investigación, se la realizó a través de un tipo de muestra homogénea:

“...en las muestras homogéneas las unidades que se van a seleccionar poseen un mismo perfil o características, o bien comparten rasgos similares. Su propósito es centrarse en el tema por investigar o resaltar situaciones, procesos o episodios en un grupo social.” (Baptista Lucio et al., 2014, 388)

A través de la observación no participante se identificaron actores clave dentro del lugar de estudio y que a la vez influyen en el proceso de venta ambulante, como las personas que viven en la zona y quienes poseen un local comercial en las calles mencionadas anteriormente. Lo que guió a incluir en la investigación a estos actores a través de entrevistas, cuyas experiencias y vivencias aportan directamente al estudio.

Motivo por lo que la investigación se sustenta en entrevistas a 12 actores principales ubicados en este espacio público/urbano de la ciudad. La distribución es la siguiente: 6 entrevistas a vendedores ambulantes de la Asociación 16 de Septiembre (hombres y mujeres), 3 personas (hombre y mujer) que posean un local comercial en el sector y por último 3 personas (hombre y mujer) que vivan en el sector 9 de octubre.

Tabla 1. Listado de informantes y códigos asignados respectivamente

INFORMANTES	CÓDIGO ASIGNADO
Comerciantes ambulantes	CM1
	CM2
	CM3
	CM4
	CM5
	CM6
Personas con local comercial en la zona	LC1
	LC2
	LC3
Vecinos del barrio	V1
	V2
	V3

Después del levantamiento de información a través de entrevistas, se procedió a transcribir cada una de las entrevistas. Las mismas fueron procesadas y codificadas por medio de la herramienta MAXQDA, el cuál es un software comúnmente utilizado para el análisis cualitativo de datos.

En cuanto al análisis de los datos de este estudio, se realizó un análisis de datos narrativo:

“En el método narrativo, el investigador revisa lo dicho por el entrevistado y lo repone en su contexto. Se analiza la estructura de la narración, la argumentación y la descripción. Se trata de escuchar y comprender. Gracias a la entrevista narrativa, es posible sacar conclusiones sobre los acontecimientos vitales de los entrevistados en sus contextos temporales.” (Kalpokas & Hecker, n.d.)

Desde un análisis narrativo de datos se espera comprender lo dicho por los miembros de la asociación entrevistados, analizando cada información que nos brinda acerca de sus prácticas en el espacio urbano de la ciudad.

Ética de investigación

La presente investigación fue revisada y aprobada por el Comité de Ética de Investigación en Seres Humanos (CEISH) de la Universidad de Cuenca. Por lo que se cuenta con las consideraciones éticas pertinentes. Además de que la participación de los informantes está validada por medio de un consentimiento informado que refleje su participación voluntaria en el estudio. El mismo se entregó previo a cada entrevista, 2 ejemplares, 1 como constancia para el participante y otro para el investigador.

En este consentimiento se especifica que la investigación se inclina a fines meramente académicos, motivo por lo que la identidad de los participantes se protege, estableciendo códigos para la identidad del participante de tal manera que su nombre no sea expuesto y que a la vez la información proporcionada sólo se use para la contrastación de la experiencia con la teoría, de tal manera que dé respuesta a los objetivos planteados.

Contexto del comercio ambulante en el sector 9 de octubre

La venta ambulante ha tomado los espacios públicos, convirtiéndolos en su nuevo lugar de trabajo y su nuevo espacio de subsistencia e intercambio. Como consecuencia de la necesidad del autoempleo. Las calles cercanas a los mercados más grandes de cada ciudad, se ven propensas a tener la presencia de un número grande de vendedores

ambulantes debido al flujo de personas que este tipo de estructuras atraen. La ciudad de Cuenca, específicamente el Mercado Municipal 9 de Octubre, Plaza Rotary y sus calles no son excepciones. Es importante primero ahondar sobre 2 puntos clave en el sector como el mercado 9 de octubre y la plaza rotary, para conocer acerca de las dinámicas tanto sociales como comerciales que suscitan en esta área de Cuenca.

El mercado municipal es considerado como un “eje articulador” en el centro histórico de Cuenca, comúnmente conocido como el sector de “la nueve”. (Eljuri, 2020, p.102) Ubicado en la parroquia El Sagrario en la ciudad de Cuenca, una de las zonas más cercanas al centro histórico de la ciudad. La presencia de un mercado en la zona transformó los usos del suelo en el entorno al mercado, incentivando a la actividad comercial en sus alrededores como la construcción de tiendas y bodegas. (Albornoz, 2009) Conjuntamente el incremento del comercio informal en la Plaza Cívica, Rotary y calles adyacentes. (Briones et al., 2021) De hecho la intervención en el sector es de los proyectos de restauración más grandes de la ciudad en el año 2007-2009 a cargo del proyecto de intervención en áreas estratégicas de la ciudad patrocinado por la Municipalidad de Cuenca (Albornoz, 2009). Lo que implicó no sólo la remodelación del edificio del mercado municipal, sino también intervenciones en sus calles adyacentes, la Plaza Cívica, Hermano Miguel y Rotary, y la construcción del Centro Comercial Popular 9 de Octubre. (Eljuri, 2020, p.145)

En el año 2018 se realizó otra intervención en el área, el eje del tranvía que atraviesa las calles Gaspar Sangurima, Mariscal Lamar y Vargas Machuca, que conforman la ruta al centro histórico. Lo que generó un crecimiento en el flujo de personas, y la presencia de comerciantes a su alrededor.



Figura 3. Mercado Municipal 9 de octubre

Fuente: Boris Albornoz Arquitectura, 2009

La historia del mercado, su ubicación, remodelación, la conexión con el centro histórico de la ciudad, y el tipo de comercio tradicional que durante años perdura en la zona (Serrano Rodas, 2019, p.24), es decir, el “comercio popular”. Todos estos rasgos dan paso a que la actividad comercial de la zona “de la 9 de octubre” se expanda hacia sus edificaciones y estructuras cercanas, que en su mayoría se dedican al comercio de varios productos como abacerías, ferreterías y tiendas. Inclusive hasta el uso de la plaza cívica y calles que lo comprenden para la comercialización de una variedad de productos.

De igual manera, la Plaza Rotary es un espacio muy importante en la actividad comercial en el sector, considerada como parte del centro de la ciudad y rodeada por varias plazas y mercados, como lo son la Plaza Cívica y el Mercado 9 de octubre. Inicialmente conocida como la Plaza de “Las Sogas”, donde se llevaba a cabo el encuentro de artesanos, comerciantes y usuarios del terminal que se ubicaba en la plazoleta cívica.

Los artesanos ubicados hace muchos años atrás en las afueras del mercado 9 de octubre fueron reubicados en esta plaza, donde inicialmente se ubicaba un terminal terrestre en la década de los sesentas (Arquitectura Panamericana, 2010) lo que dio paso a la comercialización de productos artesanales para los usuarios del transporte. Desde ese entonces se la considera como un espacio público destinado a la comercialización de productos tradicionales hechos por los artesanos de la ciudad de Cuenca, y un espacio lleno de significados, patrimonio, actividades y flujo de personas constantemente. (Eljuri, 2020, p. 106)



Figura 4. Plaza Rotary en la actualidad

Fuente:Boris Albornoz Arquitectura, 2009

Al hablar del espacio público, se habla también de varios actores que cumplen determinadas funciones sobre él, cómo las instituciones públicas y/o privadas, personas que transitan por el mercado que hacen su consumo en tiendas y negocios; y sobre todo el propio vendedor ambulante. Esto implica que tanto el uso, el acceso, y las prácticas que se realizan en los espacios públicos se regulan por medio de normativas, políticas públicas y ordenanzas, con el fin de establecer un control de la ciudad.

Por lo tanto, la Municipalidad de Cuenca es la instancia encargada de la planificación de los espacios de la ciudad, usos y actividades que se desarrollan en los mismos. Y la actividad ambulatoria no es la excepción.

La Ordenanza titulada: **“ORDENANZA QUE REGULA LAS ACTIVIDADES DEL COMERCIO AMBULATORIO Y OTRAS, EN LOS ESPACIO PÚBLICOS DEL ÁREA URBANA DEL CANTÓN CUENCA”** vigente desde el año 2003. Encargada de vigilar la actividad ambulatoria en la ciudad para “el convivir armónico de sus habitantes” (Municipalidad de Cuenca, 2003):

“Art. 16.- En las calles adyacentes a los mercados que se encuentran en el Centro Histórico, no se permitirá la actividad comercial estacionaria ni ambulatoria.” (Municipalidad de Cuenca, 2003).

A pesar de la presencia de autoridades municipales y los tratos que se han realizado conjuntamente con los implicados que son los vendedores ambulantes de esta zona, siguen sumándose cada vez más vendedores a las calles durante todo el año. En la zona encontramos productos de primera necesidad, como alimentos, verduras, legumbres y granos. Así como también animales y plantas. Incluso ahora se puede observar la venta de ropa, juguetes y artefactos electrónicos.

Los vendedores que se ubican en las calles Mariano Cueva y Antonio Vega Muñoz, venden sus productos todos los días desde las 6 de la mañana hasta horas de la noche. Todos los días se ve la presencia de este grupo de vendedores, sin embargo, los días jueves y domingos denominados “días de feria” su presencia es aún más notoria. Que incluso se ha extendido en estos días a las calles Vargas Machuca y Tomás Ordoñez.



Figura 5. *Día Jueves de Feria- Calle Antonio Vega Muñoz.*

Fuente: Foto de autor, 2023

En este sentido, el lugar de estudio seleccionado, la zona aledaña al mercado Municipal 9 de octubre permite identificar una serie de fenómenos sociales. En especial el fenómeno identificado, lo que muestra el desarrollo de varias prácticas socio-espaciales de personas que se dedican a la actividad de comercio ambulante en las calles Mariano Cueva y Vega Muñoz, que son parte de la producción social del espacio urbano de la ciudad.

Actores en la zona aledaña al Mercado 9 de octubre

Al ser estas calles consideradas espacio público de la ciudad de Cuenca, se observan varios actores que actúan de distinta forma en el espacio público según cada una de sus perspectivas y sus prácticas. Como sabemos el espacio público está ligado a la acción de quienes lo habitan, modifican y hacen de ese espacio un espacio con gran movimiento a través de sus prácticas cotidianas.

A lo largo de las calles Mariano Cueva y Antonio Vega Muñoz se encuentran ubicados diversos locales comerciales y al ser una zona “residencial” también, es importante tener en cuenta a las personas que residen en estas calles. Ya que son actores que como los mismos comerciantes, viven el día a día en ese espacio pero sus perspectivas y prácticas pueden variar. A continuación se detallan los actores identificados en el lugar de estudio.

- **Vendedores ambulantes:**

Se observa un gran flujo de vendedores ambulantes, quienes recorren las calles vendiendo productos por lo general, alimentos; y también quienes establecen puestos para vender una variedad de productos durante la jornada del día.



Figura 6. Comerciantes en la Calle Antonio Vega Muñoz

Fuente: Foto de autor, 2023

Los vendedores ambulantes de la zona son quienes hacen de las calles adyacentes al Mercado Municipal 9 de octubre su nuevo lugar de trabajo, son quienes desde temprano buscan un puesto para ofertar variedad de alimentos día a día durante largas jornadas de trabajo.

- **Dueños de locales comerciales o comerciantes establecidos**

Al ser una zona muy comercial se puede observar varios locales comerciales ubicados a lo largo de la zona 9 de octubre. Desde locales de calzado y ropa; productos de primera necesidad; minimarkets; hasta electrodomésticos. Son los locales que constantemente tienen conflictos con el tema del comercio ambulante en la zona.



Figura 7. Locales comerciales en la calle Antonio Vega Muñoz

Fuente: Foto de autor, 2023

- **Residentes:**

Los alrededores del Mercado 9 de octubre aparte de ser una zona comercial también es residencial. Se puede observar varias casas y edificios donde las personas que viven ahí son de igual manera actores importantes para el estudio. Son quienes en su vida cotidiana son partícipes de varios fenómenos, incluyendo el alto nivel de comercio ambulante en las calles de sus hogares.



Figura 8. Comerciantes ubicados a las afueras de una casa en la Calle Vega Muñoz

Fuente: Foto de autor

- **Guardia Ciudadana:**

Son aquellas personas encargadas de mantener el orden público en la ciudad de Cuenca, y quienes ejercen su trabajo a través de la Ordenanza de comercio ambulante en el espacio público de la Ciudad. Se observa que su presencia va desde la mañana hasta horas de la tarde, que es cuando la mayoría de vendedores abandonan las calles.



Figura 9. Guardia Ciudadana en Operativo Sector 9 de octubre

Fuente: Guardia Ciudadana, 2021

Se mantienen constantemente recorriendo las cuadras durante la jornada de las mañanas, ubicando a los vendedores en otros lados para que no se genere tráfico peatonal y desorden, sobre todo en las paradas de bus que hay en la zona.

- **Transeúntes**

Todos los días la zona del Mercado 9 de octubre es muy transitada por personas de diferentes tipos de edades y género; ya sea por ser usuarios del transporte público de la ciudad y usan las paradas de bus más cercanas; personas que se dirigen a sus trabajos o estudios, y personas que acuden a la zona a realizar compras ya sea en el mercado, en locales, o en las calles.



Figura 10. Transeúntes al nivel de la parada de bus en la calle Vega Muñoz

Fuente: Foto de autor, 2023

Los días con más flujo de personas en la zona son los días jueves, sábados y domingos por ser días de feria. Lo que atrae a más vendedores ambulantes en las calles. Además de que el lugar de estudio seleccionado se caracteriza por un gran movimiento debido a su ubicación en el centro de la ciudad y sus conexiones a otros lugares clave como la Plaza Rotary, distintas instituciones bancarias, el mismo mercado y plaza 9 de octubre.

Discusión de Resultados

Para dar respuesta a los objetivos de investigación planteados este apartado tiene como finalidad describir las principales prácticas de vendedores ambulantes en las calles Antonio Vega Muñoz, Mariano Cueva, Vargas Machuca y Tomás Ordoñez. Calles que comprenden la zona aledaña al Mercado Municipal 9 de octubre. Esto para comprender el espacio público urbano de la ciudad de Cuenca como un espacio social, producido socialmente en términos de Lefebvre, a través de las experiencias de quienes lo habitan, lo practican y experimentan en su cotidianidad.

1. Puntos de anclaje, prácticas socioespaciales y producción social del espacio urbano

En este capítulo se describe y analiza aquellas relaciones del espacio público urbano y el comercio ambulante en la ciudad de Cuenca a través de lo que se ha denominado “puntos de anclaje”. Entendiendo a los puntos de anclaje como estos puntos espaciales y estratégicos que posibilitan la circulación y flujo de personas, y da paso a actividades comerciales y de intercambio. De la misma manera, cómo estos puntos de anclaje y el espacio público en sí, articulan las prácticas socioespaciales de vendedores ambulantes, quienes día a día habitan y experimentan el espacio de interés. Es decir, la relación entre las prácticas de vendedores ambulantes con distintos puntos identificados a través de la técnica de observación participante y entrevistas, como la existencia de paradas de bus, entidades bancarias, plazas, lugares de comercio y obviamente, el mismo Mercado 9 de octubre que lo vuelven foco de una zona estratégica para actividades comerciales, y a la vez que produce socialmente determinado espacio.

La actividad económica de vendedores ambulantes implica un conjunto de prácticas de los sujetos que le dan sentido a los espacios a través de su experiencia en la vida cotidiana. A

la vez se han convertido en la rutina diaria de vendedores ambulantes ubicados en calles adyacentes al mercado, que van desde el madrugar para coger un puesto en la calle hasta el recorrer por la presencia de autoridades municipales; es decir, la presencia y control de la guardia ciudadana. Prácticas que se realizan en el espacio público de la ciudad y que se repiten en todos los casos analizados.

Es importante primero abordar las diferentes experiencias como comerciantes ambulantes de las personas informantes que se dedican a esta actividad económica. La comerciante CM2 relata su experiencia con su trabajo actual:

Entrevistador: Como preguntas introductorias, quisiera que me cuente un poquito sobre su experiencia como comerciante. ¿Toda su vida trabajó como comerciante? o desde ¿cuándo se dedica a ser comerciante?

CM2: “Bueno... yo toda una vida he trabajado así desde que era niña. He empezado desde el mercado en la 9 de octubre, luego...luego...ahí vendía mis frutas..-- recorriendo vendo ya como.. de 10 a 12 años más o menos aquí en la Vega Muñoz.”
(Entrevista CM2, 2023)

Al hablar de la experiencia laboral como comerciante ambulante, el mismo también comprende una relación estrechamente ligada al sentido familiar. La base familiar es clave para optar por el comercio ambulante como tradición familiar; sustento y forma de generar ingresos, los cuales son considerados como factores motivacionales de los sujetos. Al respecto las personas comerciantes CM4 y CM5 expresan:

Entrevistador: Ahora cuénteme, ¿por qué se dedica a este tipo de trabajo? ¿Qué lo motivó a trabajar como comerciante?

CM4: “Por lo que yo me dedico a trabajar como comerciante es más porque ya nos toca buscar sustento en la vida y buscar cómo llevar comida para los niños a la casa, para mis hijos.” (Entrevista CM4, 2023)

Entrevistador: ¿Por qué se dedica a este tipo de trabajo? ¿Qué lo motivó a trabajar como comerciante?

CM5: “Pues..por herencia de mis padres mismo y más que todo porque yo no he estudiado...”(Entrevista CM5, 2023)

Todos estos factores que han motivado a las personas informantes a insertarse en el comercio ambulante, de cierto modo ha incidido en la búsqueda del espacio “adecuado”

para realizar sus actividades y prácticas en su diario vivir; en términos de Lefebvre su “espacio vivido” y las representaciones simbólicas del mismo . Por lo que es muy pertinente analizar el ¿por qué se ubican en el sector de la 9 de octubre?. Relacionándolo con la categoría de espacio público urbano de la ciudad y con su sentido de centralidad que el mismo implica. En este caso, el hecho de que el sector se ubique en el centro histórico de la ciudad y de fácil acceso; y se encuentre dentro del mismo sector uno de los mercados más grandes de la Cuenca lo hace un punto de anclaje para la concentración de personas y para la actividad comercial. LC1 expresa:

LC1: “está bien ubicado y es creo yo una área privilegiada en el sentido de que se va más para el comercio, y al estar aquí también ubicado el mercado, las cooperativas, varios restaurantes hacen que pues haya bastante movimiento en la zona para realizar el comercio. Aquí tenemos de todo, tenemos para comprar ropa, comida, pasan los buses y de todo la verdad en lo que es la zona de la 9 de octubre y en especial en esta cuadra de la Vega Muñoz. Entonces yo sí creo que es bastante beneficioso ser comerciante aquí en esta área” (Entrevista LC1, 2023)

Con estas referencias, se abarca los puntos de anclaje en la zona cercana al Mercado 9 de Octubre, que constituyen este espacio público urbano de la ciudad y que han sido identificados tanto a través de la observación no participante como en las diferentes entrevistas. Entendiendo estos puntos como productos de relaciones sociales, interacciones y significados que socialmente lo producen.

Entre estos puntos y los más mencionados, aparte del propio mercado y la plaza rotary descritos en líneas anteriores, están las diferentes instituciones bancarias como la Cooperativa JEP; distintos lugares de comercio; calles como la Antonio Vega Muñoz que es muy transitada por sus razones de accesos, los diversos comercios y la parada de bus de varias líneas de transporte. Los puntos de anclaje mencionados se ven representados en el siguiente mapa:

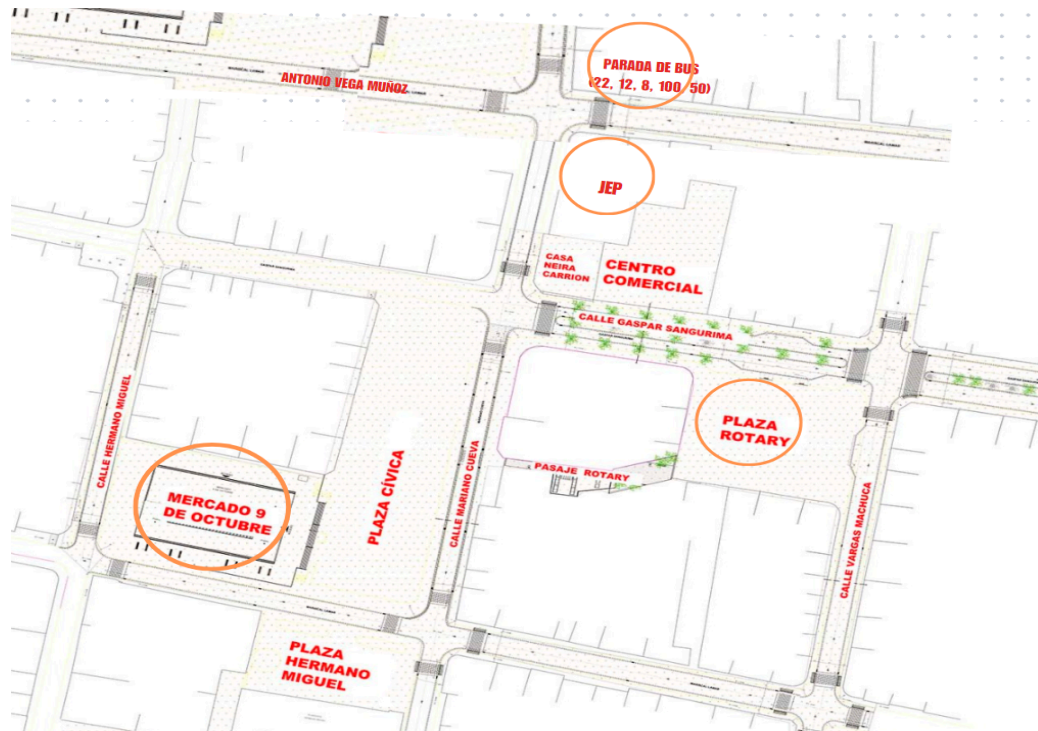


Figura 11. Mapa sector 9 de octubre y puntos referenciales para el comercio ambulante

Fuente: Arquitectura Panamericana, 2010

Sobre los puntos señalados, se los consideran puntos estratégicos y de anclaje que tienden a concentrar actividades y prácticas del comercio popular en la zona 9 de octubre. Tanto el mercado como la Plaza Rotary fueron descritos en capítulos anteriores, sin embargo, es de mucha importancia describir brevemente 2 puntos de anclaje muy mencionados en las entrevistas.

1.1 Cooperativa JEP:

La cooperativa JEP “Juventud Ecuatoriana Progresista”, es una entidad dedicada a la prestación de servicios de ahorro y crédito para la población ecuatoriana. Actualmente, cuenta con 63 agencias distribuidas en 17 provincias del Ecuador, según la información de su sitio web.

Una de las principales agencias en la ciudad de Cuenca, es la agencia ubicada en el sector 9 de octubre en las calles Mariano Cueva y Antonio Vega Muñoz, a una cuadra del Mercado Municipal. La Cooperativa JEP se ha convertido en un lugar de referencia para el movimiento y dinámica ya que atrae personas a diario, debido a que se ubica en una zona de alta concurrencia. Lo que ha ocasionado que se convierta a la vez un punto de anclaje

para las actividades y prácticas de comerciantes ambulantes que se ubican a las afueras de la entidad.



Figura 12. Cooperativa JEP agencia 9 de octubre. Cuenca-Ecuador

Fuente: Google Maps

1.2 Parada de bus:

La parada de bus que se ubica a lo largo de la calle Antonio Vega Muñoz, se ha convertido en un espacio muy concurrido, ya sea por usuarios del transporte público de Cuenca, como transeúntes y comerciantes que se ubican en ese espacio. Por la calle Vega Muñoz transitan las líneas de buses más concurridas como la línea 100 y 12 dirigidas a Baños, la línea 22 hacia el centro de la ciudad hasta parte de Baños, la línea 8 que va a San Joaquín, entre otras.



Figura 13. Parada de bus Calle Antonio Vega Muñoz

Fuente. Google Maps

Acerca de estos puntos los informantes mencionan que:

CM2: “Mmmm pues en general toda la Vega Muñoz es buena para la venta y hay un poquito de movimiento por esto de la parada de los buses pasa gentecita que son los que suben y bajan del bus y ya van comprando. Los transeúntes también que pasan por cualquier necesidad ya van comprando cositas. Por aquí la gente a cualquier lado sube y entonces ya al regresar ya van comprando.” (Entrevista CM2, 2023)

Entrevistador: ¿Dónde prefiere ubicarse para vender sus productos? Se ubica solo en un solo puesto o le toca rotar de puestos?

CM3: “Yo por mi prefiero sentarme en la parada de bus y no moverme de ahí porque ahí es mejor la venta.” (Entrevista CM3, 2023)

CM6: “Buena...es buena la ubicación porque aquí hay bastante gente cada día la gente viene por acá a hacer compras o pasan por aquí para irse a sus trabajos o otros lugares entonces ya de paso compran cosas para la comida. Siempre ha sido bueno aquí para vender y más por lo que hay bastante comercio, está la JEP, la parada y ahí la gente ya viene más” (Entrevista CM6, 2023)

LC1: “siempre la zona ha sido con mucho movimiento pero desde que pasan los buses y hay paradas de buses aquí ha venido más gente” (Entrevista LC1, 2023)

Todos estos puntos y referencias para el comercio, motivan a los comerciantes a buscar el sitio más oportuno para vender sus productos. Lo que conduce a describir la práctica denominada “selección del puesto”, que día a día los comerciantes de la zona realizan y se ha convertido en práctica fundamental para su vida como comerciante. Y que a la vez estos puntos posibilitan la concentración de personas por lo tanto, posibilita el intercambio de productos. Acerca de la selección del puesto en la zona aledaña al mercado 9 de octubre los comerciantes informan lo siguiente:

CM2: “Claro, primero busco el espacio donde voy a poner mis cositas y nosotros más o menos ya tenemos visto donde nos vamos a ubicar ya tenemos nuestros puestitos así conociditos de donde nos sentamos para vender nuestros productos y vamos a ciertos laditos. Nos vamos acá abajo en la Vargas Machuca o de no más arriba al frente de la JEP.”(Entrevista CM2, 2023)

CM5: “Primerito, claro buscar un puestito porque como usted sabe que estamos en la calle no tenemos para decir...un puesto fijo. Entonces hay que madrugar pronto para poder coger un puestito.” (Entrevista CM5, 2023)

CM6: "Yo toditos los días madrugo para poder coger un puestito aquí. Yo ya tengo visto los puestos por la parada de bus pero siempre hay que madrugar para coger el puesto o si no ya una se queda sin nada y nos toca ponernos más abajo. Después de ya tener el puesto pues toca arreglar todo, saco todo de las gavetas y toca poner en fundas a veces tengo alverja y choclo entonces ya le voy haciendo funditas para vender y las papas en los baldes todo para que se vea para que compren."
(Entrevista CM6, 2023)

Como se puede observar en los fragmentos de las entrevistas la selección del puesto para vender es una de las prácticas cotidianas que realizan los y las comerciantes ambulantes en su diario vivir. Sin embargo, por medio de la observación también se identificaron otro tipos de prácticas que se realizan en este espacio, como lo es lo que comúnmente se conoce como el "recorrido". El recorrer es una de las características de quienes practican el comercio ambulante, debido a varios factores siendo el más importante y frecuente, la regulación del comercio ambulante en espacios públicos de la ciudad, lo que ocasiona que los comerciantes se mantengan movilizándose de un lado a otro con sus productos; por lo general con canastas de mano, coches para vender, o gavetas con una soga. Dentro de esta sección se puede identificar los siguientes fragmentos en relación:

CM2: "vendemos recorriendo aquí todos los días hasta cuando a lo mejor el señor Alcalde nos reubique, nos de un puestito estable de no seguiremos así porque este es nuestro trabajito" (Entrevista CM2, 2023)

CM3: "Si primero nos pusimos a recorrer mismo y ahora no más estamos aquí sentadas en un ladito porque más antes nos quitaban el lugar y por eso nos tocó recorrer de arriba a abajo. Ahora también si nos manda el guardia y todo pero ya no nos quitan nuestros productos" (Entrevista CM3, 2023)

En los casos analizados, este conjunto de prácticas, como la selección del puesto; el recorrer; el vender, sus experiencias como comerciantes en la zona 9 de octubre y las representaciones de este espacio, que se relacionan con su actividad comercial ocasionan que estos actores den sentido y significados a los espacios considerados como públicos entendidos como su "lugar de trabajo", diferenciando lo que se entiende por espacio (su dimensión física) y lugar (dotar de sentido a un espacio). Y que a la vez aportan a la producción social de los mismos articulando estos puntos de anclaje identificados anteriormente.

Como Crossa Niell (2018) resalta la importancia de entender el espacio como un espacio vivido, habitado, que es negociado y resiste por medio de las prácticas, relaciones e interacciones de la vida cotidiana de los sujetos que lo conforman. (Barbosa Cruz, 2021, p.1497) Se intenta entender al comercio ambulante como un factor importante para pensar el espacio público, en especial la zona aledaña al mercado 9 de octubre, como un espacio vivido cotidianamente por este grupo de actores, a través de puntos espaciales estratégicos para el flujo de personas y dinámicas sociales que dan paso a las prácticas sociales y de intercambio de mercancías en la zona del Mercado 9 de octubre. Convirtiéndose la labor de estos actores en diversas formas de habitar un espacio.

2. Disputa por la centralidad del espacio público urbano en la ciudad de Cuenca

Históricamente el Mercado Municipal 9 de octubre es el mercado con más movimiento comercial a nivel del centro histórico de la ciudad de Cuenca. Por lo que lo convierte en un espacio (público) de interés de varias investigaciones sobre los distintos fenómenos sociales que desencadena, por el mismo hecho de estar ubicado en el centro de la ciudad, por su función comercial y por la aglomeración de personas.

Para contextualizar el sector 9 de octubre, su regulación y la relación con el centro histórico de Cuenca, se recogen hallazgos de la tesis doctoral de Gabriela Eljuri denominada *“El patrimonio cultural como escenario de prácticas, discursos y disputas: Las plazas del Centro Histórico de Cuenca”* (2020). Estudio que tiene como objetivo analizar los usos sociales de plazas que comprenden el centro histórico de Cuenca, considerados como espacios públicos que abarcan dinámicas sociales; culturales; de disputa y significados, y que a la vez constituyen la conservación del patrimonio cultural. Entendiendo tanto al centro histórico como sus calles, y plazas como lugares de sentido que dan paso a los encuentros e identidades.

El centro histórico de la ciudad de Cuenca fue proclamado como Patrimonio Cultural de la Humanidad por la UNESCO en el año 1999 (Eljuri, 2020, p.92) por lo que se convierte, como lo plantea la autora, en una área privilegiada de la ciudad, fuente de dinámicas y flujo de personas. La autora ofrece una mirada del centro histórico y los espacios públicos que lo conforman, desde la antropología, vistos como escenarios que abarcan múltiples aristas de la realidad social. Los mismos que se pueden comprender a través del patrimonio, según diversos intereses de actores que actúan en ellos y lo habitan.

El centro histórico de la ciudad y sus lugares aledaños han sido punto clave de interés para proyectos de intervención con el fin de mantener el patrimonio cultural. Lo que no sólo significa intervenir en su parte material y física, sino también en su aspecto social y cultural. (Patiño & Torres, 2021, p.10) Dentro del centro histórico de Cuenca se encuentran 3 principales mercados de abastecimiento populares: el Mercado 9 de Octubre, Mercado 10 de Agosto y el Mercado 3 de Noviembre. El caso del sector 9 de octubre es uno de los proyectos de intervención que forman parte del proceso histórico de la ciudad de Cuenca y enfocado en el comercio tradicional y popular.

El espacio público en el centro de Cuenca es un espacio de disputa que se produce por diferentes actores. Como se entiende en la revisión de literatura el comercio ambulante se relaciona directamente con el espacio público generando disputas tanto sociales como espaciales en el mismo. Tomando la idea de centralidad del espacio público el siguiente apartado aborda las diferentes relaciones sociales que se dan dentro de la práctica del comercio ambulante en conexión con el espacio público urbano de la ciudad de Cuenca, en especial en cercanía al Mercado Municipal 9 de octubre.

A continuación, se presenta un mapa dónde se puede observar el lugar de estudio, la zona 9 de octubre, y su relación con varios puntos clave del centro de la ciudad como lo es el propio centro histórico y la zona a nivel de la Chola Cuencana. Todos estos puntos clave son considerados como estratégicos para el comercio y la concentración de personas. Sin embargo, la idea de centralidad y funcionalidad que se tiene de los mismos difieren por las prácticas y relaciones entre actores de dichos espacios públicos.



Figura 14. Mapa del lugar de estudio y relación con el centro de la ciudad

Fuente: Alcaldía de Cuenca, 2009

Los lugares ubicados en el mapa son considerados cercanos al centro histórico de la ciudad de Cuenca, razón por la cual en un sentido jurídico, este espacio y sus alrededores son regulados por medio de ordenanzas de uso del espacio urbano y regulación del comercio ambulatorio en tales zonas. Como pudimos observar en el capítulo anterior existe una relación entre las prácticas de comerciantes ambulantes y el espacio público urbano, en tanto sus prácticas sociales contienen características espaciales que producen determinado espacio.

Sin embargo, la resistencia y organización entre grupos de comerciantes frente a la disputa por el espacio se convierten en otro tipo de prácticas presentes en la forma de habitar e interactuar con el espacio. Para desarrollar la idea primero se describe el fuerte sentido de organización de comerciantes ambulantes en la zona señalada con color azul, cuando se refiere a la lucha por espacio.

Para abordar temas de organización, se realizaron las siguientes preguntas: ¿Cómo se relaciona con los demás comerciantes de la zona? y como asociación 16 de septiembre, ¿qué medidas o iniciativas han tomado para mantenerse en su lugar de trabajo y ocupar este espacio?

La comerciantes comentan:

CM1: “Si... con todos los socios yo tengo ahorita de la asociación 16 de septiembre tengo 96 socios de los cuales todos se manejan así con el uniforme que nos identifica y también el carnet que se hizo desde la federación que eso es para jueves y domingos”. (Entrevista CM1, 2023)

CM2: “Bueno nosotros nos mantenemos aquí y vemos lo mejor para nosotros como le digo a veces hay rumores de que nos van a quitar nuestro espacio, que nos van a prohibir trabajar aquí recorriendo entonces nos ponemos de acuerdo entre todos y nos vamos a hablar con el alcalde o nuestros dirigentes mismo, con la guardia ciudadana y pedirles de favor que nos den la oportunidad de seguir laborando dignamente porque de esto vivimos y mantenemos a nuestras familias y a nuestros niños y a nosotras mismo porque de esto sale para todo.” (Entrevista CM2, 2023)

CM5: “(...)nuestra presidenta pasa haciendo reuniones, luchando con la guardia ciudadana y todo, porque así de todo al bien bien no nos han dejado estar aquí y ni nos dejaran *risas* Entonces siempre nos toca estar ahí con la guardia luchando, bueno ahora por lo menos con nuestra presidenta o bueno todos mismo estamos andando en eso por lo menos ya nos dejan vender más antes era que nos quitaban y ahora ya eso ya no. Y ahora por lo menos podemos decir ya nos vamos a poner aquisito pero ya vendemos. Pero antes no...antes era más difícil” (Entrevista CM5, 2023)

Lo que nos indica cómo la organización y prácticas de un colectivo, por parte de comerciantes en el caso de la Asociación 16 de septiembre, persisten en la disputa por el espacio público. Y lo que nos lleva a la idea del tipo de relacionamiento que existe entre comerciantes que ocupan un mismo espacio de interacción en su vida cotidiana.

Donde toman acciones y acuerdos, no solo entre comerciantes de la zona sino también con la guardia ciudadana y autoridades para poder ocupar el espacio. Lo que permite que como organizaciones o asociaciones de comerciantes ambulantes, hacer del comercio una práctica cotidiana. En este sentido el hecho de pertenecer a un asociación, hace que los comerciantes se identifiquen a través de ellas, ya sean por sus representantes, carnets e incluso uniformes desde la Federación de Comerciantes Minoristas y Trabajadores Autónomos del Azuay (FEDACOMI). La cual lucha por el derecho al trabajo en el Azuay y la que de cierto modo, ha permitido obtener permisos para ejercer su trabajo en ciertas zonas de la ciudad de Cuenca en conjunto con autoridades municipales, siempre y cuando el comerciante cuente con su carnet y permiso. Como menciona en su relato la comerciante 6:

Entrevistador: Ustedes como asociación, ¿cómo se organizan para enfrentar cada situación que se les presenta al ocupar las calles del sector?

(Entrevista CM6, 2023)

CM6: “Nosotros tenemos reuniones cada rato para esto mismo nuestra presidenta siempre pasa en reuniones con la fedacomí para que no nos quiten de aquí o que nos den otro espacio para nosotros poder trabajar porque como usted sabe señorita estar en la calle da miedo, es feo y peligroso para nosotras no le vemos bueno estar así y reclamamos un puesto ya fijo para trabajar.” (Entrevista CM6, 2023)

Al ser este un espacio regulado por actores municipales, cae en la distinción entre lo que es público y lo que es privado en un sentido tanto legal. Sin embargo, el presente estudio reitera en las prácticas y significados que estructuran la cotidianidad y la vida social, destacando la importancia de interpretar ambas con el objetivo de entender al comercio ambulante como un fenómeno social que ayuda a comprender el espacio público urbano, más allá de su sentido físico. Sino como fenómeno social que articula interacciones en el espacio.

2.1 Interacciones en el espacio

A través de la observación no participante, se identificaron actores clave que interactúan en el lugar de estudio seleccionado como los mismos comerciantes ambulantes, comerciantes con locales establecidos, transeúntes, autoridades de orden y control y residentes en la zona 9 de octubre. En este apartado se describen las principales interacciones entre estos actores claves dentro del espacio seleccionado, destacando la idea de Henri Lefebvre, un espacio percibido donde se integran las diferentes relaciones sociales e interacciones de grupos con la vida cotidiana.

A lo largo de las calles Mariano Cueva y Antonio Vega Muñoz se encuentran ubicados diversos locales comerciales y al ser una zona “residencial” también, es importante tener en cuenta a las personas que residen en estas calles. Ya que son actores que como los mismos comerciantes, viven el día a día en ese espacio pero sus perspectivas y prácticas pueden variar. Según la información recolectada acerca de relaciones e interacciones entre actores en la zona 9 de octubre se identificaron las siguientes categorías de análisis que se pueden ver reflejadas en el siguiente gráfico, donde las líneas más gruesas reflejan la frecuencia de interacciones de estos actores:

Gráfico: relaciones e interacciones entre actores

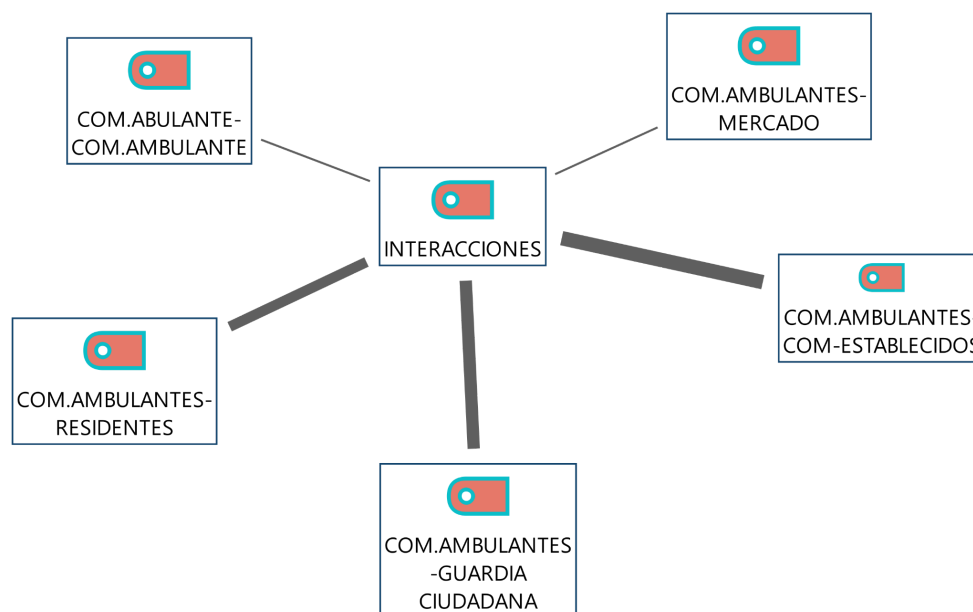


Figura 15. Gráfico de relaciones e interacciones entre actores en el espacio

Fuente: MAXQDA

A continuación se describe con más detalle el tipo de relaciones sociales e interacciones entre actores claves identificados para el desarrollo del estudio.

Comerciante ambulante-Comerciante ambulante

A pesar de que los párrafos anteriores responden de cierto modo a las interacciones entre comerciantes ambulantes del sector 9 de octubre, en el fuerte sentido de organización y el hecho de pertenecer a una asociación como forma de identificarse entre ellos. Dentro de las entrevistas se puede destacar a la vez la forma en cómo los comerciantes de la zona interactúan entre ellos, en un lado más cotidiano sin la presencia de representantes de asociaciones o federaciones. Al respecto la comerciante 5 informa:

Entrevistador: Hablando de los guardias, le quiero preguntar también ¿cómo es su relación con comerciantes tanto de la asociación como otros comerciantes que se encuentran en el sector?

CM5: Bien, nosotros todos nos llevamos bien. En nuestra asociación todas nos llevamos como compañeras muy bien y lo mismo con otros compañeros que están

vendiendo de otras asociaciones porque todas estamos en la calle en esta aventura nadie es dueña del puesto que tenemos en estas calles. Y como dicen los propios señores guardias madruguen y cojan su puesto y de ahí pueden vender. (Entrevista CM5, 2023)

Como se mencionó en un inicio, una de las prácticas del diario vivir de los comerciantes del sector es, madrugar y separar un puesto para vender sus productos. Los comerciantes en la zona, no necesariamente de la misma asociación, se organizan para escoger el puesto según su orden de llegada. Sin embargo, se destaca la idea de que el espacio es un espacio colectivo para el uso de todos los comerciantes para vender productos.

Comerciantes ambulantes-Mercado 9 de octubre

La relación de los comerciantes ambulantes con el mercado 9 de octubre es más una relación de cercanía e inclusive de un tipo de práctica familiar que surge desde el mismo. Los informantes comentan que en su mayoría siempre estuvieron relacionados con el mercado 9 de octubre, donde lo familiar resalta en sus experiencias como comerciantes y lo podemos destacar en los siguientes fragmentos de entrevistas a 2 comerciantes:

CM1: “Yo laboro desde la edad que tenía 7 años....por mi mamasita... mamita ha sabido vender todo un siempre. Mami ya no vende ya once años ya no vende. Siempre ella ha vendido aquí en el mercado aquí en la 9.”

(Entrevista CM1, 2023)

CM6: “Como le dije toda mi vida he trabajado así vendiendo desde que era niña mi mamasita vendía en el mercado y desde ahí yo también me he puesto a vender frutas, verduras y granos. Y uno mismo tiene que buscar la forma de sostenerse y por eso yo trabajo así.” (Entrevista CM6, 2023)

Son los lazos familiares, que en los casos estudiados, los conectan de cierta manera al Mercado 9 de octubre para realizar su trabajo como comerciantes y ubicarse en el sector de la nueve. También se destaca la cercanía con el mercado mismo, que según los informantes, posibilita el flujo de personas en el sector:

Entrevistador: ¿Por qué cree que las personas que venden ocupan estas calles en específico?

V2: “Yo creo que porque el barrio mismo es muy movido y hay bastante gente...además el mercado está cerca y la gente siempre ha venido por acá a comprar lo que necesita” (Entrevista V2, 2023)

Comerciantes ambulantes-Comerciantes establecidos

Otros actores clave en el estudio son los comerciantes establecidos que poseen de un local comercial de cualquier tipo de producto o servicio en el sector, especialmente ubicados a lo largo de la calle Antonio Vega Muñoz a la altura de la parada de bus, donde los comerciantes tienden a ubicarse frecuentemente. Lo que ha generado que ambos actores interactúen en el espacio a diario, ya sea desde una acción comunitaria para limpiar las veredas, hasta cierto punto conflicto. Al estudiar un lugar en específico, es importante también conocer las percepciones y distintas opiniones de los comerciantes establecidos en la zona en relación al comercio ambulante en las calles del sector.

Al respecto, 3 personas con los locales comerciales en la calle Vega Muñoz comentan sus relaciones y percepciones, tanto del espacio como del comercio ambulante:

LC1: “yo me llevo bien con la mayoría porque ya son conocidos y yo mismo les sugiero que limpien, incluso yo me encargo de prestarles las escobas...también les sugiero que la basura no la boten en las calles sino que recojan en una funda los desperdicios, porque si botamos en la calle no estamos haciendo ningún aseo sino que lo que estamos haciendo es evacuando la basura de un lado a otro lado y nada más. Entonces yo sí les sugiero que si más bien van a limpiar el puesto en donde están que lo limpien bien y que recojan los desperdicios que salen de lo que ellos mismos venden.” (Entrevista LC1, 2023)

LC2: “Pues mal como le digo yo considero que están mal ubicados ...o sea ocupan mucho espacio en las veredas ...si fueran un poco más ordenados ocuparían menos espacio y dejarán paso para caminar y hasta para que entren al local y puedan mirar lo que está exhibido. Pero de vuelta ocupan mucho espacio y me tapan todo con los parasoles todo el almacén.” (Entrevista LC2, 2023)

LC3: “Eso sí...siempre estoy luchando con ellos en esto de la limpieza y todos mismo es lo que al menos pedimos. No les dejo ponerse aquí afuera de mi local....no les permito estar en esta parte de mi vereda. Les digo que se vayan más arriba o más abajo pero en mi local no.” (Entrevista LC3, 2023)

Por medio de los fragmentos de entrevistas a comerciantes establecidos en el sector, se puede observar que las interacciones entre ambos actores son de distintos matices, van desde la organización comunitaria por la limpieza de las veredas que ambos grupos utilizan hasta el involucramiento de autoridades del orden público para gestionar que se obstaculice

la entrada a los diferentes locales comerciales y ubicar a los comerciantes ambulantes en otros lugares. Si bien es cierto, estos actores no se oponen a la idea del trabajo de comerciantes ambulantes en su totalidad, es su ubicación a lo largo de las calles Antonio Vega Muñoz y Mariano Cueva lo que genera disputa por la ocupación del espacio público.

Comerciantes ambulantes-Guardia Ciudadana

El ocupar un espacio considerado público de la ciudad está regulado por medio de ordenanzas y políticas públicas desde autoridades municipales. Lo que genera que los actores afectados por estas ordenanzas, es decir los comerciantes ambulantes, se mantengan en constante diálogo con autoridades municipales. Sobre todo con los encargados del control de los espacios públicos de la ciudad de Cuenca, que lo realiza la guardia ciudadana.

Ambos, tanto los comerciantes como la guardia ciudadana socializan sus dificultades, cada uno desde su propia experiencia, para organizar y mantener el orden en el espacio público. Para el sector 9 de octubre no es excepción la regulación de las calles aledañas al mercado municipal y la regulación misma del comercio ambulante en vía pública. Mediante la observación no participante, se detectó una fuerte presencia de guardias a diario, pero esta presencia se intensifica los días jueves y viernes donde más flujo de comerciantes y transeúntes hay en la zona de la 9 de octubre. Se han generado acuerdos, ya sean formales en un sentido de permisos para comerciantes o acuerdos informales por conversaciones entre ambas partes para poder controlar tanto el comercio ambulante y el espacio público, en este caso las calles y veredas del sector.

A continuación, se señalan ciertos fragmentos de entrevistas que responden a preguntas relacionadas con la relación e interacción que tienen los comerciantes ambulantes con la guardia ciudadana, y lo que posibilita ocupar determinado espacio para desarrollar su práctica comercial.

CM1: "...ya nos dejaron vender la... la....como sería el ex comandante de la guardia ciudadana nos dio esos lados para poder laborar que son los jueves y domingos. Como pertenecemos a una federación mismo tenemos reuniones con el director de mercados, con el comandante para que nos dejen vender aquí en estas calles." (Entrevista CM1, 2023)

CM4: "Nosotros más que nada tenemos que obedecer a los que nos digan los señores guardias, no nos queda nada más que seguir caminando o ver otro lugar si

ya nos mandan. O si no ya ellos mismos nos dan un espacio donde tenemos que estar.” (Entrevista CM4, 2023)

CM5: “Claro, ahora así dicen... porque todos los jueves están los guardias aquí pero ellos dicen que el que viene primero coge un puestito y ahí vende. En cambio antes no por más que se cogía un puesto venía la guardia y nos mandaba nos quitaban nuestras cosas pero ahora eso por lo menos eso ya no pasa” (Entrevista CM5, 2023)

Si bien es cierto al ser partes con intereses distintos en el espacio público urbano, en el sentido de que los comerciantes lo perciben como un medio de sustento y la guardia ciudadana en representación de autoridades municipales controlan el orden público en la ciudad, puede generar disputas y conflicto entre ambas partes como lo era en un inicio que se presentaban casos de decomiso de productos y sanciones a los comerciantes ambulantes en las vías públicas se ha logrado obtener permisos para que puedan laborar en ciertos espacios públicos de Cuenca, siendo los más regulados a nivel ciudad el sector el Arenal y 9 de octubre. A pesar de ciertas discrepancias, los comerciantes informantes comentan que hoy en día la relación con la guardia ciudadana aún es una relación de poder emergente por el hecho de “obedecer” y ubicarse donde ellos requieren. Más bien se ha llegado a acuerdos con la FEDACOMI y la institución para un apoyo mutuo en el presente caso, por ejemplo, los comerciantes comentan que ahora su papel aún es el retiro de comerciantes de ciertos puntos estratégicos como la parada de bus o la cooperativa JEP, sin embargo les reubican en espacios donde no obstaculice el tránsito peatonal. Además de que cumple un rol de mediadores tanto en conflictos entre comerciantes por el espacio, como con otros actores de la zona.

Comerciantes ambulantes-Residentes de la zona

Finalmente, quienes habitan a diario el espacio donde se realiza la investigación son las personas que residen en el sector 9 de octubre. Es pertinente también conocer las perspectivas de quienes han vivido directamente el cambio en la zona desde la presencia de comerciantes ambulantes en las calles del barrio.

Los informantes con el código de “vecinos” comentan que la zona siempre fue transita por el mismo hecho de tener el mercado de abastecimiento 9 de octubre, por lo que siempre presenciaron flujo de personas en su lugar de residencia. Sin embargo, debido a la presencia de comerciantes ambulantes a lo largo de las calles que comprenden el barrio: Mariano Cueva, Antonio Vega Muñoz, Vargas Machuca y Tomás Ordoñez ha generado

distintas percepciones sobre el comercio ambulante. Acerca de la opinión del trabajo de comerciantes en las calles se informa que:

V2: “A ver le cuento que para mi que las señoras vendedoras se pongan aquí para vender y trabajar está bien porque como sabe todos necesitamos trabajar y llevar el sustento a nuestros hogares pero vuelta el problema es que se amontonan en la vereda que impiden el paso a la gente y entonces eso ya no está bien.” (Entrevista V2, 2023)

En relación a la organización como residentes del barrio con los comerciantes se indica que también hay existe una relación de cliente-consumidor. Los vecinos comentan que se han convertido en clientes frecuentes debido a la cercanía y el hecho de encontrar lo que necesitan en alimentos fuera de su casa. Lo que en varios casos ha generado que dejen de acudir al mercado como tal.

V1: “En ese sentido digamos que sí hay un apoyo mutuo entre las personas del barrio y los comerciantes porque al fin y al cabo somos los que consumimos y especialmente en mi caso y en mi familia consumimos constantemente los productos que ofrecen las vendedoras ambulantes en estas calles. (...) también si he visto que tienen bastante esto del tema de bodegas en algunas casas para poder sacar sus productos al siguiente día. (Entrevista V1, 2023)

CM6: “Con los vecinos...ellos mejor nos compran son nuestros clientes y siempre hemos tratado con respeto y ellos igual. Claro que a veces si se molestan y con todo derecho señorita porque hay algunos que no dejan limpia la vereda y como no se van a molestar si ellos viven aquí pero de ahí los demás somos ordenados y no hacemos mal a nadie.” (Entrevista CM6, 2023)

Como se mencionó anteriormente el espacio público se convierte en un espacio de disputa, a pesar de su connotación “público”, hecho que genera diversas percepciones y significados sobre ese espacio, sobre todo aquellos que son clave para el comercio de carácter popular. En el caso de Cuenca, el mercado 9 de octubre y otros mercados ubicados en la zona centro de la ciudad, concentran la actividad económica (popular) y el flujo de personas. En contraposición al parque Calderón y sus alrededores, que concentran actividades económicas dedicadas al turismo. Así se puede tener una idea de espacio público desde

espacios como los ubicados en el centro histórico de la ciudad, y otra forma de entender el espacio público urbano en el centro de la ciudad desde la zona 9 de octubre.

En este capítulo de análisis se abordó la forma en cómo los actores identificados en el sector de la 9 de octubre interactúan según los diversos intereses que poseen acerca del espacio que habitan. Así mismo, la forma en cómo el espacio señalado se convierte en un escenario de prácticas de la vida cotidiana de agentes sociales que lo habitan, de disputa, lucha y significaciones e identidad. Es decir, en un espacio que permite entablar relaciones y lazos sociales entre agentes que se encuentran en el sector 9 de octubre. Relaciones que van más allá de ocupar un espacio y de vendedor-consumidor, que van desde la organización entre comerciantes tanto fijos como ambulantes para mantener limpio el espacio que ambos actores habitan en su diario vivir. El entablar amistades no sólo dentro de las distintas asociaciones, sino con las personas que viven en las calles del sector e identificarse todos como vecinos.

Conclusiones, recomendaciones y limitaciones

En capítulos anteriores se ha evidenciado cómo el comercio ambulante en relación con el espacio público urbano más allá de su visión física y desde lo construido que implica no sólo el acceso y usos de los espacios públicos de la ciudad, más bien se convierte en un espacio social de interacción, entablar relaciones y lazos sociales con otros actores sociales que lo habitan y experimentan. Como lo plantea De Certeau (2000) el pensar y el mirar los espacios públicos de las ciudades desde memorias, prácticas cotidianas, desde los “andares”, desde lo habitado y vivido (Eljuri, 2020, p.250). La presente investigación contribuye al debate sobre el imaginario tradicional del espacio versus el espacio vivido, habitado y experimentado a través de prácticas socio-espaciales que dotan nuevas formas de habitar las ciudades como el caso presentado del colectivo de comerciantes ambulantes en el sector 9 de octubre. El conjunto de prácticas y actividades cotidianas, también remiten significados; identidad e interacciones con el entorno y con sus demás actores, donde se encuentra ubicado el grupo de comerciantes, que por lo general son las calles del sector. De tal modo, el comercio ambulante es visto como un fenómeno que nos permite comprender los espacios urbanos, desde cómo se vive, se negocia, se resiste y se practica en la vida cotidiana.

El sector 9 de octubre y los espacios públicos que lo comprenden, como son sus calles aledañas desde siempre hasta la actualidad han sido escenarios de disputas por su uso, de intercambio e identidad en la ciudad. Por lo que lo convierte en objeto de varios estudios

interdisciplinarios. La presencia del mercado municipal 9 de octubre ha generado que las estructuras a su alrededor se inclinen hacia la esfera comercial, incluyendo sus calles adyacentes.

Desde los aportes de la sociología, la presente investigación permitió obtener una visión y aproximación de las realidades, experiencias y prácticas cotidianas de quienes habitan el espacio en el sector, como es el caso de comerciantes ambulantes que hacen de las calles del sector 9 de octubre su lugar de trabajo. Pensando al espacio desde su dimensión más importante para la producción y reproducción de la sociedad en sí, es decir, su dimensión social. A través de la observación se identificaron áreas donde la concentración de comerciantes ambulantes es más intensa, entendidos en la investigación como “puntos de anclaje”, como es el caso de la agencia JEP, las paradas de bus, el mercado, la plaza cívica y plaza rotary representados de forma visual en la **Figura. 11** Mapa del sector 9 de octubre y puntos referenciales para el comercio ambulante. Permitted obtener información acerca de la relación que existe entre estos puntos, las dinámicas sociales y las prácticas de comerciantes ambulantes ubicados en las calles Vega Muñoz y Mariano Cueva. El madrugar para escoger los mejores puestos para vender sus productos; el recorrer por todo el sector para ofertar sus mercancías; el movilizarse con sus canastas y gavetas por la presencia de guardias; y sus luchas por mantener y defender su lugar de trabajo son prácticas que realizan los y las comerciantes ambulantes en su diario vivir. De tal forma, que los puntos clave y estratégicos del sector mencionados anteriormente articulan estas prácticas cotidianas; es decir, los comerciantes realizan sus actividades diarias en torno al lugar donde ubican su puesto.

Las entrevistas a 3 actores: comerciantes ambulantes, comerciantes establecidos o fijos y residentes del barrio permitieron conocer diferentes posturas sobre el comercio en el sector, así como sus experiencias al laborar en una zona comercial como lo es la 9 de octubre. De igual manera, se identificaron las interacciones y relaciones entre estos actores, siendo los nexos familiares y la organización gremial o por asociaciones entre comerciantes una de las prácticas más comunes en el colectivo como estrategia para mantener y defender su lugar de trabajo, haciendo de este espacio un espacio social. Además, lo que los identifica como comerciantes y los diferencia a la vez de los demás comerciantes que ocupan en el espacio. Lo que conlleva a establecer acuerdos entre comerciantes, guardia ciudadana, residentes y comerciantes establecidos, con la finalidad de mantener el espacio limpio en función a la vida del barrio.

Se puede concluir entonces, que el sector 9 de octubre es un espacio donde se dan diversas dinámicas sociales, tanto productivas como reproductivas relacionadas con la

economía, que a la vez se articulan con el espacio construido y físico, lo característico del sector lo convierte en un punto estratégico para las actividades comerciales. Sin embargo, el comercio ambulante en el espacio público, no se limita únicamente a las actividades económicas y regulaciones de la actividad en los espacio públicos de Cuenca. Más bien incluyen vivencias y realidades de los comerciantes que se relacionan tanto con el espacio o “lugar de trabajo” y demás agentes sociales, haciendo de los espacio públicos y calles su nuevo espacio de interacción y trabajo.

Cabe mencionar, que la investigación presentó limitaciones tales como gestionar el acceso a entrevistas tanto a más asociaciones de comerciantes ubicados en el sector como el incluir a personal de la Guardia Ciudadana en el estudio, para conocer sus perspectivas sobre su experiencia en este espacio en conexión con el comercio ambulante. Por otro lado, se espera y se recomienda que con el reconocimiento de prácticas de comerciantes ambulantes en el espacio urbano de la ciudad de Cuenca sea de interés para nuevos estudios con la población y así generar propuestas para futuros proyectos sociales incluyendo sus voces y vivencias.

Referencias

- Alarcón, L., & Muñoz, C. (2019). Ventas callejeras en el espacio público ¿Víctimas o victimarias? *Ambiente Jurídico*, (22), 129-245.
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7681271.pdf>
- Albornoz, B. (2009). *MERCADO 9 DE OCTUBRE* [Imágen]. Boris Albornoz Arquitectura.
<https://www.borisalbornoz.com/mercado-9-de-octubre/>
- Albornoz, B. (2009). *PLAZA ROTARY* [Imágen]. Boris Albornoz Arquitectura.
<https://www.borisalbornoz.com/plaza-rotary/>
- Alcaldía de Cuenca. (2009). *Mapa Turístico de la ciudad de Cuenca* [Imagen]. Alcaldía de Cuenca. <https://www.cuenca.gob.ec/system/files/mapaturistico.pdf>
- Araya Ramírez, I. (2018). La espacialidad urbana en la construcción socio espacial de los lugares: una mirada desde el giro espacial. *Revista Geográfica de América Central*, 3(61). <https://doi.org/10.15359/rgac.61-3.29>
- Archivo BAQ. (2010). INTERVENCIÓN URBANA INTEGRAL EN EL BARRIO 9 DE OCTUBRE DE CUENCA [Mapa]. In *Proyecto 9 de octubre*. Arquitectura Panamericana.
<https://arquitecturapanamericana.com/intervencion-urbana-integral-en-el-barrio-9-de-octubre-de-cuenca/nggallery/page/2>
- Ariztía, T. (2017). La teoría de las prácticas sociales: particularidades, posibilidades y límites. *Cinta moebio*, (59), 221-234. 10.4067/S0717-554X2017000200221
- Arquitectura Panamericana. (n.d.). *REVITALIZACIÓN URBANA PLAZA ROTARY*. Archivo BAQ. Retrieved 2010, from <https://arquitecturapanamericana.com/revitalizacion-urbana-plaza-rotary/>
- Baringo Ezquerro, D. (2013). La tesis de la producción del espacio en Henri Lefebvre y sus críticos: un enfoque a tomar en consideración. *Revista del Área de Estudios Urbanos del Instituto de Investigaciones Gino Germani de la Facultad de Ciencias Sociales (UBA)*, 16(3), 119-135.
<https://publicaciones.sociales.uba.ar/index.php/quid16/article/view/1133>

- Beuf, A. (2020). Centralidad y policentralidad urbanas: interpretaciones, teorías, experiencias. *Espiralal, revista de geografías y ciencias sociales*, 1(2), 131-155. <http://dx.doi.org/10.15381/espiral.v1i2.17135>
- Briones, A., Heras, J., & Heras, V. (2021). TRANSFORMACIONES SOCIALES Y URBANAS DEL ENTORNO DE LOS MERCADOS DEL CENTRO HISTÓRICO DE CUENCA1. MERCADO 9 DE OCTUBRE Y MERCADO 10 DE AGOSTO. *Urbano (Concepción)*, 24(44), 20-33. https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-36072021000200020
- Bromley, R. J. (1978). THE LOCATIONAL BEHAVIOR OF COLOMBIAN URBAN STREET TRADERS: OBSERVATIONS AND HYPOTHESES. *Publication Series (Conference of Latin Americanist Geographers)*, 7, 41-51. <http://www.jstor.org/stable/25765597>
- Bustillos Bailey, A. (2020, Noviembre). ESPACIOS PÚBLICOS Y ORDEN URBANO: EL COMERCIO EN VÍA PÚBLICA, CONFLICTOS, ORGANIZACIONES Y LEGITIMACIÓN. *Investigación & Negocios*, 13(22), 23-32. <https://ingcomercial.edu.bo/revistainvestigacionynegocios/index.php/revista/article/view/97>
- Campos, G., & Brenna, J. (2015, Enero-Abril). Repensando el espacio público social como un bien común urbano. *Argumentos (México D.F)*, 28(77), 155-177. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0187-57952015000100008&lang=es
- Campoverde, F. (2023, July 18). Desorden marca las calles del centro de Cuenca - Diario El Mercurio. *El Mercurio*. <http://elmercurio.com.ec/2023/07/18/informales-cuenca-centro-vendedores-desorden/>
- Carrión, F. (2008). Espacio público: punto de partida para la alteridad. 1-15. <https://www.flacsoandes.edu.ec/agora/espacio-publico-punto-de-partida-para-la-alteridad>
- Castells, M. (1998). Espacios públicos en la sociedad informacional. *Centro de Cultura Contemporánea de Barcelona CCCB*, 1-7. https://www.cccb.org/rcs_gene/espacios_publicos_cast.pdf
- Coulomb, R. (2021). Patrimonio Cultural, Centralidad urbana y "modelo de ciudad". *Gremium*, 8(3), 15-28. <https://doi.org/10.56039/rgne3a04>
- Crossa Niell, V. (2018). *Luchando por un espacio en la Ciudad de México: comerciantes ambulantes y el espacio público urbano*. El Colegio de México, Centro de Estudios Demográficos, Urbanos y Ambientales.

- Cysek, M. M., & Pabich, M. (2021). Walkability – the New Urbanism principle for urban regeneration. *Journal of Urbanism: International Research on Placemaking and Urban Sustainability*, 14(4), 409-433. DOI: 10.1080/17549175.2020.1834435
- Duhau, E., & Giglia, A. (2008). *Las reglas del desorden: habitar la metrópoli*. Siglo XXI Editores.
<https://books.google.com.ec/books?id=Dot3xr1v5O0C&lpg=PP1&hl=es&pg=PA524#v=onepage&q=comercio&f=false>
- Eljuri, G. (2020). *El patrimonio cultural como escenario de prácticas, discursos y disputas: Las plazas del Centro Histórico de Cuenca* [Tesis Doctoral, Universitat de Barcelona]. Dipòsit Digital de la Universitat de Barcelona.
<http://hdl.handle.net/2445/178368>
- Espinosa, H., & Contijoch, M. (2021). El espacio público y sus disconformes. Informalidad y conflicto urbano. *AIBR. Revista de Antropología Iberoamericana*, 16(2), 249-264.
https://www.researchgate.net/profile/Horacio-Espinosa-2/publication/352056565_El_espacio_publico_y_sus_disconformes_Informalidad_y_conflicto_urbano/links/60b74775a6fdcc476bdf2d20/El-espacio-publico-y-sus-disconformes-Informalidad-y-conflicto-urbano.pdf
- García-Domenech, S. (2015). "Espacio público y comercio en la ciudad contemporánea. *Dearq*, (17), 26-40.
- Garriz, E., & Schroeder, R. (2014, julio-diciembre). Dimensiones del espacio público y su importancia en el ámbito urbano. *Revista Científica Guillermo de Ockham*, 12(2), 25-30. <https://www.redalyc.org/pdf/1053/105338606003.pdf>
- Gayosso Ramírez, J. L. (2012). *Trabajo, Identidad y Acción colectiva en el Trabajo no Clásico: Los vendedores de Tianguis en el D.F.* [Tesis de Doctorado de Estudios Sociales]. Universidad Autónoma Metropolitana.
<http://www2.izt.uam.mx/sotraem/NovedadesEditoriales/TesisDoctoradoGayosso.pdf>
- Giménez, G., & Héau Lambert, C. (2015). El desierto como territorio, paisaje y referente de identidad. *Culturales*, 3(5), 7-42.
<https://culturales.uabc.mx/index.php/Culturales/article/view/37>
- Gutiérrez Meave, R. (2020). Reseña: Luchando por un espacio en la Ciudad de México: Comerciantes ambulantes y el espacio público urbano. *Gestión y Política Pública*, XXIX(1). <https://www.redalyc.org/journal/133/13365906012/>
- Historia - Cooperativa de Ahorro y Crédito JEP*. (n.d.). Cooperativa JEP.
<https://www.jep.coop/la-jep/institucion/historia>

INEC. (2022). Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU), anual 2022. Quito.

International Labour Organization. (2007). The informal economy. In *Papers of the Governing Body*.

https://www.ilo.org/public/libdoc/ilo/GB/298/GB.298_ESP_4_engl.pdf

Jaramillo, N. A. (2007, Julio-Diciembre). Comercio y espacio público Una organización de ambulantes en la Alameda Central. *Alteridades*, 17(34), 137-153.

<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=74711468010>

Kuri Pineda, E. E. (2013). Representaciones y significados en la relación espacio-sociedad: una reflexión teórica. *Sociológica*, (78), 69-98.

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=305026407003>

Lezama, J. L. (2014). *Teoría social, espacio y ciudad*. El Colegio de México AC.

<https://books.google.es/books?id=6pE3BAAQBAJ&lpg=PP1&hl=es&pg=PP1#v=onepage&q&f=false>

L'Huillier, F. (2022, Febrero). La producción del espacio urbano capitalista: aportes del funcionalismo, la Escuela de Chicago, Henri Lefebvre y Manuel Castells. *Perspectiva Geográfica*, 26(1), 108-130. SciELO - Scientific Electronic Library Online.

<https://doi.org/10.19053/01233769.11109>

Liu, Y., & Liu, Y. (2022, Diciembre). Detecting the city-scale spatial pattern of the urban informal sector by using the street view images: A street vendor massive investigation case. *CITIES*, 131. ScienceDirect.

<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0264275122003985#preview-section-abstract>

Llanes, L., Villota, T., Párraga, T., & Mora, C. (2023, September 4). ESPECIAL: Cuenca, los rostros de la informalidad. *El Mercurio*.

<https://elmercurio.com.ec/2023/09/04/especial-cuenca-rostros-informalidad/>

Low, S. M. (Ed.). (1999). *Theorizing the City: The New Urban Anthropology Reader*. Rutgers University Press.

<https://books.google.com.ec/books?id=2sflbRmu7xYC&lpg=PP1&hl=es&pg=PA114#v=onepage&q&f=false>

Martínez, P. (2015). La producción del espacio en la ciudad latinoamericana. El modelo del impacto del capitalismo global en la metropolización. *Hallazgos*, 12(23), 221-229.

<https://www.redalyc.org/pdf/4138/413838649010.pdf>

- Massé, C. (1993). EL COMERCIO AMBULANTE: SU FUNCIÓN, SUS LIMITACIONES Y SU ORGANIZACIÓN EN LA CIUDAD DE TOLUCA: Un estudio sociológico. *Convergencia Revista de Ciencias Sociales*, (1), 100-109.
- Mercurio, R. E. (4 de Octubre de 2021). Ventas en las calles aumentan cada día en Cuenca. *El Mercurio*.
- Middleton, A. (2003). Informal traders and planners in the regeneration of historic city centers: the case of Quito, Ecuador. *Progress in Planning*, 59(2), 71-123. ScienceDirect. [https://doi.org/10.1016/S0305-9006\(02\)00061-2](https://doi.org/10.1016/S0305-9006(02)00061-2)
- Municipalidad de Cuenca. (2003). Ordenanza que Regula las Actividades del Comercio Ambulatorio y Otras, en los Espacios Públicos del Área Urbana del cantón Cuenca. Cuenca. Obtenido de <http://www.cuenca.gov.ec/?q=node/8886>
- Muñoz Remache, F. (2019, Agosto). *La dinámica del comercio informal ambulante en Quito, el caso del parque La Carolina: determinación de patrones de comportamiento* [Tesis de maestría]. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, FLACSO Ecuador. <http://hdl.handle.net/10469/15890>
- Muñoz Vanegas, P., Quizhpe Marín, M. A., & Salazar Guaán, X. (2019, Diciembre). Uso y percepción del espacio público, una mirada desde la población: el caso de Cuenca, Ecuador. *Revista de Urbanismo*, (41), 1-19. <https://doi.org/10.5354/0717-5051.2019.53536>
- Ojeda, L., & Pino, A. (2019, December). Spatiality of street vendors and sociospatial disputes over public space: The case of Valparaíso, Chile. *CITIES*, 95. ScienceDirect. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2019.02.005>
- Patiño, M. d. C., & Torres, T. E. (2021). *Ensamblaje e intervención del espacio en zonas patrimoniales: un estudio de caso de la Plaza de San Francisco, Cuenca -Ecuador* [Bachelor's Thesis, Universidad de Cuenca]. Repositorio Institucional Universidad de Cuenca. <http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/35778>
- Pérez, E. (2004). Percepción del Espacio Público. *Bitácora Urbano Territorial*, 1(8), 27-31. <https://www.redalyc.org/pdf/748/74800804.pdf>
- Quispe Fernández, G. M., Ayaviri Nina, D., Villa Villa, M. V., & Velarde Flores, R. (2020, Julio-Septiembre). Comercio informal en ciudades intermedias del Ecuador: Efectos socioeconómicos y tributarios. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXVI(3), 206-229. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28063519016>
- Rabossi, F. (2019, Septiembre-Diciembre). LOS CAMINOS DE LA INFORMALIDAD. *Sociología & Antropología*, 9(3), 797-818.

- Rámirez Kuri, P. (2010). Espacio público y ciudadanía en la ciudad de México, percepciones, apropiaciones y prácticas sociales en Coyoacán y su centro histórico. México: UNAM. <https://ru.iis.sociales.unam.mx/handle/IIS/4014>
- Ramírez Kuri, P. (2015). Espacio público, ¿espacio de todos? Reflexiones desde la ciudad de México. *Revista mexicana de sociología*, 77(1). https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-2503201500010001&lang=es
- Romero, C. (2016). *Espacios Públicos Y Calidad De Vida Urbana. Estudio de Caso en Tijuana, Baja California* [Tesis de Postgrado]. El Colegio de la Frontera Norte. <https://www.colef.mx/posgrado/wp-content/uploads/2016/12/TESIS-Romero-Ch%C3%A1vez-Christian-Rodrigo.pdf>
- Schlack, E. (2007, Abril). Espacio Público. *ARQ (Santiago)*, (65), 25-27. <http://dx.doi.org/10.4067/S0717-69962007000100006>
- Serrano Rodas, F. (2019, 10 16). *La Plaza 9 de Octubre: un espacio entre lo planificado y lo vivido* [Tesis de Maestría, Universidad de Cuenca]. Repositorio Institucional Universidad de Cuenca. <http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/33507>
- Trujillo, I. (2021, Mayo 28). Apropiación de espacios públicos por vendedores ambulantes en San Cristóbal de Las Casas, Chiapas. *HorizonTes Territoriales*, 1(1), 1-16. <http://portal.amelica.org/ameli/journal/663/6633239004/>
- Villota, T., Llanes, L., Párraga, T., & Mora, C. (2023). Cuenca, los rostros de la informalidad. *Voces Emergentes Ecuador* 2023. <https://vocesemergentes.com/ecuador/proyectos-2023/Periodismo-Para-Las-Futuras-Generaciones-de-Periodistas/cuenca-los-rostros-de-la-informalidad/>

Anexo A. Instrumento de Observación

GUÍA DE OBSERVACIÓN			
Tema: "Repensando el espacio desde prácticas socio-espaciales de vendedores ambulantes en calles aledañas al Mercado Municipal 9 de octubre de la ciudad de Cuenca"			
Detalle del proyecto de investigación:	La presente investigación de titulación bajo la modalidad de "Análisis de caso" se centra en un análisis de la producción del espacio urbano en la ciudad de Cuenca a través de prácticas socio-espaciales de uno de los actores primordiales del espacio urbano de la ciudad, como lo son, los vendedores ambulantes. Quienes se ubican en calles aledañas al Mercado Municipal 9 de octubre. Siendo así el objetivo de esta guía, observar la realidad de estos actores e identificar las prácticas que realizan en su vida cotidiana, en un espacio, contexto y tiempo real.		
Objetivo de investigación:	Analizar la producción del espacio urbano mediante las prácticas de vendedores ambulantes en los alrededores del Mercado 9 de octubre en la ciudad de Cuenca (2023).		
Nombre del investigador:	Nathaly E. Orden Verdugo	Lugar:	Mariano Cueva, Antonio Vega Muñoz, Tomás Ordoñez, Vargas Machuca
Fechas de observaciones :	Del 21 al 27 de agosto	Hora:	De 8:00 am a 11:00 am De 3:00 pm a 5:00 pm
Aspectos a observar			
1. Venta Ambulante			
1.1 Zonas más concurridos			
2. Flujo de vendedores según horario: mañana, tarde, noche			
3. Presencia de autoridades públicas			
4. Actores en el espacio			
5. Formas de organización de los comerciantes ambulantes			
PRINCIPALES COMPORTAMIENTOS Y HECHOS			
Venta ambulante y flujo de	Los vendedores ambulantes se ubican en las calles incluso antes de las 7 de la mañana, en las horas de la mañana antes de las 8 de la mañana se		

<p>vendedores</p>	<p>dedican a organizar sus productos, recogen cajas de frutas y verduras de camiones que los esperan en las calles Antonio Valdivieso y Vargas Machuca, preparan sus gavetas que las movilizan con la ayuda de chalinas o bufandas para poder jalar con facilidad. También buscan el puesto donde se ubican, para empezar la venta del día. Se puede ver que la mayoría ya conoce los puestos y se ubican directamente ahí.</p> <p>Todos los comerciantes usan sus delantales que los identifica como comerciantes y los diferencia de las asociaciones a las que pertenecen.</p> <p>A partir de las 8:30 de la mañana ya se encuentran en sus puestos desgranando y conversando con los demás comerciantes a sus lados. Ya se puede observar también las personas visitando cada puesto para comprar por lo general verduras y frutas a eso de las 9 de la mañana hasta las 10 de la mañana. Son las horas donde más flujo de compradores hay durante las jornadas de las mañanas de los días lunes, martes, miércoles y viernes.</p> <p>Desde las 11 de la mañana todos los días, los carritos con comida en especial arroz con pollo recorren las calles. Y a separar almuerzos para los comerciantes.</p> <p>Desde las 3 de la tarde hasta las 5pm no se ve mucho movimiento para los comerciantes, pero si movimiento en la parada de bus, cada minuto llega gente a tomar el bus. A las 5 pm algunos de los comerciantes preparan sus cosas para retirarse.</p> <p>Los días jueves y domingos los comerciantes se expanden hacia otras cuadras de la calle Antonio Vega Muñoz, hasta la intersección con la calle Tomás Ordóñez. En estos días se ubican en ambos lados de las veredas, y el número de comerciantes es bastante grande. Durante estos días las personas que compran verduras y frutas llegan cada minuto. Desde las 8 de la mañana hasta el mediodía, las personas consumen los productos que ofrecen los comerciantes. Las personas en sus conversaciones se puede escuchar que prefieren comprar en las calles porque es más barato y fresco.</p> <p>Durante las jornadas de los días de feria, los puestos se extienden un poco más de lo habitual, hay comerciantes que inclusive traen ayuda para vender ya sean familiares o empleados que los ayudan a cuidar las cosas y a</p>
--------------------------	--

	<p>venderlas. Así mismo se encargan de conseguir el vuelto para dar al cliente, recoger los puestos y limpiar el puesto que ocupan</p>
<p>Lugares clave</p>	<p>Las calles Antonio Vega Muñoz y Mariano Cueva son el punto de encuentro de comerciantes ambulantes todos los días. A lo largo de estas calles los comerciantes encuentran su lugar o “puesto” para vender sus productos.</p> <p>Los días lunes, martes, miércoles y viernes los comerciantes se ubican en un solo lado de la vereda, que sigue la cuadra donde se encuentra la parada de bus. En las mañanas los comerciantes buscan ubicarse en la parada de bus, antes de que llegue la guardia ciudadana. Luego se ubican en otros lugares porque los guardias les quitan de la zona de la parada de bus. Y en esos días la parada de bus se mantiene un poco despejada cuando los guardias no realizan operativos.</p> <p>Todos los días los comerciantes se ubican fuera de locales comerciales de la zona, evitando obstaculizar el paso.</p> <p>Los días jueves, sábado y domingo, son considerados días de feria por lo que hay más flujo de personas tanto de comerciantes como consumidores. En estos días los comerciantes se extienden hasta las calles Tomás Ordoñez y Vargas Machuca. E incluso se extienden hasta el otro lado de la vereda y esquinas de la calle Antonio Vega Muñoz.</p> <p>Estos días los comerciantes se ubican en las afueras de la cooperativa JEP, la zona de la parada de bus tanto de la Vega Muñoz como de la Vargas Machuca y son esas partes de las calles donde más tráfico peatonal hay. Lo que ocasiona que los transeúntes se bajen de la vereda para poder caminar.</p>
<p>Actores e interacciones</p>	<p>Durante todos los días de observación se identificaron actores clave que interactúan a diario en este espacio, que son: comerciantes ambulantes, propietarios de locales comerciales, transeúntes y usuarios del bus, guardia ciudadana, y vecinos del sector de la 9 de octubre.</p> <p>Todos estos actores interactúan de diferente forma, por lo general tienen relaciones de compra y venta de productos, de disputa con la guardia ciudadana y locales comerciales por el tema del espacio que ocupan y qué uso le dan y si lo mantienen limpio.</p>

Anexo B. Guía de Entrevista-Comerciantes Ambulantes**GUÍA DE ENTREVISTA (Comerciantes ambulantes)**

La presente entrevista tiene una finalidad académica y pedagógica. El objetivo es recolectar información acerca de la presencia de vendedores en las calles cercanas al Mercado Municipal 9 de Octubre en la ciudad de Cuenca en el año 2023.

Le solicito que me permita grabar como registro, ya que no se podrá tomar apuntes de todo lo que se diga.

Le solicitamos se pueda citar de manera anónima lo que se ha dicho en la entrevista, no se colocará su nombre sino un código de referencia.

Fecha ___/___/___ **Hora de inicio:** ___/___ **Hora de Finalización:** ___/___

Lugar: _____

Entrevistado: _____ **Sexo:** H__ M__

Entrevistador: _____

- **Preguntas introductorias (Vida laboral e historia como vendedor):**

1. Cuénteme su experiencia como comerciante. ¿Toda su vida trabajó en este oficio?
2. ¿Por qué se dedica a este tipo de trabajo? ¿Qué lo motivó a trabajar como comerciante?
3. ¿Alguien de su familia también se dedica al comercio? ¿O fue alguien de su familia quién lo motivó a vender sus productos?
4. ¿Cuánto tiempo lleva trabajando en las calles Mariano Cueva y Vega Muñoz?

- **Lugar de trabajo**

5. ¿Por qué se ubica en este sector? ¿Se ubica sólo en estas calles o también labora en otras zonas de la ciudad?
6. Cuando llega a trabajar, ¿qué es lo primero que hace?
7. Recuerda, ¿cómo fue cuando llegó a estas calles? ¿Que hicieron como colectivo?
8. ¿Cuénteme, qué opina sobre la ubicación del sector? ¿Considera que esto le proporciona beneficios en la actividad económica de los comerciantes?
9. Al estar cerca de uno de los mercados más importantes de la ciudad ¿cómo es su relación con el mercado y las personas que tienen un puesto fijo dentro del mercado?
10. ¿Dónde prefiere ubicarse para vender sus productos? Se ubica solo en un solo puesto o le toca rotar de puestos?

- **Relación con otros actores**

11. ¿Cómo se relaciona o interactúa con otros comerciantes ambulantes? ¿Pertenece a alguna organización, gremio, o asociación de comerciantes?
12. ¿Cómo se integró a la asociación?
13. ¿De qué forma se organizan como asociación para enfrentar cada situación que se les presenta al ocupar las calles del sector?
14. Como asociación, ¿han establecido iniciativas para mantenerse en su lugar de trabajo y actuar contra la presencia de autoridades municipales?

15. ¿Han tenido experiencias positivas o negativas con las demás personas que ocupan este espacio, ya sea otros comerciantes de otras asociaciones, autoridades de control o residentes del barrio? En temas de productos, servicios, o el espacio que ocupan.
16. ¿Considera que su actividad laboral a parte de generar ingresos, le ha permitido socializar con otras personas y entablar relaciones de amistad? Cuéntame al respecto

Anexo C. Guía de Entrevista-Comerciantes Establecidos

GUÍA DE ENTREVISTA (comerciantes establecidos)

La presente entrevista tiene una finalidad académica y pedagógica. El objetivo es recolectar información acerca de la presencia de vendedores en las calles cercanas al Mercado Municipal 9 de Octubre en la ciudad de Cuenca en el año 2023.

Le solicito que me permita grabar como registro, ya que no se podrá tomar apuntes de todo lo que se diga.

Le solicitamos se pueda citar de manera anónima lo que se ha dicho en la entrevista, no se colocará su nombre sino un código de referencia.

Fecha ___/___/___ **Hora de inicio:** ___/___ **Hora de Finalización:** ___/___ **Lugar:** _____

Entrevistado: _____ **Sexo:** H__ M__

Entrevistador: _____

Desarrollo:

- **Preguntas introductorias (Vida laboral e historia):**

1. Cuénteme sobre su experiencia teniendo un negocio en esta zona
2. ¿Cuánto tiempo lleva trabajando en el sector?
 - **Lugar de trabajo**
3. ¿Qué lo motivó a ubicarse en este sector?
4. ¿Cree que tener un negocio en este sector le ha favorecido? ¿En qué aspectos?
 - **Comercio ambulante y vivencias personales**
5. ¿Qué opinión tiene acerca del comercio ambulante y cómo cree que afecta en la vida económica de las personas que poseen locales comerciales en el sector?
6. ¿Lo ha beneficiado de alguna manera la presencia de comerciantes ambulantes en esta zona?
7. ¿Cómo cree que la presencia de ambulantes ha impactado su negocio, ya sea en términos de ventas y clientes? ¿Ha notado cambios?
8. ¿Cómo es su relación con los comerciantes? ¿Socializa con ellos?
9. ¿Ha establecido estrategias con los comerciantes ambulantes para que ocupen o se mantengan aquí en las veredas? Cuénteme cómo se organiza o socializa con los comerciantes.

Anexo D. Guía de Entrevista-Residentes Sector 9 de octubre

GUÍA DE ENTREVISTA (residentes)

La presente entrevista tiene una finalidad académica y pedagógica. El objetivo que persigue es recolectar información acerca de la presencia de vendedores ambulantes en las calles cercanas al Mercado Municipal 9 de Octubre en la ciudad de Cuenca en el año 2023.

Le solicito que me permita grabar como registro, ya que no se podrá tomar apuntes de todo lo que se diga.

Le solicitamos se pueda citar de manera anónima lo que se ha dicho en la entrevista, no se colocará su nombre sino un código de referencia.

Fecha ___/___/___ Hora de inicio: ___/___ Hora de Finalización: ___/___ Lugar: _____

Entrevistado: _____ Sexo: H__ M__

Entrevistador: _____

Desarrollo:

- **Preguntas introductorias**
1. Cuénteme sobre su experiencia en el barrio. ¿Cuánto tiempo lleva viviendo en este sector? ¿Le gusta vivir aquí?
 2. ¿Qué es lo que más le gusta de vivir en este sector?
 3. ¿Al vivir cerca del mercado 9 de octubre, hace sus compras en el mercado? ¿o prefiere comprar a las personas que se ubican en las calles del barrio? ¿Por qué?

- **Comercio ambulante y vivencias personales**

4. ¿Qué opinión tiene sobre la presencia de comerciantes ambulantes en esta zona?
¿Cree que aportan a la dinámica y economía del sector?
5. ¿Lo ha beneficiado de alguna manera la presencia de comerciantes ambulantes en esta zona? Cuénteme en qué sentido.
6. ¿Ha tenido experiencias positivas o negativas con los comerciantes ambulantes en términos de productos, servicios o interacciones por el uso de las calles?
7. ¿Cree que las políticas y regulaciones actuales en relación con el comercio ambulante son adecuadas y aplicadas en la zona?
8. ¿Ha notado cambios en la zona debido a la presencia de los comerciantes ambulantes? (tráfico peatonal, vehicular, etc)
9. ¿Qué estrategias entre comerciantes ambulantes y residentes se han establecido para el uso de estas calles? Cuénteme cómo se ha organizado con los comerciantes.

Observaciones:

Anexo E. Dictamen de aprobación CEISH y Consentimiento informado



CARTA DE DICTAMEN Nro. CEISH-UC-2023-441

Cuenca, 29 de septiembre de 2023

Señor/a:
Nathaly Elizabeth Orden Verdugo
Universidad de Cuenca

ASUNTO: REVISIÓN DE PROTOCOLO DE INVESTIGACIÓN

Por medio de la presente y una vez que el protocolo de investigación presentado por el (la) Sr (a). NATHALY ELIZABETH ORDEN VERDUGO, que titula “REPENSANDO EL ESPACIO DESDE PRÁCTICAS SOCIO-ESPACIALES DE VENDEDORES AMBULANTES EN CALLES ALEDAÑAS AL MERCADO MUNICIPAL 9 DE OCTUBRE DE LA CIUDAD DE CUENCA.”, ha ingresado al Comité de Ética de Investigación en Seres Humanos de la Universidad de Cuenca (CEISH-UC), con fecha 22-09-23 (primera versión), y cuyo código asignado es 2023-007EO-SOC, luego de haber sido revisado y evaluado en la sesión ordinaria Nro 34 con fecha 26-09-23, dicho proyecto está APROBADO para su ejecución en el MERCADO MUNICIPAL 09 DE OCTUBRE al cumplir con todos los requerimientos éticos, metodológicos y jurídicos establecidos por el reglamento vigente para tal efecto.

Como respaldo de lo indicado, reposan en los archivos del CEISH-UC, tanto los requisitos presentados por el investigador, así como también los formularios empleados por el comité para la evaluación del mencionado estudio.

En tal virtud, los documentos aprobados sumillados del CEISH-UC que se adjuntan en físico al presente informe son los siguientes:

- Solicitud de aprobación
- Copia del Protocolo de investigación, que consta de 11 páginas
- Documento de consentimiento informado
- Declaración de confidencialidad
- Hoja de Vida de Investigador
- Carta de interés institucional

Cabe indicar que la información de los requisitos presentados es de responsabilidad exclusiva del investigador, quien asume la veracidad, originalidad y autoría de los mismos.

Es necesario que se tome en cuenta los siguientes aspectos:

1. El Comité no se responsabiliza por cualquiera de los posibles eventos por el manejo inadecuado de la información, lo cual es de entera responsabilidad de los investigadores.
2. Cualquier modificación en el protocolo, debe solicitar la aprobación de las enmiendas dentro de las siguientes veinte y cuatro (24) horas, de acuerdo al formato disponible en la página web <https://www.ucuenca.edu.ec/ceish>
3. Los investigadores son responsables de la ejecución correcta y ética de la investigación, respetando los documentos y condiciones aprobadas por el Comité, así como la legislación vigente aplicable y los estándares nacionales e internacionales en la materia.
4. El incumplimiento de estas responsabilidades podrá ser motivo de revocatoria de esta aprobación.

Así también se recuerda las obligaciones que el investigador principal y su equipo deben cumplir durante y después de la ejecución del proyecto:



- Informar al CEISH-UC la fecha, día y hora de inicio de la investigación.
- Presentar a este comité informe de avance de ejecución del proyecto a mitad del proceso, al correo del CEISH-UC: ceish@ucuenca.edu.ec, de acuerdo a los formatos que constan en la página web del CEISH-UC: <https://www.ucuenca.edu.ec/ceish>
- Cumplir todas las actividades que le corresponden como investigador principal, así como las descritas en el protocolo con sus tiempos de ejecución, según el cronograma establecido en dicho proyecto, vigilando y respetando siempre los aspectos éticos, metodológicos y jurídicos aprobados en el mismo.
- Aplicar el consentimiento informado a todos los participantes, respetando el proceso definido en el protocolo y el formato aprobado.
- Al finalizar la investigación, entregar al CEISH-UC el informe final del proyecto, al correo del CEISH-UC: ceish@ucuenca.edu.ec, de acuerdo a los formatos que constan en la página web del CEISH-UC: <https://www.ucuenca.edu.ec/ceish>

Esta aprobación tiene una duración de un año (365 días). Las investigaciones con una duración superior al año de vigencia de esta aprobación, deberán solicitar la renovación de su aprobación al menos sesenta (60) días calendario antes de que expire la vigencia de esta aprobación, de acuerdo al formato disponible en la página web <https://www.ucuenca.edu.ec/ceish>. El Comité estará dispuesto durante el desarrollo del estudio a responder cualquier inquietud que pudiere surgir tanto de los participantes como de los investigadores.

En toda correspondencia con el Comité, favor referirse con el **código** antes mencionado.

Atentamente,

Dr. Manuel Ismael Morocho Malla

Presidente del Comité de ética de Investigación en seres humanos de la Universidad de Cuenca

*Adaptado del CEISH codificado DIS-CEISH-PUCE-17-005 y DIS-CEISH-INSPI-09-009

Dirección: Av. El Paraíso s/n. junto al Hospital Vicente Corral Moscoso. Telf: 593-7-4051000 Ext.: 3165

Web: <https://www.ucuenca.edu.ec/ceish>

Correo: ceish@ucuenca.edu.ec

Cuenca - Ecuador



FORMULARIO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO

Título de la investigación: “Repensando el espacio desde prácticas socio-espaciales de vendedores ambulantes en calles aledañas al Mercado Municipal 9 de octubre de la ciudad de Cuenca.”

Datos del equipo de investigación:

	Nombres completos	# de cédula	Institución a la que pertenece
Investigador Principal (IP)	Nathaly Elizabeth Orden Verdugo	0107559296	Universidad de Cuenca

¿De qué se trata este documento?

De la manera más comedida y respetuosa le invitamos a usted a participar en este estudio, que se realizará en el año 2023. En este documento llamado "consentimiento informado" se explica las razones por las que se realiza el estudio, cuál será su participación y si acepta la invitación. También se explican los posibles riesgos, beneficios y sus derechos en caso de que usted decida participar. Después de revisar la información en este Consentimiento y aclarar todas sus dudas, tendrá el conocimiento para tomar una decisión sobre su participación o no en este estudio. No tenga prisa para decidir. Si es necesario, lleve a la casa y lea este documento con sus familiares u otras personas que son de su confianza.

Introducción

El Mercado Municipal 9 de octubre y sus calles aledañas conforman una de las zonas con gran influencia, sobre todo económica y comercial, en el centro histórico de la ciudad de Cuenca. Considerado a la vez como parte del espacio público-urbano de la ciudad, inclinado a la actividad comercial. Uno de los actores más importantes en el espacio público de la ciudad son los vendedores ambulantes/autónomos, quienes hacen de las calles de la ciudad de Cuenca su nuevo lugar de trabajo y encuentran en ellas una fuente de sustento a través del intercambio de sus productos. Dando así un nuevo uso a esos espacios urbanos/públicos, que originalmente no fueron diseñados para actividades económicas.

Objetivo del estudio

El objetivo de esta investigación es recolectar información sobre prácticas y actividades que realizan en su vida cotidiana como vendedores ambulantes/autónomos que se ubican en calles cercanas al mercado y plaza 9 de octubre, y cómo estas prácticas dan vida al espacio en donde realizan sus actividades y trabajo.

Descripción de los procedimientos

Para realizar la investigación es necesario realizar entrevistas a las personas que se dedican al comercio autónomo en la ciudad de Cuenca, específicamente en las calles Mariano Cueva y Antonio Vega Muñoz. Con el objetivo de conocer las experiencias, prácticas y actividades como comerciante en la zona. Las entrevistas a los participantes tardará de 30 a 40 minutos según la información que se brinde. Las mismas serán aplicadas en un lugar, fecha y hora que le sea accesible al participante para que no existan dificultades como ruido, y a la vez no quitarle su tiempo de trabajo.

Riesgos y beneficios

Es posible que uno de los riesgos como participante en la investigación sea el sentimiento de miedo de que su identidad sea publicada y el perder tiempo de su trabajo. Por lo que la investigación cuenta con fines solamente académicos y su nombre no será expuesto. Sobre su tiempo de trabajo, es importante coordinar una fecha y hora que no afecte a su labor como comerciante y así no pierda tiempo.

Los beneficios de esta investigación es que con ella se espera reconocer su rol como comerciante en el espacio público de la ciudad de Cuenca, y así la información sea base para nuevos proyectos sociales que involucren a los comerciantes y su situación actual.

Otras opciones si no participa en el estudio

Es importante tener claro que no tiene obligación de participar en el estudio. Esto no afectará para nada en su trabajo o cualquier otra situación. Es libre de decidir su participación en el estudio.

Derechos de los participantes *(debe leerse todos los derechos a los participantes)*

Usted tiene derecho a:

- Recibir la información del estudio de forma clara;
- Tener la oportunidad de aclarar todas sus dudas;
- Tener el tiempo que sea necesario para decidir si quiere o no participar del estudio;
- Ser libre de negarse a participar en el estudio, y esto no traerá ningún problema para usted;
- Ser libre para renunciar y retirarse del estudio en cualquier momento;
- Recibir cuidados necesarios si hay algún daño resultante del estudio, de forma gratuita, siempre que sea necesario;
- Derecho a reclamar una indemnización, en caso de que ocurra algún daño debidamente comprobado por causa del estudio;
- Tener acceso a los resultados de las pruebas realizadas durante el estudio, si procede;
- El respeto de su anonimato (confidencialidad);
- Que se respete su intimidad (privacidad);
- Recibir una copia de este documento, firmado y rubricado en cada página por usted y el investigador;
- Tener libertad para no responder preguntas que le molesten;
- Estar libre de retirar su consentimiento para utilizar o mantener el material biológico que se haya obtenido de usted, si procede;
- Contar con la asistencia necesaria para que el problema de salud o afectación de los derechos que sean detectados durante el estudio, sean manejados según normas y protocolos de atención establecidas por las instituciones correspondientes;

Usted no recibirá ningún pago ni tendrá que pagar absolutamente nada por participar en este estudio.

Información de contacto

Si usted tiene alguna pregunta sobre el estudio por favor llame al siguiente teléfono **0992788230** que pertenece a Nathaly Orden, investigadora principal o envíe un correo electrónico a nathalye.orden@ucuenca.edu.ec

Consentimiento informado

Comprendo mi participación en este estudio. Me han explicado los riesgos y beneficios de participar en un lenguaje claro y sencillo. Todas mis preguntas fueron contestadas. Me permitieron contar con tiempo suficiente para tomar la decisión de participar y me entregaron una copia de este formulario de consentimiento informado. Acepto voluntariamente participar en esta investigación.

Nombres completos del/a participante		Firma del/a participante		Fecha
Nombres completos del/a investigador/a		Firma del/a investigador/a		Fecha

Si usted tiene preguntas sobre este formulario puede contactar al Dr. Ismael Morocho Malla, Presidente del Comité de Ética de Investigación en Seres Humanos de la Universidad de Cuenca, al siguiente correo electrónico: ismael.morocho@ucuenca.edu.ec