MEMORIA DE TÍTULO

ELEMENTOS URBANOS PARA EL COMERCIO DE PRODUCTOS EN LA VÍA PÚBLICA



Autor: Andrea Valeria Arenas Zamorano
Profesor Guía: Héctor Peña Wassaf

INDICE

CAPÍTULO I 8
Formulación del Proyecto

1.- INTRODUCCIÓN 9

2.- RESUMEN DEL PROYECTO 9

3.- FUNDAMENTO DEL PROYECTO 10

4.- OBJETIVOS 11

4.1.-Objetivo General 11

4.2.-Objetivos Específicos 11

5.- IMPACTOS DEL PROYECTO 11

5.1.- Impacto Social 11

5.2.- Impacto Cultural 12

5.3.- Impacto Económico 12

5.4.- Impacto Ambiental 12

6.- ETAPAS DEL PROYECTO 12

6.1.- Recopilación y análisis de antecedentes 12

6.2.- Conclusiones generales 12

6.3.- Planteamiento 12

6.4.- Definición de proyecto 13

6.5.- Diseño del Sistema Producto. 13

CAPÍTULO II 14
Recopilación y análisis de antecedentes

1.-MOBILIARIO URBANO 15

1.1.-Definición Mobiliario Urbano 15

1.2.-Propuesta de definición de Mobiliario Urbano 20

1.3.-Clasificación Mobiliario Urbano 20

1.3.1.-Elementos de Urbanización y Limitación 21

1.3.2.-Elementos de Descanso 22

1.3.3.-Elementos de Iluminación 25

1.3.4.-Elementos de Jardinería y Agua 26

1.3.5.-Elementos de Comunicación 29

1.3.6.-Elementos de Servicio Público 30

1.3.7.-Elementos Comerciales 32

1.3.8.-Elementos de Limpieza 33

1.3.9.- Conclusiones preliminares sobre clasificación de mobiliario urbano 34

2.-ANÁLISIS MOBILIARIO URBANO VALPARAÍSO Y VIÑA DEL MAR 34

2.1.-Elementos de Urbanización y Limitación 34

2.1.1.-Conclusiones Preliminares 37

2.2.-Elementos de Descanso 38

2.2.1.-Conclusiones Preliminares 40

2.3.-Elementos de Iluminación 41

2.3.1.-Conclusiones Preliminares 43

2.4.-Elementos de Jardinería y Agua 43

2.4.1.-Conclusiones Preliminares 46

2.5.-Elementos de Comunicación 47

2.5.1.-Conclusiones Preliminares 49

2.6.-Elementos de Servicio Público 49

2.6.1.-Conclusiones Preliminares 52

2.7.-Elementos Comerciales 52

2.7.1.-Conclusiones Preliminares 55

2.8.-Elementos de Limpieza 55

2.8.1.-Conclusiones Preliminares 57

2.9.-Conclusiones Generales Mobiliario Urbano Valparaíso y Viña del Mar 58

3.- QUIOSCOS: ELEMENTOS COMERCIALES DEL MOBILIARIO URBANO 60

3.1.-Definición de quioscos 60

3.2.-Aspectos a analizar 61

3.2.1.- Legales y Funcionamiento 61

3.2.2.- Comercialización de productos 64

3.2.3.- Uso 67

3.2.4.- Climatológicos 69

3.2.5.- Seguridad 71

3.2.6.- Estructurales 72

3.2.7.- Espaciales 73

3.3.- Usuario 75

3.4.-Oferta de quioscos a nivel mundial 76

3.4.1.- Quiosco modelo KPM y modelo Gran Vía 76

3.4.2.- Quiosco Laika 78

3.4.3.- Quiosco Habana 79

3.5.-Oferta de quioscos a nivel local 80

3.5.1.- Quioscos observados en Viña del Mar 80

3.5.1.1.- Quiosco de base hexagonal con cubierta de módulos triangulares 81

3.5.1.2.- Quiosco de base hexagonal con marquesina abatible y cúpula de cuatro lados, tamaño pequeño 81

3.5.1.3.- Quiosco de base hexagonal sin marquesina y cúpula de cuatro lados, tamaño pequeño 82

3.5.1.4.- Quiosco de base hexagonal con marquesina abatible y cúpula de cuatro lados, tamaño medio 82

3.5.1.5.- Quiosco de base rectangular 84

3.5.2.- Quioscos observados en Valparaíso 85

3.5.2.1.- Quiosco de base octogonal con cubierta de módulos triangulares, tamaño medio 85

3.5.2.2.- Quiosco de base hexagonal con cubierta de cúpula, tamaño grande. 87

3.5.2.3.- Quiosco de base rectangular y estructura metálica. 87

3.6.-Conclusiones Generales 88

CAPÍTULO III 89
Conclusiones

1.- CONCLUSIONES GENERALES 90

CAPÍTULO IV 91
Planteamiento

1.- ENFOQUE PERSONAL 92

1.1.- Objetivos de diseño 92

1.2.- Requerimientos de diseño 93

1.3.- Propuesta 93

CAPÍTULO V 95
Definición de Proyecto

1.- IDEA DE PROYECTO 96

2.- PERFIL DE PROYECTO 96

2.-STAKEHOLDERS: RED DE ACTORES 98

3.-PREFACTIBILIDAD 99

3.1.- Estudio de Mercado 99

3.2.- Estudio Técnico 101

3.3.- Estudio Organizativo legal 101

3.4.- Estudio Financiero 102

3.5.- Estudio Ambiental 103

4.- EVALUACIÓN ECONÓMICA 103

4.1.- Flujo de caja 103

5.- ANÁLISIS ESTRATÉGICO 109

5.1.- Misión 109

5.2.- Visión 109

5.3.-Análisis FODA 109

5.4.- Objetivos 110

5.4.1.- Objetivo general 110

5.4.2.- Objetivos específicos 110

5.5.- Análisis competitivo (5 fuerzas de Porter) 110

CAPÍTULO VI 111
Diseño del Sistema Producto

1.- GÉNESIS Y DESARROLLO DE LA SOLUCIÓN 112

1.1.- Génesis Formal 112

1.2.- Desarrollo Formal 117

1.3.- Planimetría 129

1.4.- Despiece 132

1.5.- Especificaciones Técnicas 134

2.- DESARROLLO DE ESTRATEGIA DE SERVICIO 137

2.1.- Experiencia de uso o consumo 137

2.2.- Actionboard 138

3.- DESARROLLO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN 138

3.1.- Canales y Medios 138

3.2.- Mensajes y Tonos 138

3.3.- Emisores, Fuentes, receptores, públicos 138

CAPÍTULO VII 139
Anexos

1.- ENCUESTA A SUPLEMENTEROS 139

2.- RESULTADOS ENCUESTA SUPLEMENTEROS 149

3.-ORDENANZA PARA EL OTORGAMIENTO DE PERMISOS EN LA VÍA PÚBLICA RESPECTO DE QUIOSCOS Y CARROS MÓVILES. 181

4.- COMBINACIONES DE PLANTAS MODULARES 188

BIBLIOGRAFÍA 195

CAPÍTULO I
Formulación del Proyecto

1.-INTRODUCCIÓN

A continuación se expondrá el desarrollo del proyecto, el que se enmarca en el área de elementos urbanos destinados al comercio de productos en la vía pública. Con el fin de tener una visión general del área a intervenir, correspondiente al mobiliario urbano, se analizarán las diversas familias de elementos encontrados en la ciudad destinados a satisfacer las variadas necesidades del ciudadano. Luego, para contextualizar el proyecto, se evaluará la oferta de dichos elementos existente en Valparaíso y se comparará con lo encontrado en Viña del Mar. Posteriormente, con el fin de obtener la información necesaria para el desarrollo de una propuesta ajustada a las necesidades actuales de sus usuarios directos, se realizará una encuesta a una muestra significativa de suplementeros, cuyos resultados serán vitales para definir la problemática. Finalmente, con toda la información obtenida, se establecerán parámetros y requisitos de diseño, los que servirán de guía para el desarrollo de la propuesta.

2.- RESUMEN DEL PROYECTO

Este proyecto nace de la necesidad de hacer del espacio público de la ciudad un lugar que acoja y no inhiba instancias de relación, identificación, de manifestaciones colectivas y de comunicación.

Carmin Rodríguez, destacada arquitecto chilena, señala que "el espacio público contiene una naturaleza dual: por un lado estructuras físicas, espacialidad y elementos morfológicos que lo mantienen y lo moldean, y por otro expresiones de habitar, apropiaciones, ritos, etc." (1) Aquellas "expresiones de habitar" como define Rodríguez, se sustentan en los "elementos morfológicos" dentro de los cuales se encuentra el mobiliario urbano, cuyo fin es establecer el nexo entre el ente social y la ciudad. Estos elementos deben brindar diversos servicios, orientados al desenvolvimiento eficaz del habitante en los espacios públicos de la ciudad.

Dada la variedad de elementos pertenecientes a la familia de elementos urbanos y al surgimiento constante de nuevas necesidades, su diseño no ha sido desarrollado con una visión sistémica de conjunto, lo que ha resultado en la disposición arbitraria de elementos, sin relación alguna entre sí, con el entorno urbano ni con la imagen ciudad que se desea transmitir.

Se analizaron detenidamente diversos grupos de mobiliario urbano (descanso, iluminación, servicios, comercio, limpieza, etc.) en los principales ejes comerciales de las ciudades de Viña del Mar y Valparaíso detectándose graves deficiencias en todos ellos. Sin embargo, uno de los elementos urbanos cuya evaluación resultó crítica fueron los elementos comerciales, tales como, quioscos y carros móviles. Éstos tienen un mayor impacto en su entorno inmediato y a mayor escala, en la percepción de ciudad. Esto, debido a su mayor volumen, su ubicación en angostas veredas y a la constante interacción social que el intercambio comercial genera.

(1) Universidad de Chile, Facultad de Arq., Urbanismo y Diseño Industrial https://www.u-cursos.cl/fau/2008/0/DIP- 201/2/material_alumnos/previsualizar?id_material=3350

En consecuencia, dada la actual deficiencia de los elementos comerciales existentes en la ciudad de Valparaíso, particularmente los quioscos por su carácter permanente, sumado al impacto negativo tanto en quienes deben trabajar en ellos, como en los transeúntes, y, en definitiva, en la ciudad, se pretende la resignificación de los quioscos como componentes de un sistema urbano coherente, rehabilitando así el espacio público de la ciudad.

3.-FUNDAMENTO DEL PROYECTO

Como sabemos, Valparaíso es ciudad Patrimonio de la Humanidad, nombramiento que junto con múltiples beneficios, trae también obligaciones. Dentro de este contexto, se encuentra en desarrollo el Programa de Recuperación y Desarrollo Urbano Valpo Mío, el cual tiene como objetivo principal "contribuir a acelerar la revitalización de la ciudad de Valparaíso, poniendo en valor el patrimonio urbano como fundamento de nuevas actividades económicas y sociales, que beneficien a la población, especialmente de menores ingresos". El proyecto evidencia la urgente necesidad de revitalizar la ciudad.

El primer paso del proyecto Valpo Mío contempla la recuperación urbana tanto de entornos partrimoniales integrados, como de "servicios y equipamientos de la ciudad". El objetivo es "mejorar el ambiente urbano mediante inversión en espacios públicos". (2)

Con respecto a los elementos comerciales, el proyecto incluyó el diseño de un quiosco para las zonas patrimoniales, el cual no logró satisfacer las necesidades expresadas por los suplementeros, quienes expresaron su rechazo ante la propuesta.

Claramente, Valparaíso y su particular morfología, impone condiciones complejas que deben ser estudiadas profundamente para llegar a una propuesta coherente que concilie todos los aspectos involucrados.

La ciudad misma, los elementos urbanos que se encuentran en ella y el ciudadano en particular, son los tres factores que deben interactuar armónicamente con el fin de propiciar la vida urbana. Al intervenir eficazmente uno de estos factores, los elementos urbanos, se lograría mejorar efectivamente esta particular relación.

El proyecto se centra en la ciudad de Valparaíso, en donde los elementos urbanos comerciales o quioscos no constituyen una solución generando impactos negativos en múltiples niveles. A nivel de ciudad representan un hito de contaminación visual, sin relación formal entre sí, evidentemente desarticulados. Para el transeúnte, estos elementos representan un obstáculo que entorpece el tránsito en las zonas que se ubican. Finalmente, quien debe trabajar en él se ve sometido a pésimas condiciones laborales, pues debe adecuar su actividad a las limitadas posibilidades espaciales que brinda el elemento. Lo anterior revela la urgencia de una nueva propuesta ajustada a las necesidades actuales.

(2) Municipalidad de Valparaíso, www.municipalidaddevalparaiso.cl/area.php?id=39

4.-OBJETIVOS

4.1.-Objetivo General

• Contribuir a la integración de una visión sistémica en el diseño de elementos urbanos comerciales conciliando eficazmente las necesidades de los distintos actores involucrados.

4.2.-Objetivos Específicos

Usuario (suplementero)

• Mejorar las condiciones laborales, entre ellas, aspectos de uso, función, seguridad, climatológicos, etc.

• Dignificar la labor del suplementero

• Diseñar un elemento comercial ajustado a los requerimientos y condiciones actuales de la labor del suplementero.

Ciudadano

• Generar elementos comerciales integrados al espacio urbano en el que se emplazan, no entorpeciendo el flujo de transeúntes.

• Generar confianza con respecto al nivel de servicio que se recibirá.

Comunidad

• Constituir referentes urbanos que refuercen el sentimiento de pertenencia e identificación con la ciudad.

Productor

• Generar un elemento cuyo proceso productivo sea eficiente

• Reducir al máximo los recursos utilizados.

• Aplicar criterio de modularidad facilitando la fabricación.

5.- IMPACTOS DEL PROYECTO

5.1.- Impacto Social

• Mejoramiento de condiciones de habitabilidad y confort de los suplementeros de Valparaíso.

- Dignificación de la labor del suplementero
- Capacitación de suplementeros como vendedores profesionales.

5.2.- Impacto Cultural

- Fortalecimiento del sentimiento de pertenencia a la ciudad por parte de sus habitantes.
- Instauración de referentes urbanos de alto valor para la comunidad.
- Mejora en el servicio por capacitación de suplementeros.

5.3.- Impacto Económico

- Incremento en la eficiencia y reducción en los costos administrativos y operativos del sistema por parte de los suplementeros como parte de los beneficios de un diseño ajustado a las necesidades actuales.
- Incremento en el nivel de ventas por mejora del servicio.

5.4.- Impacto Ambiental

- Creación de nuevo esquema de trabajo acorde con principios básicos de sustentabilidad. (eje: mayor capacidad de almacenamiento significa una reducción de viajes para abastecimiento; reducción emisiones contaminantes)
- Racionalización de los recursos materiales necesarios para la fabricación del producto.

6.- ETAPAS DEL PROYECTO

6.1.- Recopilación y análisis de Antecedentes

- Mobiliario Urbano, clasificaciones, definición personal
- Análisis mobiliario urbano Valparaíso, conclusiones preliminares.
- Realización de encuestas a suplementeros, conclusiones preliminares.
- Análisis quioscos, definición aspectos relevantes a considerar.
- Estudio de casos a nivel local y mundial

6.2.- Conclusiones Generales

6.3.- Planteamiento

- Posición personal, objetivos y requerimientos de Diseño, propuesta

6.4.- Definición del proyecto

- Idea y perfil de Proyecto
- Stakeholders: Red de Actores
- Prefactibilidad
- Evaluación económica
- Análisis estratégico

6.5.- Diseño del Sistema Producto

- Génesis y desarrollo de la solución
- Desarrollo Estrategia de Servicio
- Desarrollo Estrategias de Comunicación

CAPÍTULO II
Análisis y recopilación de antecedentes

1.-MOBILIARIO URBANO

1.1.-Definición Mobiliario Urbano

Para investigar el origen del término *Mobiliario urbano,* se analizará primero la definición de la frase según el diccionario de la Lengua Española de la Real Academia Española.

MOBILIARIO URBANO

1. m. Conjunto de **instalaciones** facilitadas por los **ayuntamientos** para el **servicio** del vecindario, como bancos, papeleras, marquesinas, etc.

A continuación se definen las palabras claves de la definición según el mismo diccionario.

Instalación.	**Ayuntamiento.**	**Servicio público.**
1. f. Acción y efecto de instalar o instalarse.	(De *ayuntar*).	**1.Actividad llevada a cabo por la Administración o, bajo un cierto control y regulación de esta actividad, por una organización, especializada o no, y destinada a satisfacer necesidades de la colectividad** (5)
2. f. Conjunto de cosas instaladas.	**1.** m. Acción y efecto de ayuntar o ayuntarse.	
3. f. Recinto provisto de los medios necesarios para llevar a cabo una actividad profesional o de ocio. U. m. en pl. *Instalaciones industriales, educativas, deportivas.* (3)	**2. m. Corporación compuesta de un alcalde y varios concejales para la administración de los intereses de un municipio.** (4)	

Esta definición, pone de manifiesto lo siguiente:

1.-El carácter permanente del mobiliario, por el uso de la palabra instalaciones, la cual sugiere esta idea.

2.- Adjudica la responsabilidad de su gestión a organismos estatales por lo que indirectamente señala su ubicación en los espacios públicos.

3.-Define como objetivo constituirse en un servicio público, es decir, que satisfaga las necesidades de la colectividad, fijando el objetivo correctamente en los usuarios.

Analizada la definición general del término *Mobiliario Urbano*, es posible tener una idea general del significado del término. Sin embargo, varios aspectos quedan solo insinuados, por lo que se procede a investigar definiciones específicas procedentes en su mayoría del área de estudio del urbanismo.

3- 5 Diccionario de la lengua española, vigésima segunda edición, www.rae.es/rae.html

• El diccionario Ariel de urbanismo define el mobiliario urbano como:

"Objetos de diversa índole, morfología y funcionalidad que se distribuyen en los espacios públicos (viario, áreas peatonales, plazas, paseos, parques, jardines); fomenta la higiene y limpieza (papeleras, evacuatorios caninos, contenedores de basura, vidrio y escombros); facilita el recreo infantil (aparatos de juego)." (6)

Esta definición claramente sugiere lo siguiente

1.-Variedad: La existencia de una variedad de objetos pertenecientes a la denominación *mobiliario urbano*.
2.-Ubicación: Los ubica explícitamente en los espacios públicos de la ciudad, mencionando ejemplos clarificadores.
3.-Utilidad: Queda claro que estos objetos deben prestar un servicio al mencionar dos funciones específicas. Claramente podría haberse mencionado más funciones.

• Mario Camacho Cardona, arquitecto mexicano, en su diccionario de arquitectura y urbanismo define *mobiliario urbano* de la siguiente manera:

"Objetos o efectos públicos que amueblan los espacios urbanos, como bancas, semáforos, postes, etc." (7)

Sin duda, esta definición es imprecisa. Las ideas que se pueden extraer son las siguientes

1.-Variedad: Esto queda demostrado al nombrar ejemplos de diversa categoría, tales como bancas, semáforos, postes, etc.
2.- Movilidad: Se utiliza el término "amueblan" que viene de mueble, es decir, objetos que se pueden mover.
3.- Ubicación: Ubicados en los "espacios urbanos".

No establece categorías, no define claramente el emplazamiento de los *espacios urbanos*. Además, el término usado, *amueblan,* sugiere la movilidad del mobiliario urbano, aspecto explicado con anterioridad.

Para José Martínez Sarandeses, arquitecto y urbanista español, bajo el término mobiliario urbano se agrupan "todos aquellos componentes inertes del espacio público que tienen expresión física pero que además, no están relacionados con las farolas de alumbrado, con los soportes de información ni con los elementos estructurales de la arquitectura. A saber, asientos, papeleras, fuentes de agua para beber y ornamentales, mojones de separación y protección, jardineras, pasamanos, juegos infantiles, pilonas, cabinas de todo tipo, buzones, estacionamientos para bicicletas entre otros.

(6) Grupo ADUAR, Naranjo, de la Vega y otros, "Diccionario de geografía urbana, urbanismo y ordenación del territorio" Pág. 225-226.
(7) Mario Camacho Cardona, "Diccionario de Arquitectura y Urbanismo",Pág. 467.

También se incluyen en esta denominación los contenedores ubicados en el espacio público, ya sean para basura, escombros, vidrio, etc." (8)

Las ideas claves son las siguientes:

1.-Variedad: La existencia de una variedad de objetos pertenecientes a la denominación *mobiliario urbano*.
2.-Ubicación: Claramente señala su ubicación en los espacios públicos.
La definición de Martínez Sarandeses, aporta más información para establecer qué es mobiliario urbano y qué no; sin embargo, sería mejor establecer clasificaciones en vez de solo nombrar ejemplos. Además, menciona que el término analizado agrupo solo *componentes inertes,* sin embargo, elementos tales como plantas, césped, y el llamado "árbol urbano" definido por Francisco Harrison, citado a continuación, forman parte de los elementos vitales constituyentes del mobiliario urbano de casi toda ciudad.

• Francisco Harrison describe qué es mobiliario urbano mediante la realización una interesante muestra tipológica y fotográfica de una cantidad considerable de piezas en diversos lugares del mundo. Llama a este tipo de artefactos mueble urbano, y lo ubica dentro del capítulo de "Elementos del espacio público" donde también tiene cabida los árboles urbanos, pavimentos, iluminación artificial, circulaciones, arte urbano, carteles y rótulos, elementos de publicidad, juegos infantiles. entre otros. (9)

Harrison sugiere lo siguiente con su definición:

1.-Variedad: La existencia de una variedad de objetos pertenecientes a la denominación *mobiliario urbano*.
2.-Movilidad: Al utilizar el término "mueble urbano" sugiere la movilidad de éste.
3.-Ubicación: Claramente señala su ubicación en los espacios públicos.

Claramente el estudio de Francisco Harrison es completo en cuanto a definición de tipologías, las que menciona en sus publicaciones. El término que utiliza "mueble urbano" no es el más adecuado pues como hemos visto, sugiere la movilidad del elemento.

• El destacado arquitecto Màrius Quintana Creus da su interesante opinión en el prólogo del libro *Elementos Urbanos, mobiliario y microarquitectura* de Josep Ma. Serra.

Quintana menciona que el término mobiliario urbano no es correcto pues es una mala traducción del francés "Mobilier urbain" o del inglés "Urban furniture".

(8) José Martínez Sarandeses, María Agustina Herrero Molina, María Medina Muro; "Espacios públicos urbanos" Madrid 1990
(9) Francisco Harrison Ogalde, y Bruce Swain Smith, "Guía de diseño para el espacio público", Ministerio de Vivienda y Urbanismo, Chile, página 166, año 2003

Quintana señala que la idea de amueblar o decorar la ciudad es la que le parece errónea y que lleva a confusión. Más bien propone el término Elementos Urbanos y lo define como "objetos que se utilizan y se integran al paisaje urbano, y deben ser comprensibles para el ciudadano, Uso, integración y comprensión son conceptos básicos para la valoración de todo el conjunto de objetos que encontramos en los espacios públicos de la ciudad" (10)

En pocas palabras, Quintana es capaz de definir conceptualmente el término acuñado por él "*Elementos urbanos"* en reemplazo del ya difundido *Mobiliario Urbano*. Para poder analizar este nuevo término se definirá el término *elemento*, según el diccionario de la Real Academia Española:

elemento. (Del lat. *elementum*).

1. m. Principio físico o químico que entra en la composición de los cuerpos.

2. m. En la filosofía natural antigua, cada uno de los cuatro principios inmediatos fundamentales considerados como constitución de los cuerpos, es decir, la tierra, el agua, el aire y el fuego.

3. m. Fundamento, móvil o **parte integrante de algo**. *La agricultura es el primer elemento de la riqueza de las naciones*

4. m. Medio en que se desarrolla y habita un ser vivo.

5. m. En una estructura formada por piezas, cada una de estas. (11)

Claramente, debemos enfocarnos en la tercera y la quinta acepción. Se menciona que la palabra *elemento* se refiere a la *parte integrante de algo* o *una estructura formada por piezas, cada una de estas.*

De lo anterior podemos concluir que el término *Elementos Urbanos,* por sí solo sugiere lo siguiente:

1.-La idea de un sistema o estructura compuesta por partes relacionadas entre sí.
2.-Su relación o pertenencia a la ciudad.

A pesar de que este término pudiera resultar más ambiguo que mobiliario urbano, conceptualmente se ajusta adecuadamente a la idea que se quiere transmitir. Ahora si analizamos la definición del término elaborada por Quintana obtenemos las siguientes ideas claves:

1.- Variedad: Menciona claramente un "conjunto de objetos" que pertenecen a la denominación de elemento urbano.

10) Josep María Serra "Elementos urbanos: mobiliario y microarquitectura, Editorial Gustavo Gili, S.A., pág 6,1996.
(11) Diccionario de la lengua española, vigésima segunda edición, www.rae.es/rae.html

2.- Utilidad: Queda claro al decir "objetos que se utilizan", es decir, prestan un servicio al ciudadano.
3.- Ubicación: Se ubican en los espacios públicos de la ciudad.
2.- Integración ciudad: Deben integrarse al paisaje urbano.
3.- Relación Ciudadano: Establece una relación entre estos objetos y el ciudadano al decir que deben ser comprensibles para el ciudadano

Como espacios públicos se entiende el territorio común de todos y para todos y de acceso libre en el cual se desarrollan actividades humanas que generalmente carecen de privacidad. Este lugar debe permitir el encuentro e intercambio entre los habitantes de la ciudad, siendo un lugar de relación, identificación, de manifestaciones colectivas y de comunicación. (12)

• Otra interesante definición es la que aporta el mismo Josep María Serra, autor del libro *Elementos urbanos, mobiliario y microarquitectura*. Él dice que "los elementos de mobiliario urbano y microarquitectura se instalan en el espacio público con el propósito común de ofrecer un servicio al ciudadano; un servicio que tiene usos y funciones muy diferentes, ya que van surgiendo conforme aparecen nuevas necesidades en la ciudad, la comunicación, el ocio, el descanso, el mantenimiento, la limpieza, la limitación y la ordenación de espacios peatonales y rodados, etc. Son elementos destinados al uso del ciudadano, puesto que es el ciudadano quien en ellos se sienta, compra, o espera.".(13)

Según la definición de Serra, se extraen las siguientes ideas importantes:

1.- Microarquitectura: Junto con mencionar elementos de mobiliario urbano, agrega el término *microarquitectura*, elementos de mayor envergadura que modifican su entorno como, por ejemplo, quioscos.
2.- Permanencia: Queda claro que tanto el mobiliario urbano como los elementos de microarquitectura son de carácter permanente al decir "se instalan"
3.- Utilidad: Menciona que estos elementos ofrecen un servicio al ciudadano, servicio que tienes diferentes usos y funciones en el transcurso del tiempo.
3.- Ubicación: Define, al igual que Quintana, su ubicación en los espacios públicos de la ciudad.
4.- Variedad: Serra define categorías a las que les asigna funciones específicas. (comunicación, descanso, limpieza, etc.)
5.-Relación ciudadano: Queda establecida la relación que estos objetos deben tener con el ciudadano al mencionar que "están destinados al uso del ciudadano, puesto que es el ciudadano quien en ellos se sienta, compra, o espera."

(12) Universidad de Chile, Facultad de Arq., Urbanismo y Diseño Industrial https://www.u-cursos.cl/fau/2008/0/DIP- 201/2/material_alumnos/previsualizar?id_material=3350
(13) Josep María Serra "Elementos urbanos: mobiliario y microarquitectura, Editorial Gustavo Gili, S.A., pág 18,1996.

1.2.-Propuesta de definición de Mobiliario Urbano

De todas las definiciones analizadas se rescataron aspectos relevantes, principalmente de las definiciones aportadas por Marius Quintana y Josep Ma. Serra.

En primer lugar, se utilizará el término Elementos Urbanos, pues como ya se explicó la palabra elementos sugiere formar parte de un todo mayor, en el que cada pieza o parte puede corresponder a una clasificación distinta sin dejar de pertenecer a una misma familia. Sin embargo, en ocasiones se utilizará la denominación Mobiliario urbano, dado lo extendido de su uso.

Con el término Elementos urbanos nos referiremos a "Cada uno de los objetos instalados en el espacio público destinados a prestar diversos servicios a los habitantes de la ciudad. Estos elementos integrados al espacio urbano constituyen un nexo entre los ciudadanos y la ciudad, propiciando la vida urbana.

En la definición propuesta se encuentran las siguientes ideas claves extraídas del análisis de las definiciones mencionadas:

1.-Variedad: Se insinúa la existencia de una variedad de elementos ala decir "cada uno de los objetos…", además se utiliza la expresión "diversos servicios" lo que denota la existencia de diversas categorías de elementos.
2.-Utilidad: Su utilidad queda expresada claramente al mencionar que estos objetos "prestan diversos servicios"
3.-Permanencia: Queda clara la permanencia de estos objetos al mencionar que se encuentran "instalados en el espacio público".
4.- Ubicación: Se ubican en los "espacios público de la ciudad"
5.-Integración ciudad: Se rescata la idea de Quintana, de que estos elementos deben integrarse al espacio urbano al decir "elementos integrados al espacio urbano"
6.-Relación ciudadano: Sin duda este aspecto es clave, y queda explícito en la definición al decir "estos elementos integrados al espacio urbano constituyen un nexo entre los ciudadanos y la ciudad, propiciando la vida urbana"

1.3.-Clasificación Mobiliario Urbano

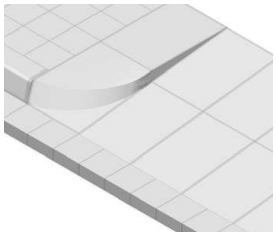
La clasificación de mobiliario urbano a continuación se basa en la clasificación de Josep Ma. Serra mencionada en el libro Elementos Urbanos, Mobiliario y Microarquitectura.

La agrupación de elementos se ha hecho según su utilización y comprende ocho grupos que abarcan todos los elementos que existen en los espacios urbanos: Urbanización y Limitación, Descanso, Iluminación, Jardinería y Agua, Comunicación, Servicio Público, Comercial y Limpieza

1.3.1.-Elementos de Urbanización y Limitación

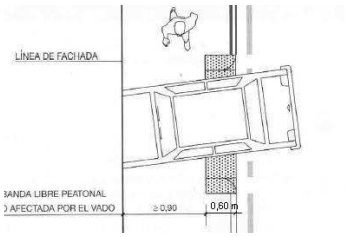
Son los elementos que por su extensión, pueden ofrecer una visión unitaria del territorio de la ciudad. Dentro de esta categoría se encuentran vados de vehículos, vados peatonales, barandilla, vallas, barreras arquitectónicas, pilonas, etc.

Vado peatonal: Se refiere a las modificaciones de las zonas de un itinerario peatonal, mediante planos inclinados que comunican niveles diferentes, que facilitan a los peatones el cruce de las calzadas destinadas a la circulación de vehículos. (14)





Vado vehicular: Los vados para vehículos son zonas de acera que modifican su estructura para posibilitar la entrada y salida de vehículos desde la línea de fachada hasta la calzada. (15)





Pilona o Bolardo: Son elementos unitarios que emergen del suelo, cuya agrupación alineada o unitaria, define límites físicos y virtuales de accesibilidad a espacios determinados. (16)





(14) Construmática, www.construmatica.com/construpedia/Vados_Peatonales
(15) Construmática, www.construmatica.com/construpedia/Vados_para_Vehículos
(16) Francisco Harrison Ogalde, y Bruce Swain Smith, "Guía de diseño para el espacio público", Ministerio de Vivienda y Urbanismo, Chile, página 166, año 2003

Valla: Se construyen para la protección de las personas, cuando es necesario impedir el acceso de éstas a la calzada en zonas de la ciudad potencialmente peligrosas. (17)





Dentro de esta categoría se encuentran elementos que se han integrado a tal grado que son imperceptibles al ciudadano, como los vados peatonales y vehiculares. Estos elementos se alejan del concepto de objeto que les suele ser atribuidos al mobiliario urbano.

En síntesis los elementos de urbanización y limitación:

- Pretenden armonizar el desplazamiento en el espacio público tanto de peatones como de vehículos.
- Generan o refuerzan límites de recorrido existentes en la ciudad.
- A menudo, se sustentan en la disposición repetida y alineada de objetos iguales.
- Su entendimiento por parte del ciudadano es fundamental para evitar accidentes.

1.3.2.-Elementos de Descanso

Los elementos destinados al descanso son los primeros que identificamos como mobiliario urbano. En este grupo se incluyen los bancos, las banquetas y las sillas. El sentarse es una de las actividades primordiales de la vida urbana, pues posibilita la permanencia de las personas.

Según la Guía de Diseño del Espacio Público de Francisco Harrison y Bruce Swain, "el espacio público debe permitir el sentarse como acto natural, espontáneo, no solo en bancas, sino también sobre otros elementos como prados, bordes de jardineras, gradas, bordes de piletas, etc." (18)

(17) Francisco Harrison Ogalde, y Bruce Swain Smith, "Guía de diseño para el espacio público", Ministerio de Vivienda y Urbanismo, Chile, página 223, año 2003
(18) Íbid., 147

A continuación se exponen algunos ejemplos de reconocidos diseñadores.



Banco *Catalano*
Lluís Cotet – Óscar Tusquets (1974)

Banco de exteriores en acero *deployé*, precursor y un clásico del mobiliario urbano. Puede adaptarse a cinco tipos de patas distintas: para apoyar, para colgar, para empotrar, doble para apoyar y doble para empotrar. Se fabrica en módulos de un metro de largo que pueden unirse para formar bancos de cualquier longitud múltiplo del módulo base. (19)



Banco *Lestrusa*
De Ferrari – Jacómusi – Germak – Laurini (1988)

Banco de exteriores en perfil de aluminio estrusionado, formado por tres perfiles ensamblados. Formalmente de gran sencillez y con una curvatura ergonómica estudiada para garantizar el máximo confort (20)



Sillas *La Villete, Phillippe Stark* (1988)

Silla pivotante (360º) individual de planchas de fundición de aluminio preformadas y soldadas. Esta silla tiene la particularidad de poder colocarse en grupo de una forma bastante anárquica. Los mismos usuarios se agrupan o se individualizan. (21)

Como menciona Serra, la silla La Villette, "aporta modernidad en su concepción de elemento giratorio que permite al usuario escoger sentarse hacia las mejores vistas, el mejor asoleamiento o la mejor compañía. Se rompe así la inmovilidad del mobiliario urbano aunque sin alcanzar la total libertad de las sillas del Jardín du Luxemburg o de las Tulleries en París". (22)

(19) Josep María Serra "Elementos urbanos: mobiliario y microarquitectura, Editorial Gustavo Gili, S.A., pág 52,1996.
(20) Íbid., 62
(21) Íbid., 90
(22) Íbid., 13



Sillas del Jardín du Luxemburg, París



Sillas deL Jardín des Tulleries, París

Màrius Quintana expresa claramente lo que comunican la imagen de las sillas vacías del Jardín des Tulleries y del Jardín du Luxemburg al decir:

"La presencia de las personas todavía la podemos sentir. La posición en que han quedado las sillas nos permite adivinar el número de personas que se han reunido y cómo se han sentado. El lugar y la orientación que ocupan nos facilita la búsqueda de las mejores vistas del lugar. Son unas sillas que tienen un diseño simple y casi natural. Pero este diseño simple y natural es fruto de la movilidad y adaptación que permiten su prolongada presencia en estos lugares y la larga tradición de estos espacios urbanos. Son los elementos que le dan el contenido definitivo a estos espacios, antaño lugares de contemplación y efectismo y ahora de tranquilidad y relajación en medio de la gran metrópolis" (23) Sin duda, el modelo de elementos de descanso del Jardín des Tulleries y del Jardín du Luxemburg, se relaciona con su entorno y con el tipo de usuario que visita los jardines. Claramente el mismo modelo no se podría aplicar en la ciudad por la inevitable presencia de actos vandálicos.

El diseño de este tipo de elementos condiciona básicamente dos aspectos primordiales: la duración del descanso y la posibilidad de adoptar distintas posturas. Por ejemplo, generalmente las bancas de hormigón son utilizadas solamente para descansos breves y ofrecen mayores posibilidades de postura, en cambio encontramos en la ciudad también elementos de descanso que introducen materiales más amables como la madera que permite descansos prolongados y actitud contemplativa del entorno y que a la vez imponen una posición fija y confortable.

Los elementos destinados al descanso:

- Concentran la permanencia de las personas
- Permiten la apropiación del espacio público por parte de los ciudadanos.
- Su ubicación en el espacio público es determinante. Un entorno seguro y buena visibilidad del vivir público son factores deseables.

(23) Josep María Serra "Elementos urbanos: mobiliario y microarquitectura, Editorial Gustavo Gili, S.A., pág 14,1996.

1.3.3.-Elementos de Iluminación

Este grupo de elementos es amplio, y requiere la intervención de industrias especializadas, para posibilitar el funcionamiento de la ciudad nocturna. En este grupo se encuentran columnas para la colocación de lámparas, farolas, apliqués, balizas y focos.

El objetivo principal de las luminarias es iluminar adecuadamente los distintos elementos del espacio público, con la clara intención de permitir un tránsito seguro y apreciación general de todo elemento en situaciones de oscuridad (24)

Las alternativas que existen en este grupo se diferencian básicamente en sus diversos planteamientos formales y diversos modos de proyección de luz.



Farola *Lampelunas, José Martinez, Elías Torres* (1986)

Farola de grandes dimensiones compuesta por 3 o 6 focos con pantalla reflectora colocados en espiral vertical. Luz indirecta por reflexión. (25)



Farola *Lamparalta, Beth Galf, Màrius Quintana* (1984)

Luminaria de proyección de luz por reflexión, cuya disposición protege la lámpara contra las agresiones. Foco hermético de fundición de aluminio que incorpora el equipo eléctrico. (26)

(24) Francisco Harrison Ogalde, y Bruce Swain Smith, "Guía de diseño para el espacio público", Ministerio de Vivienda y Urbanismo, Chile, página 182, año 2003
(25) Josep María Serra "Elementos urbanos: mobiliario y microarquitectura, Editorial Gustavo Gili, S.A., pág 118,1996.
(26) Íbid., 116



Farola *Universal, Jorge Pensi* (1990)

Elegante farol en material plástico traslúcido, de pantalla nervada por ondulación casquete superior repulsado y cuello inferior de fundición de aluminio. Su discreta presencia formal lo hace adaptable a cualquier espacio. (27)



Farola *Stark, Phillippe Stark* (1991)

Farola para espacios urbanos cuya característica es la rotación de la luminaria. De día está vertical, como una prolongación del fuste y de noche reinclina unos 70º mediante rotación motorizada. (28)

En los ejemplos mostrados, se puede notar cómo las luminarias pueden cumplir eficazmente con la tarea de iluminar la ciudad, ya sea para el tránsito de vehículos o de personas, y a la vez constituir elementos de gran valor estético e incluso de fuerte carga conceptual. Estos elementos, incluso, pueden convertirse en elementos identitarios de una ciudad en particular.

En consecuencia, los elementos de iluminación:

- Las luminarias solo adquieren un verdadero sentido funcional al ser dispuestas de manera **repetida**, a una **distancia** menor al campo de luminosidad que generan.
- Su diseño debe estar **relacionado con el entorno** en el que se ubican, el cual determina, entre otras variables, su altura, proporciones, proyección de la luz , etc. (Luces de paisajismo, luces de calle, etc.)
- Estos elementos, permiten, a través de su particular proyección de la luz, cualificar el espacio público.

1.3.4.-Elementos de Jardinería y Agua

Elementos que se relacionan con la vegetación y el riego, las fuentes y las evacuaciones de agua. Se distinguen cuatro subgrupos. Jardineras, alcorques, protectores y fuentes.

(27) Josep María Serra "Elementos urbanos: mobiliario y microarquitectura, Editorial Gustavo Gili, S.A., pág 126,1996.
(28) Íbid., 132

El uso de jardineras hace posible emplazar especies vegetales sobre superficies no aptas para plantación. Se distinguen dos tipos:

Jardineras Transportables: Dimensión reducida, permiten ser transportadas de un lugar a otro, por lo menos vacías. Estas deben tener perforaciones para un drenaje apropiado. Pueden ser colgantes, adosadas, empotradas o apoyadas.

Jardineras construidas in situ: Jardineras de dimensiones mayores, que son construidas en el mismo lugar en el que permanecerán.



Jardinera *Plaza, José Canosa, José Martínez Lapeña, Elías Torres* (1987)
Jardinera de planta cuadrada y gran capacidad, apta para árboles pequeños. Es un modelo apropiado para grandes espacios donde no se permita la plantación en el suelo. (29)



Jardinera *Tram, Jaume Artiguess* (1993)

Límite urbano, destinado a la formación de líneas de verde para zonas en las que el subsuelo presenta dificultades para la plantación, y en lugares de urbanización efímera o transitoria. Sus dimensiones permiten la alineación de tramos de vegetación de arbustos, que se alimentan por un sistema de riego por goteo desde las uniones de cada tramo (30)

En general las jardineras transportables no logran integrarse eficientemente a su entorno, conformando elementos aislados dispuestos sobre la ciudad a modo de objetos. Su función, meramente decorativa, no ofrece un servicio real al habitante, constituyéndose un elemento entorpecedor del desplazamiento a través de la ciudad.

Alcorque: Otro elemento encontrado en esta categoría son los alcorques, elementos a nivel del suelo que protegen al árbol urbano. Se debe tener especial cuidado elegir la especie a plantar, dejándole un espacio apropiado para su tamaño en estado adulto.

(29) Josep María Serra "Elementos urbanos: mobiliario y microarquitectura, Editorial Gustavo Gili, S.A., pág 162,1996.
(30) Íbid., 164



Alcorques fabricados por EJIW, East Jordan Iron Works.

Fuentes: La fuente para beber es un elemento del espacio público destinado al consumo de agua de las personas. Debe de esta manera prestar servicios a las distintas edades de las personas y a la gente con distintos tipos y grados de discapacidades.



Fuente *Atlántida, Enric Batlle, Jordi Roig* (1991) Monolito de fundición, con caño estándar de latón. SU geometría rectangular permite la instalación aislada, repetida en distintas posiciones, e incluso estar encastrada en un muro. La geometría de parejilla de desagüe puede generar variantes compositivas adicionales. (31)



Fuente *Sarastro, Andreu Arriola, Carme Fiol* (1993)

Fuente para beber formada por un soporte cilíndrico de acero Cor – Ten con un vaso superior tronco cónico de acero inoxidable que tiene incorporado un reloj de sol. (32)

En general, los elementos pertenecientes a la categoría Jardinería y agua:

- Corresponden básicamente a elementos ornamentales que no se ajustan en todos los casos a la definición propuesta de mobiliario urbano, en el que el objetivo principal es “ofrecer un servicio al ciudadano”.
- En general, no logran integrarse eficientemente al espacio público.
- En la mayoría de los casos, la interacción con el ciudadano es débil e incluso inexistente.

(31) Josep María Serra “Elementos urbanos: mobiliario y microarquitectura, Editorial Gustavo Gili, S.A., pág 182,1996.
(32) Íbid., 184

Tal como dice Màrius Quintana “la idea de amueblar o decorar la ciudad es la que considero errónea y que creo que lleva a confusión (..) es lógico y adecuado adornar la ciudad para festejar un acontecimiento cívico o social para celebrar unas fiestas, pero son ocasiones especiales, temporales, extraordinarias”. (33)

Por lo tanto, tanto el diseño como la disposición final de estos elementos plantean un gran desafío.

1.3.5.-Elementos de Comunicación

En esta clasificación se encuentran elementos estructurales orientados al soporte de información gráfica. En el espacio público existen muchos soportes para la comunicación: señalización, información y publicidad, tales comos columnas de información y carteles publicitarios.



Columna anunciadora *Barcelona, Jordi Badia, Tonet Sunyer* (1987)

Columna para pegar carteles de uso libre para el anunciante y para el ciudadano. Consta de una estructura soporte y un cuerpo principal que constituye la superficie disponible para la información libre, de diámetro de 80 cm. En la parte superior tiene un espacio de 550 m de altura y el mismo diámetro que el resto de la columna para publicidad fija, con iluminación nocturna y protección de cristal curvo. (34)



MUPI *Szekely, Martin Szekely* (1993)

Panel informativo luminoso que se emplea como elemento de comunicación en la vía pública. Dispone de dos caras de superficie libre de 171x116 cm cada una para información institucional, planos turísticos o publicidad. Dispone de iluminación interior para hacerlos visibles de noche. (35)

(33) Josep María Serra “Elementos urbanos: mobiliario y microarquitectura, Editorial Gustavo Gili, S.A., pág 14,1996.
(34) Íbid., 194
(35) Íbid., 210



MUPI Pal.li, *J. C. Decauc* (1987)

Panel informativo luminoso que pertenece a la línea de diseño PAL.LI. Se emplea como elemento informativo independiente en la vía pública o como panel lateral de las marquesinas de las paradas de autobús PAL.LI.
Dispone de dos caras de superficie libre de 171x116 cm. cada una, para información institucional, planos turísticos o publicidad. Dispone de iluminación interior para hacerlos visibles de noche. (36)

Los elementos de comunicación

- Deben estar ubicados en lugares de amplia visibilidad
- La información que proveen debe ser, clara y precisa, comprensible sin la ayuda de otro.
- Son elementos de importancia fundamental principalmente para personas que no residen en la ciudad, o para aquellas que recientemente han establecido su residencia en ésta.
- Su nivel de integración a la ciudad se incrementa al combinarse con otro elemento de mobiliario urbano (marquesinas, quioscos, etc)

1.3.6.-Elementos de Servicio Público

Incluye el mobiliario dirigido a satisfacer las necesidades derivadas de los servicios públicos básicos de la ciudad como son: transporte, telefonía, aparcamientos para bicicletas, vigilancia de las playas y los juegos infantiles. (37)



Marquesina Autobuses *Foster, Norman Foster* (1991)

Marquesina de protección para paradas de autobús, construida en acero y aluminio pintados al horno de color gris metal y cristal de seguridad, con teléfono incorporado, con banco para cuatro personas, cajón para anuncios de doble cara y cuadro de información. (38)

36) Josep María Serra "Elementos urbanos: mobiliario y microarquitectura, Editorial Gustavo Gili, S.A., pág 206,1996.
(37) Íbid., 215
(38) Íbid., 232



Cabina *TELEFONICA, Joseph Ma. Civil* (1989)

Columna de planta cuadrada de lámina de hierro para la colocación de uno, dos o tres teléfonos públicos. Se pueden colocar teléfonos a menor altura para personas con discapacidades físicas. El lado de la columna que siempre queda libre está reservado para publicidad y para el acceso al interior de la columna (39)



Parking bicicletas *BD, Pep Bonet* (1987)

Mínima expresión de un elemento que cumple perfectamente con su función. Elemento de chapa de acero para aparcar bicicletas, indistintamente para una de las ruedas. (40)



Cabina de poliéster y acero inoxidable de dimensiones mínimas que permite su instalación en cualquier espacio. Compacta, portátil y autónoma. Por su forma ovalada no tiene rincones y por lo tanto es de fácil limpieza. La puerta curvada y giratoria permite el ingreso de una manera envolvente y pausada y al ocupar la cabina recompone la forma ovalada, duplicando la superficie interior. (41)

Dentro de esta clasificación encontramos también elementos como aparcamientos de bicicletas los cuales fomentan el uso de este medio de transporte no contaminante. En cuanto a las cabinas sanitarias, se disponen principalmente de manera temporal en eventos masivos que tienen lugar en los espacios públicos de la ciudad.

Los elementos de servicio público:

- Contribuyen a fomentar y extender la "vida urbana" al satisfacer variadas necesidades de los ciudadanos.
- Es fundamental que estos elementos sean de fácil uso y acceso y de diseño más bien universal.
- Los elementos que comprende esta clasificación, en general, son de mayor tamaño, y, por lo tanto su impacto en el paisaje urbano es mayor.

(39) Josep María Serra "Elementos urbanos: mobiliario y microarquitectura, Editorial Gustavo Gili, S.A., pág 218,1996.
(40) Íbid., 234
(41) Íbid., 220

1.3.7.-Elementos Comerciales

Grupo constituido íntegramente por el mobiliario destinado al uso comercial privado que tradicionalmente se realiza en la vía pública: puntos de venta de prensa, libros, flores, helados, puestos de mercado. Son elementos que requieren atención especial, dada la complejidad de sus mecanismos y por constituir elementos de microarquitectura definidores del paisaje urbano. (42)





Quiosco de prensa *LAIKA,, Antonio Roselló* (1991)

Quiosco multifuncional de forma cilíndrica rematado con un casquete cónico. Tanto por su forma como por sus reducidas dimensiones se integra fácilmente en cualquier espacio urbano. Dos cuartas partes del cilindro son cuatro puertas que se abren duplicando su superficie y ofreciendo un gran espacio de exposición. (43)





Bar *HABANA, Marius Quintana* (1994)

Conjunto de quiosco con pérgola y tarima concebido como punto de venta de refrescos y aperitivos en parques o amplios espacios urbanos. Los tres elementos se han planteado como independientes para adaptarse mejor en cualquier ubicación. Tanto la pérgola como la tarima pueden variar sus dimensiones y su disposición respecto del quiosco, permitiendo múltiples combinaciones. (44)

(42) Josep María Serra "Elementos urbanos: mobiliario y microarquitectura, Editorial Gustavo Gili, S.A., pág 255,1996.
(43) Íbid., 256
(44) Íbid., 272

Los elementos comerciales presentes en el espacio urbano:

- Establecen relaciones de mayor complejidad que cualquier otro elemento de mobiliario urbano al ser centro de intercambio comercial.
- Son de mayor tamaño que cualquier otro elemento de mobiliario urbano y por lo mismo su impacto en el entorno urbano es mayor.
- De especial cuidado es su ubicación, pues por sus dimensiones, debe estar ubicado en amplios espacios urbanos.
- Es importante una adecuada exhibición de productos que no sature visualmente su entorno.

1.3.8.-Elementos de Limpieza

Elementos indispensables en todo espacio público para recoger la basura más diversa: papeles, vidrio, metales, plásticos, etc. Dentro del grupo se diferencian las papeleras o pequeños depósitos, de los grandes contenedores para la recogida selectiva. Este elemento y refleja la imagen de limpieza del espacio público y su ausencia contribuye a la contaminación del medio. (45)



Papelera *VOLCA,, Leopoldo Milá* (1992)

Papelera para exteriores de planta trapezoidal con un ingenioso sistema de vaciado: un solo movimiento basculante hacia delante que al mismo tiempo limpia el fondo del contenedor. Como accesorio se incluye una rejilla como base en lugar del pavimento, sobre arena. (46)



Papelera *URBANA, Cristian Cirici* (1993)

Papelera para exteriores de gran capacidad y resistencia, construida en chapa de acero y malla de acero *deployé*. Según elección, puede ir acabada en galvanizado o pintada. (47)



Papelera *RAMBLA,, Guillermo Bertólez - Javier Ferrándiz* (1993)

Papelera para exteriores de apariencia simple, en versiones de pie o mural. Su planta ovalada posibilita distintas colocaciones en una alineación determinada. Tiene un sencillo mecanismo de vaciado oculto a la vista. Se ha optado por la opacidad para ocultar el contenido. (48)

(45) Serra, Josep María "Elementos urbanos: mobiliario y microarquitectura" pág 275 Barcelona 2000
(46) Íbid., 278
(47) Íbid., 288
(48) Íbid., 284

Elementos de limpieza

• Factores relevantes a considerar son la capacidad del elemento, así como su ubicación en los espacios públicos.
• De especial importancia es la distancia entre estos elementos, pues de ser mayor a la adecuada, en vez de promover la limpieza, se convierte en promotor de la suciedad.
• Este elemento propone una gran diversidad de formas y materiales

1.3.9.- Conclusiones preliminares sobre clasificación de mobiliario urbano

Después de analizar diversos elementos pertenecientes a todas las clasificaciones de mobiliario urbano elaboradas por Joseph Ma. Serra podemos realizar las siguientes conclusiones.

• Si bien es posible distinguir ciertos parámetros formales con respecto a cada elemento de mobiliario urbano según la clasificación a la que pertenece, esto no significa que aquellos parámetros sean válidos como base para el diseño de nuevos elementos urbanos pues cada elementos posee singulares características e impone particulares condiciones al medio.

• El hecho de que estos elementos admiten diversos planteamientos formales con diversos valores estéticos ha contribuido a la falsa idea de que estos elementos solo tienen un valor ornamental.

• El diseño de estos elementos debe conciliar las necesidades de los distintos actores involucrados, siendo los más importantes, el usuario o habitante de la ciudad (función), la comunidad en su conjunto (estética), y en definitiva, la ciudad (semántica).

2.-ANÁLISIS MOBILIARIO URBANO VALPARAÍSO / VIÑA DEL MAR



A continuación se analizarán elementos urbanos pertenecientes a las ocho clasificaciones propuestas por Joseph M.a Serra en Valparaíso y Viña del Mar.

2.1.-Elementos de Urbanización y Limitación

Valparaíso

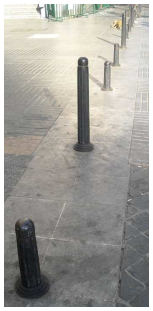
Bolardos

Bolardos de baja altura: En este caso se observan bolardos de baja altura distanciados entre sí que definen un límite de protección de espacios peatonales. Limitan el acceso de vehículos livianos (30 – 35 cm. altura) permitiendo mantener aceras y pavimentos a un solo nivel La necesidad de resistencia a impactos vehiculares, los hace naturalmente resistentes a actos vandálicos como extracción y golpes. Sin embargo se observa su deterioro y mal uso.



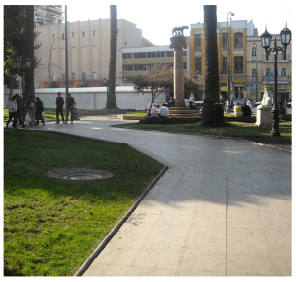


Bolardos de altura media: Acá se observan bolardos de baja altura se intercalan con bolardos de altura media. Estos últimos limitan el acceso a vehículos de mayor envergadura como buses y camiones, o para una mejor apreciación visual. También se utilizan como cierro temporal, uniendo bolardos mediante cadenas. En este ejemplo se observa claramente aceras y pavimentos a un solo nivel.
Permite comunicar al transeúnte que por esa zona pueden transitar vehículos, pese al escaso flujo observado.





Bolardos de agrupación continua: Funcionan como unidad para la limitación de espacios, o como elemento demarcador de refuerzo



Vallas

Este cierro marca un límite en forma transparente pero protege a la vez de la intrusión excesiva al crear dificultades para el traspaso. Estéticamente carece de valor integrador al mobiliario urbano circundante.

A pesar de que el sentarse debe ser un acto natural en el espacio público, no solo en asientos, sino también en otros elementos urbanos que lo permiten, en este caso, claramente, no está contemplado ese uso.





Viña del mar

Bolardos

Bolardo de suelo: Este cierro marca un límite entre la zona de tránsito de vehículos y de estacionamiento.

Se constituye un elemento reconocible pues se encuentra a lo largo de todo el eje analizado.

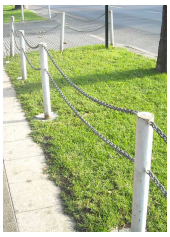


Pueden iluminarse interiormente reforzando su condición de límite en la noche.

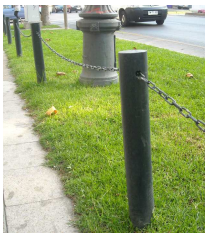
Bolardo de altura media: Utilizados para definir límite entre zonas verdes y zonas de tránsito peatonal. También se utilizan como cierro, al unirse mediante cadenas.

Su debilidad estructural impide su función como eventual elemento protector de los transeúntes ante impactos vehiculares.

Este elemento se presenta a lo largo de toda la avenida, en general en buen estado, solo presenta variaciones de color

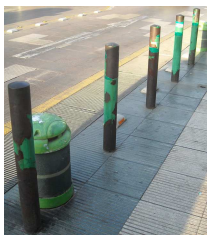






Bolardo de baja altura: El bolardo de baja altura incorpora iluminación reforzando el límite delineado. Constituye un elemento referencial en el paisaje urbano. Su sección lo hace susceptible de ser usado como asiento. Acá se intercala con bolardos de altura media.





Vallas

Baranda transparente, permite la visión a través de ella, por la adecuada separación entre elementos que conforman su estructura física. Además de establecer un límite entre la acera y el pavimento, constituye una protección para el transeúnte ante eventuales impactos vehiculares, y al mismo tiempo delimita la zona de paraderos de buses.



2.1.1.-Conclusiones Preliminares

Con el fin de posibilitar la comparación entre los elementos encontrados en Valparaíso y Viña del Mar se tomarán en cuenta los siguientes factores claves pertenecientes a la definición propia de mobiliario urbano.

Variedad: Se determinará si existe variedad de este elemento según el lugar de la ciudad en que se emplaza.
Utilidad: Se analizará si efectivamente el elemento ofrece el servicio para el cual fue diseñado.
Permanencia: Se evaluará si son elementos que contribuyen permanentemente a la conformación del espacio público o solo han sido dispuestos sobre él.
Ubicación: Naturalmente se ubican en los espacios públicos por lo que en este ítem se definirá cuán adecuada es su actual ubicación.
Integración ciudad: Esto se relaciona con el nivel de armonía tanto formal como funcional que tiene el elemento con el entorno urbano.
Relación ciudadano: Este factor revela la naturalidad de la interacción entre el elemento y el ciudadano. Importante es destacar el nivel de comprensión de uso por parte del ciudadano.

Elementos de Urbanización y Limitación		
Factores analizados	**Valparaíso**	**Viña del Mar**
Variedad	Existe variedad adecuada de elementos.	
Utilidad	Junto con prestar servicio para el que fueron diseñados, se observa también usos alternativos inadecuados	Prestan eficientemente el servicio proyectado.
Permanencia	Constituyen elementos permanentes del espacio público.	
Ubicación	Ubicación adecuada de acuerdo al uso.	
Integración ciudad	Gran integración con la ciudad.	
Relación ciudadano	Interacción con el ciudadano es solo al momento de uso.	

2.2.-Elementos de Descanso

Valparaíso

Asientos

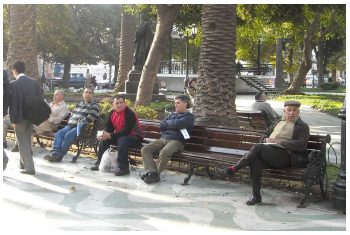
Asientos para el descanso prolongado: Estos asientos tienden a entregar una geometría óptima para concentrar las mejores condiciones de comodidad y prolongar la permanencia. De posición única, define el direccionamiento corporal.

Se observa una variedad de estilos formales no armónicos entre sí. En general se encuentran en mal estado






Banca: Direccionada a espacio de circulación peatonal, y a eje de circulación vehicular. Su ubicación en un espacio amplio la hace idónea para la permanencia prolongada. El respaldo de la banca define la direccionalidad de observación predominante.



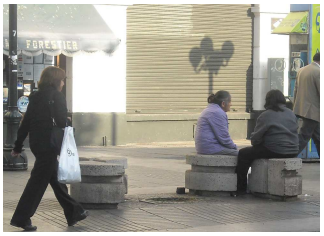
Banco: Al no poseer respaldo permite al usuario la elección de la direccionalidad. De gran resistencia y solidez visual. Resistente a actos vandálicos. Usado por períodos cortos de tiempo, por ejemplo tiempos de espera de buses.




Asientos de tipo gestual: En este tipo de elementos las personas descansan en una actitud contemplativa, la banca no impone una manera única de uso.

Este tipo de banca se observa también en algunos cerros turísticos de Valparaíso.





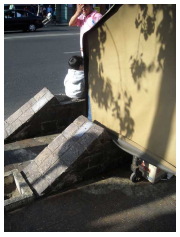
A pesar de estar fabricados con materiales altamente resistentes, es común observar en la ciudad mobiliario en estado deplorable, producto de actos vandálicos y de inexistente mantención. En las imágenes se observa cómo se ha removido la parte correspondiente al asiento mismo, elaborada de madera

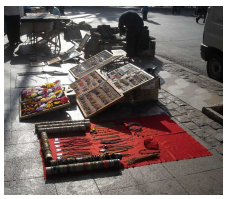


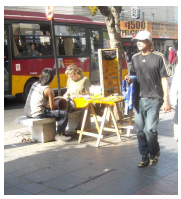



Comerciantes ambulantes suelen utilizar el mobiliario urbano, particularmente los destinados al descanso, como soporte de su actividad comercial.

En este caso, la extensión de un quiosco se apoya en los cimientos de un asiento destruido.








Asientos para el descanso prolongado: Estos asientos tienden a entregar una geometría óptima para concentrar las mejores condiciones de comodidad y prolongar la permanencia. De posición única, define el direccionamiento corporal.

Claramente se observa una única línea formal. Se encuentran, la mayoría en buen estado.






Es posible observar mobiliario en mal estado, sin embargo son escasos.



Este mobiliario fue aportado por un privado (Banco de Chile).



Esta banca forma parte del mobiliario de una plaza, a lo que debe su estilo formal.

Asientos de tipo gestual: Aquí las personas descansan en una actitud contemplativa, la banca no impone una manera única de uso.





El espacio público debe permitir el sentarse como acto natural, espontáneo, no solo en bancas, sino que también en otros elementos.

En este caso se ha resuelto la fusión de una jardinera que actúa como respaldo de asientos hacia las cuatro direcciones.



2.2.1.-Conclusiones Preliminares

Elementos de Descanso		
Factores analizados	**Valparaíso**	**Viña del Mar**
Variedad	Existe variedad adecuada de elementos.	
Utilidad	Junto con prestar servicio para el que fueron diseñados, se observa también usos alternativos inadecuados (soporte de actividad comercial ambulante).	Prestan eficientemente el servicio proyectado.
Permanencia	A pesar del avanzado estado de deterioro en el que la mayoría de estos elementos se encuentran, son percibidos como elementos permanentes, dado que no han sido reemplazados en un largo período de tiempo.	Constituyen elementos permanentes del espacio público.
Ubicación	Aunque su ubicación a lo largo del eje analizado es adecuada, lamentablemente su mal estado hace, en muchos casos, imposible su uso.	Ubicación adecuada de acuerdo al uso.
Integración ciudad	En general, no se observa integración formal con la ciudad. En el caso de las sillas, se recurre comúnmente a un modelo básico.	
Relación ciudadano	Alto nivel de interacción con el ciudadano. Es uno de los elementos más usados por éste.	

2.3.-Elementos de Iluminación

Valparaíso

Luces de calle de altura media: Luminarias de altura, orientadas a una iluminación de carácter funcional. Su valor estético es neutro.






Luces de paisajismo de nivel medio: A lo largo de todo el eje Pedro Montt es posible observar farolas del mismo estilo acorde con la arquitectura circundante, que adoptan diversas modalidades.







Destaca el fuerte contraste formal entre luminarias de paisajismo de nivel medio ubicadas a poca distancia entre sí.



De estilo moderno, en total discordancia con su entorno.



Luminaria sencilla apta para espacios intimistas en los cuales se desee que la iluminación pase desapercibida.



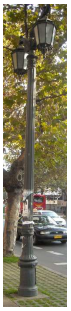
Luminaria clásica tipo globo sobre postes metálicos de fierro fundido.
Altamente vandalizable



Luminaria caracterizada por su cubierta.

Viña del Mar

Luces de paisajismo de nivel medio: A lo largo de toda la avenida Libertad, se encuentra este tipo de luminaria tipo farola clásica.




Dentro de esta categoría, también es posible encontrar este tipo de luminaria clásica tipo globo sobre postes metálicos de fierro fundido o base de hormigón. Se encuentra en zonas de paseo o descanso.




Luces de calle de altura media: Estas luminarias de alto rendimiento se encuentran en zonas de alto tránsito vehicular




Luminaria de dos niveles: Para el tránsito vehicular, y peatonal. Se ubica en bordes de calles.




2.3.1.-Conclusiones Preliminares

Elementos de Iluminación		
Factores analizados	**Valparaíso**	**Viña del Mar**
Variedad	Existe variedad formalmente azarosa de elementos.	Existe variedad adecuada de elementos.
Utilidad	Dado que estos elementos son eminentemente funcionales, en general, prestan eficientemente el servicio proyectado.	
Permanencia	Constituyen elementos permanentes del espacio público.	
Ubicación	En general, ubicación adecuada de acuerdo al uso.	
Integración ciudad	En general, no se observa integración formal con la ciudad.	Los elementos de iluminación son, en general, consistentes con los requerimientos de cada espacio de la ciudad.
Relación ciudadano	Bajo nivel de interacción con el ciudadano. El ciudadano solo nota estos elementos al carecer de ellos. Sin embargo, son determinantes para definir cuán peligroso es un lugar de noche.	

2.4.-Elementos de Jardinería y Agua

Valparaíso

Conjunto Jardinera: En la imagen se aprecia una jardinera que integra un conjunto junto con banca de madera y basureros adyacentes. Contribuye activamente a la conformación del espacio público y se encuentra en relativo buen estado.





Jardinera construida in situ: De planta cuadrada y gran capacidad, apta para árboles pequeños. Modelo apropiado para grandes espacios donde no se permita la plantación en el suelo. Permite a su vez el descanso sobre ella.




Alcorque: Marco de alcorque cuadrado, típico de espacio urbanos. Su valor estético es nulo. Se observa cómo la diferencia de nivel con el suelo favorece su mal uso como basurero.






Conjunto alcorque asiento: Marco de alcorque que forma parte de un conjunto de descanso distribuido a lo largo de todo el eje Pedro Montt. Originalmente pudo haber constituido un aporte estético, no obstante su mal estado anula todo valor ornamental.






Protector de árbol: Protector vertical de diámetro mayor en la base. La altura no es la adecuada pues el área radicular debe corresponder al área que proyecta la copa del árbol, lo que claramente en este caso no se cumple. En cambio, en la imagen siguiente el protector vertical tiene una altura apropiada (1/3 de la altura del árbol) de diámetro fijo.




Aparcaderos de bicicleta: Lamentablemente, en la ciudad no existen suficientes aparcaderos e bicicletas, por lo que el usuario de este medio de transporte debe recurrir a otros elementos de mobiliario urbano para suplir esta necesidad.



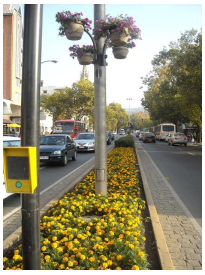
Fuentes: En el eje analizado solo se encontró una fuente, la que se encontraba sin agua, lo que revela la falta de mantención de este tipo de elementos.



Viña del Mar

Jardineras: Jardinera ubicadas en separación de pistas de la avenida Libertad. Constituye un elemento referencial y ornamental.





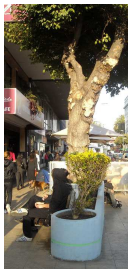
La avenida se caracteriza por la fuerte presencia de áreas verdes, principalmente jardineras.





Jardinera-asiento: Ubicada a lo largo de toda la calle Valparaíso. A pesar de que no se relaciona formalmente con la arquitectura de su entorno, su presencia periódica lo convierte en un elemento referencial y reconocible en la ciudad.






Protector de árbol: Protector vertical de diámetro mayor en la base de altura adecuada (1/3 altura árbol). Materialidad adecuada y resistente.

Protector de materialidad débil. Debe ser robusto para evitar tentar la acción vandálica. De área generosa con respecto al tamaño del árbol.

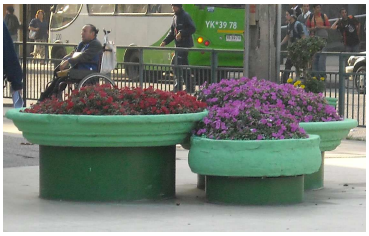



Alcorque: Marcos de alcorque de sección cuadrada apropiado para el árbol en estado adulto.

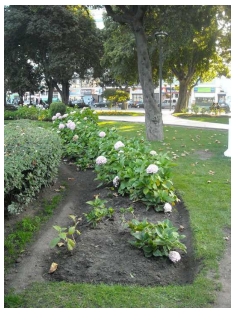


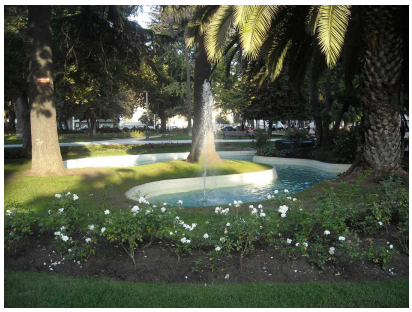

Jardineras: Jardineras transportable, no se integran al paisaje urbano.

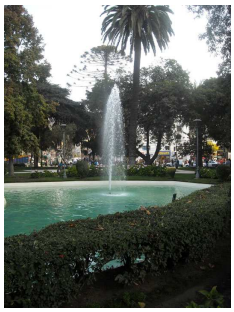




Vegetación en plazas: A diferencia de lo observado en Valparaíso, en Viña del Mar sorprende el excelente estado de las especies vegetales en los espacios públicos.







2.4.1.-Conclusiones Preliminares

Elementos de Jardinería y Agua		
Factores analizados	**Valparaíso**	**Viña del Mar**
Variedad	No existe variedad suficiente de elementos.	Existe variedad adecuada de elementos.
Utilidad	Estos elementos son eminentemente ornamentales, por lo que su mantención en buen estado es vital para prestar el servicio proyectado. Sin embargo, en Valparaíso, estos elementos son escasos, y en mal estado.	Constituyen un referente en la ciudad. Estos elementos son mantenidos en excelente estado.
Permanencia	No constituyen elementos permanentes del espacio público.	Constituyen elementos permanentes del espacio público.
Ubicación	En general, ubicación adecuada de acuerdo al uso.	

Integración ciudad	En general, no se observa integración formal con la ciudad. No se integran al paisaje urbano	Existe un nivel básico de integración la ciudad en el caso de las jardineras.
Relación ciudadano	Bajo nivel de interacción con el ciudadano. Solo forman parte del paisaje urbano.	Alto nivel de interacción con el ciudadano especialmente en el caso de delimitación de pistas vehiculares a modo de bandejones centrales

2.5.-Elementos de Comunicación

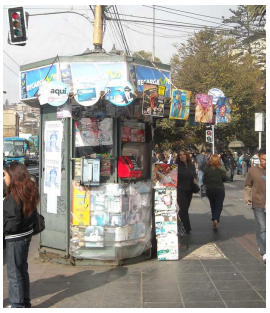
Valparaíso

Mobiliario urbano como soporte de publicidad: Es común observar en la ciudad gráfica publicitaria dispuesta en mobiliario urbano generando caos visual.











Cartel: A menudo se observan en la ciudad carteles ubicados en la acera contaminando visualmente y provocando "estrangulamiento" de la vereda.



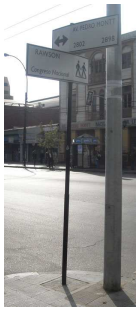
Rótulo de identificación: Rótulo de tamaño desproporcionado, provoca ruido visual.



Aviso publicitario: Aviso ubicado al costado de edificio orientado a quienes transitan por la vía. Posee iluminación propia.

Rótulo direccionador: En la ciudad se distinguen dos tipos de rótulos direccionadores. Para marcar esta diferencia los rótulos son de distinto color según la zona en que se encuentra. En zona patrimonial los rótulos son de color rojo con blanco. En el resto de la ciudad los rótulos son de color negro con blanco.





Viña del Mar

Mobiliario urbano como soporte de publicidad. Se reconocen patrones de ubicación.







Rótulo publicitario

Este rótulo publicitario posee en la parte inferior un reloj digital característico de Viña del Mar.





Rótulo de Identificación

Los rótulos encontrados en la avenida analizada son de tamaño desproporcionado contaminando visualmente su entorno.





2.5.1.-Conclusiones Preliminares

Elementos de Comunicación		
Factores analizados	**Valparaíso**	**Viña del Mar**
Variedad	No existe variedad suficiente de elementos. .	
Utilidad	Su función es cumplida débilmente	
Permanencia	No constituyen elementos permanentes del espacio público.	Constituyen elementos permanentes del espacio público.
Ubicación	En general, ubicación inadecuada de acuerdo al uso.	
Integración ciudad	En general, no se observa integración formal con la ciudad. No se integran al paisaje urbano	
Relación ciudadano	Bajo nivel de interacción con el ciudadano. Solo contaminan el paisaje urbano.	

2.6.-Elementos de Servicio Público

Valparaíso

Casetas Telefónicas: En la zona analizada se observaron solo 2 tipos de casetas telefónicas. El primer tipo es de estilo clásico con cubierta en forma de cúpula hexagonal. En general se encuentra en mal estado, sin teléfonos o con teléfonos inservibles.



Caseta Telefónica cubierta sin aislación acústica lateral.



Caseta telefónica cubierta con aislación acústica lateral en uno solo de los teléfonos.



Caseta telefónica cubierta sin aislación acústica en mal estado



Caseta telefónica cubierta en mal estado utilizada como soporte de la actividad comercial.





Caseta telefónica cubierta unitaria desprovista de aislamiento acústica lateral. La de la derecha no posee el teléfono.

En Valparaíso también se encuentra este tipo de casetas telefónicas, provistas por la propia compañía de teléfonos, la que aprovecha toda la superficie del elemento para exponer publicidad.





Caseta telefónica cubierta con aislación acústica lateral.

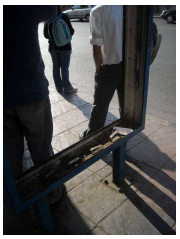
Marquesina autobuses

Estos elementos están destinados a cobijar a la persona mientras espera la llegada de un bus. Debe asegurar una permanencia transitoria satisfactoria, resguardada del medio inmediato y de agentes climáticos. Sin embargo, a lo largo de toda la calle Pedro Montt se encuentran marquesinas en estado deplorable. Su utilidad para el confort del usuario es nula, pues solo sirve para demarcar la zona de parada de autobuses













Otro ejemplo de marquesina en mal estado



En este caso solo permanece el asiento.

Aparcaderos de bicicletas: No existen aparcaderos de bicicletas en la zona analizada, lo que queda de manifiesto en la imagen.



Viña del Mar

Casetas telefónicas: Casetas telefónicas cubiertas con aislación acústica lateral y de una misma línea se encuentran a lo largo de toda la avenida.







En Av. Valparaíso es posible encontrar casetas telefónicas diversas. Sin embargo la mayoría corresponde a un mismo tipo.

Marquesinas de autobuses

Las marquesinas de autobuses cumplen con los requerimientos básicos para el confort del usuario: una cubierta adecuada, elementos de asiento adecuado para todo usuario y una buena relación visual entre éste y su contexto.








Aparcaderos de bicicletas

No se encontraron aparcaderos de bicicletas por lo que es común observar el uso alternativo de elementos de mobiliario urbano para asegurar bicicletas.



2.6.1.-Conclusiones Preliminares

Elementos de Servicio Público		
Factores analizados	**Valparaíso**	**Viña del Mar**
Variedad	Existe variedad adecuada de elementos.	
Utilidad	El mal estado en que se encuentran impide el cumplimiento de su función.	Prestan eficientemente el servicio proyectado.
Permanencia	Constituyen elementos permanentes del espacio público.	
Ubicación	En general, ubicación inadecuada de acuerdo al uso.	En general, ubicación adecuada de acuerdo al uso.
Integración ciudad	En general, no se observa integración formal con la ciudad.	Existe un nivel básico de integración la ciudad..
Relación ciudadano	Alto nivel de interacción con el ciudadano.	

2.7.-Elementos Comerciales

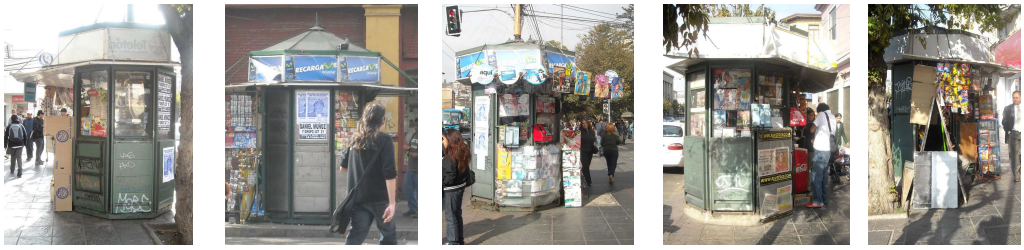
Valparaíso

Quioscos

Quiosco: Cabinas de material ligero o provisorio y desarmables, en cuyo interior pueda permanecer una persona, con el fin de desarrollar una actividad comercial.

Quioscos de carácter permanente: Creado y materializado en un lugar específico del espacio público en forma permanente.

Al ubicarse en las veredas ocasiona “estrangulamiento”, que atenta en contra del pasar de los transeúntes. Se hace necesario que exista un concepto inicial de diseño del espacio público que contemple la existencia del quiosco, o bien, existan las condiciones adecuadas para el emplazamiento de éste.



Este modelo es el que tiene mayor presencia en Valparaíso.

Habitualmente se recurre a elementos anexos para exponer más productos, debajo de los cuales se oculta la estructura original del quiosco. El colorido y desorden expuesto impacta visualmente al espacio público.




Es común observar quioscos cerrados al uso. Es importante que en este estado no expongan elementos frágiles a la tentación vandálica.




Carros móviles

Carros móviles: Medio de transporte sobre ruedas, propulsado por tracción humana o mecánica, desde el cual o en cuyo interior se realicen actividades comerciales.

En Valparaíso los carros móviles forman parte ineludible del paisaje urbano. Abundan en todo el eje analizado y carecen de criterios formales integradores al espacio público causando contaminación visual.








Viña del Mar

Al igual que en Valparaíso es frecuente encontrar quioscos cerrados en pleno día. Aquellos que se encuentran abiertos se ocultan tras los productos expuestos lo que ocasiona un gran impacto visual negativo








Este modelo es el que tiene mayor presencia en Viña del Mar

Aunque son escasos es posible encontrar quioscos de diversas características, no obstante los productos comercializados son casi siempre diarios, revistas y confites envasados.







Se observa un quiosco tipo para comercializar frutas y verduras, al que se le han agregado contenedores para aumentar la superficie de exposición.





Carros Móviles

Se observa un carro tipo para comercializar dulces y confites envasados. Aunque difieren en colores, se distingue una línea formal.



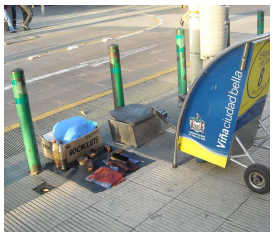








La municipalidad ha provisto un carro móvil para los lustrabotas, sin embargo, éste no satisface las necesidades de la actividad. Se observan elementos agregados.



2.7.1.-Conclusiones Preliminares

Elementos Comerciales		
Factores analizados	**Valparaíso**	**Viña del Mar**
Variedad	Existe variedad azarosa de elementos.	Existe variedad adecuada de elementos.
Utilidad	No cumplen adecuadamente el servicio para el que fueron proyectados dado que su diseño no considera el surgimiento de nuevas necesidades.	
Permanencia	Constituyen elementos permanentes del espacio público que contaminan el espacio público.	
Ubicación	En general, ubicación inadecuada de acuerdo al uso.	
Integración ciudad	En general, no se observa integración formal con la ciudad. No se integran de manera armónica al paisaje urbano	
Relación ciudadano	Alto nivel de interacción con el ciudadano. Esta interacción es deficiente.	

2.8.-Elementos de Limpieza

En las calles de Valparaíso de encuentran básicamente estos dos tipos de basureros. Además, en determinadas áreas de la ciudad es posible encontrar otros tipos.

Basurero de acumulación provisoria con tapa protectora despegada: Protege el interior sin necesidad de que el usuario deba levantar o empujar una tapa.



Contenedores de recolección: Contenedor de gran tamaño que acumulan bolsas prellenadas en otros lugares. El contenido es retirado por camiones especialmente equipados para estos fines. Están ubicados en calles perpendiculares a la vía principal.



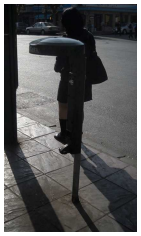
Basurero de fierro fundido. Su aspecto y resistencia real diluyen toda tentación de destrucción vandálica. Están ubicados en plaza Cívica, lugar frecuente de manifestaciones.



Basurero plástico:. Su materialidad y terminación superficial permiten su fácil limpieza



En Valparaíso es posible encontrar numerosos basureros en mal estados, producto de la acción vandálica.












Viña del Mar

En Viña del Mar se observan principalmente estos tres tipos de basureros similares a los encontrados en Valparaíso. La diferencia principal radica en que se encuentran en buen estado.







Contenedores de recolección: Contenedor de gran tamaño que acumulan bolsas prellenadas en otros lugares. El contenido es retirado por camiones especialmente equipados para estos fines. Están ubicados en calles perpendiculares a la vía principal al igual que en Valparaíso.





Es posible observar también basureros diversos destinados a fines particulares como Este contenedor especializado para recoger desperdicios de mascotas contribuye a educar a la población



2.8.1.-Conclusiones Preliminares

Elementos de Limpieza		
Factores analizados	**Valparaíso**	**Viña del Mar**
Variedad	Existe variedad adecuada de elementos.	
Utilidad	Dado al mal estado en que se encuentran la mayoría de estos elementos, no prestan el servicio para el que fueron diseñados	Cumplen el servicio proyectado. En general, estos elementos son mantenidos en excelente estado.
Permanencia	No constituyen elementos permanentes del espacio público, debido a su vulnerabilidad ante ataques vandálicos	Constituyen elementos permanentes del espacio público.
Ubicación	Aunque la ubicación es adecuada, no cumplen su función al encontrarse en mal estado.	En general, ubicación adecuada de acuerdo al uso.
Integración ciudad	En general, no se observa integración formal con la ciudad.	
Relación ciudadano	Alto nivel de interacción con el ciudadano. Son elementos indispensables en la vida urbana.	

2.9.-Conclusiones Generales Mobiliario Urbano Valparaíso / Viña del Mar

Luego de analizar el mobiliario urbano de Valparaíso y Viña del Mar es posible concluir lo siguiente:

Elementos Urbanos		
Factores analizados	**Valparaíso**	**Viña del Mar**
Variedad	No existe variedad adecuada de elementos.	Existe variedad adecuada de elementos.
Utilidad	Un altísimo porcentaje se encuentra en mal estado contribuyendo a la mala imagen de la ciudad. En consecuencia, no prestan el servicio para el que fueron diseñados	Cumplen el servicio proyectado. En general, estos elementos son mantenidos en buen estado, incluso en algunos casos, en excelente estado.
Permanencia	No constituyen elementos permanentes del espacio público, debido a su vulnerabilidad ante ataques vandálicos y a la escasa o inexistente mantención y reemplazo de elementos en mal estado.	Constituyen elementos permanentes del espacio público. Aseo y reemplazo frecuente de elementos deteriorados.
Ubicación	Aunque la ubicación es adecuada, no cumplen su función por su mal estado.	En general, ubicación adecuada de acuerdo al uso.
Integración ciudad	No se aprecia una visión sistémica en el diseño de elementos urbanos. En consecuencia, no se distinguen criterios formales integradores de todo el mobiliario urbano, no guarda compatibilidad con el contexto urbano, ni con la arquitectura próxima, ni con necesidades emergentes	No existe visión sistémica, sin embargo, es posible distinguir ciertos criterios formales integradores en líneas o tipos de elemento, según clasificación expuesta, no así entre todo el mobiliario urbano entre sí.
Relación ciudadano	Se observa el mal uso y destrucción voluntaria de los elementos urbanos propiciado por su avanzado estado de deterioro. La zona analizada es escenario frecuente de protestas y manifestaciones que , comúnmente, implican destrozos a la propiedad pública.	Los elementos urbanos son utilizados correctamente y apreciados por los ciudadanos como elementos indispensables de la vida urbana.

Luego del análisis de las distintas clasificaciones de elementos urbanos es posible evaluar objetivamente el área a intervenir considerando las siguientes variables:

- Grave deficiencia de la solución actual
- Alto impacto en el entorno urbano
- Alto nivel de interacción con el ciudadano
- Factibilidad de llevar a acabo el proyecto

- **Grave deficiencia de la solución actual**

Los quioscos actualmente en funcionamiento no prestan el servicio para el que fueron desarrollados. Dado que las necesidades de los usuarios (suplementeros) como de los consumidores han cambiado, la solución actual es absolutamente incompatible con el uso que se le da, debiendo ser forzosamente adaptados para posibilitar su uso.

- **Alto impacto en el entorno urbano**

La disposición de estos elementos en el espacio público no ha sido guiada por una concepción inicial de diseño. Debido a lo anterior, la mayoría de estos elementos se han dispuesto en estrechas veredas, no considerando el área efectiva de ocupación de los mismos, la que no se limita al elemento mismo, sino también a los elementos anexos a este ubicados a su alrededor y el espacio de atención en el que se detienen los consumidores, ya sea para adquirir un producto o para contemplar los expuestos. Esto, genera graves problemas de integración al espacio público, entre otros, contaminación visual y obstaculización de la circulación de transeúntes.

- **Alto nivel de interacción con el ciudadano**

Este elemento es de importancia vital para la satisfacción de necesidades inmediatas y de impulso de transeúntes, formando parte ineludible de desenvolvimiento en la ciudad. El intercambio comercial demanda relaciones interpersonales que enriquecen la vida urbana.

- **Factibilidad de llevar a cabo el proyecto**

A diferencia de otras familias de elementos urbanos analizadas, no requiere la intervención de industrias especializadas (telecomunicaciones, electricidad, agua)

Además de acuerdo a la ordenanza municipal, los quioscos deben cumplir restricciones dimensionales, con respecto a su diseño y especificaciones técnicas deben ser los que determine la Municipalidad.

"Esta última podrá exigir, discrecionalmente, que los quioscos en que se ejerza una misma actividad comercial o que se emplacen en determinados lugares de la ciudad o que se encuentren en otra situación diversa, se sujeten a un modelo o diseño y a especificaciones técnicas uniformes o similares". Esta exigencia dispuesta en la ordenanza puede ser utilizada como amparo del proyecto.

3.- QUIOSCOS: ELEMENTOS COMERCIALES DEL MOBILIARIO URBANO

3.1.-Definición de quioscos

Dado que el proyecto se realizará en la ciudad de Valparaíso se tomará como base la definición de quiosco según la Ordenanza para el otorgamiento de permisos en vía pública respecto de kioscos y carros móviles de la municipalidad de Valparaíso, la cual se menciona a continuación.

"Cabinas de material ligero o provisorio y desarmables, en cuyo interior pueda permanecer una persona, con el fin de desarrollar la respectiva actividad comercial". (49)

Sin duda esta definición no se relaciona con los quioscos observados en la ciudad, dado que no son de material ligero, no son provisorios ni desarmables. Además, suelen ser atendidos por dos personas.

Una definición más adecuada la encontramos en el libro "Guía de Diseño del Espacio Público" en el cual se define quiosco como "elemento destinado a cobijar y atender una actividad comercial específica, en el espacio público, mediante la conformación de una estructura construida permanente, provisoria o móvil" (50)

Con el fin de obtener toda la información pertinente para elaborar una propuesta que cumpliera los requerimientos básicos del diseño de un quiosco, se determinaron siete aspectos a analizar, mencionados a continuación. de los cuales se investigó a través de diversas herramientas, tales como, la observación directa, la aplicación de una encuesta a los suplementeros (ver anexo 1 y 2),y la información dispuesta en la ordenanza ya mencionada.

(49) Municipalidad de Valparaíso, "Ordenanza para el otorgamiento de permisos en vía pública respecto de kioscos y carros móviles de la municipalidad de Valparaíso", artículo número 2 letra a.
(50) Francisco Harrison Ogalde, y Bruce Swain Smith, "Guía de diseño para el espacio público", Ministerio de Vivienda y Urbanismo, Chile,, año 2003

3.2.-Aspectos a analizar

3.2.1.- Legales y Funcionamiento

La instalación y funcionamiento de quioscos y carros móviles estacionados en la vía pública, para el ejercicio de actividades comerciales, se rigen por las disposiciones de la Ordenanza para el otorgamiento de permisos en vía pública respecto de kioscos y carros móviles. (Ver anexo ordenanza)

En la Ordenanza se tratan los siguientes temas que serán mencionados conforme sea pertinente.

- Características y emplazamiento de los quioscos o carros móviles y giros comerciales que podrán desarrollarse
- Requisitos para el otorgamiento del permiso de ocupación de vía pública y tramitación de la solicitud.
- Obligaciones y prohibiciones de los permisionarios
- Término de los permisos

Así mismo, bajo este aspecto, se recopiló información relevante directamente de los suplementeros.

1.- Permanencia en la labor suplementeros
2.- Proceso regular de obtención permiso.
3.- Ayuda para financiamiento.
4.- Costo mantención
5.- Nivel de capacitación
6.- Pertenencia a sindicato

1.- Permanencia en la labor suplementeros La tendencia observada es entre 20 y 30 años efectuando la misma labor. El promedio obtenido en la encuesta es de 24.8 años. (pregunta 1)

2.- Proceso regular de obtención permiso Con respecto a este procedimiento, la gran mayoría de los encuestados (70%) declara haber obtenido su quiosco a través del procedimiento regular en la Municipalidad correspondiente. Sin embargo, existe un porcentaje considerable (23%) que dice haberlo heredado lo que revela el impacto sostenido de estas actividades en generaciones de familias. (pregunta 2)

Este proceso se explica con detalle en la ordenanza como se explica a continuación:

Según el artículo n° 3 de la ordenanza Artículo 3° "Para ejercer el comercio estacionado en la vía pública, en kioscos o carros móviles, será necesario que el interesado, previamente, acredite el cumplimiento de los requisitos que establece esta Ordenanza y haya obtenido y cancelado el permiso de ocupación de vía pública y la patente y/o derechos correspondientes"

Para obtener el permiso de ocupación de vía pública el interesado debe reunir una serie de requisitos mencionados en el artículo n° 12, (ver anexo 3).

Además, como se menciona en el artículo n° 13, deben presentar una solicitud ante el Director de Rentas, Patentes y Mercados, señalando los antecedentes necesarios.

Posteriormente como se menciona detalladamente en los artículos siguientes (14 – 17) los documentos son tramitados en la Dirección de Rentas, Patentes y Mercados, luego en Dirección de Obras para que emita pronunciamiento sobre la aptitud del emplazamiento y el de las características y diseño del kiosco o carro móvil propuestos; y posteriormente en la Dirección de Tránsito, para que informe la incidencia que su instalación tendría en el tránsito vehicular y/o peatonal del sector.

Finalmente la Dirección de Obras confeccionará el modelo, planos y especificaciones definitivas que deberá reunir dicho kiosco o carro.

3.- Financiamiento

En la ordenanza no se menciona ningún beneficio para el permisionario con respecto al financiamiento del quiosco lo que concuerda con lo declarado por los suplementeros encuestados. Un 80% dice haberlo financiado completamente con capital propio. Solo un 10% declara haber sido beneficiado por convenios con la compañía Chiletabacos a cambio de publicidad permanente. Un porcentaje mínimo (3%) dice haber financiado su quiosco con fondos del estado, lo que revela el nulo interés por parte de las autoridades hacia esta tradicional actividad de altísimo impacto en la ciudad. (pregunta 3)

4.- Costo mantención

Sobre los gastos de mantención la ordenanza no establece nada. Según la encuesta realizada un 60% dice que es el dueño quien se encarga de la mantención del quiosco pues son ellos mismos los que atienden. Un 33% dice que esta labor la realizan a diario los propios vendedores. Se puede concluir que es quien se ocupa de atender el quiosco es también quien realiza la mantención, sea o no el propio dueño. Solo una persona señaló que una vez al año la municipalidad pinta el quiosco durante la noche sin notificarle. (pregunta 6)

5.- Capacitación suplementeros

Como ya se mencionó, para conseguir un permiso de ocupación de vía pública no es requisito contar con formación técnica o profesional de comerciante. Esto se refleja claramente en la encuesta realizada pues la mayor parte de la muestra (83%) admite no haber

recibido ningún tipo de capacitación como vendedor profesional. Un porcentaje menor (17%) manifiesta haber recibido capacitación, ya sea a través de cursos SENCE gestionados por el sindicato, de parte de privados (La Tercera) y de manera particular. Gran parte de los encuestados arguye que no han realizado cursos por falta de tiempo pues trabajan en promedio más de 8 horas diarias (pregunta 16) 7 días a la semana en su mayoría (pregunta 15). Además manifiestan que con la experiencia que tienen es suficiente pues llevan décadas ejerciendo la actividad. (pregunta 11)

6.- Sindicalización

Dado que la conformación de sindicatos es iniciativa de los propios suplementeros, no se menciona nada sobre esto en la ordenanza.

Según la encuesta realizada un porcentaje de la muestra levemente superior (53%) declara no pertenecer a sindicatos de suplementeros argumentando la inexistencia de beneficios. Esto devela la actual desarticulación del gremio, en donde gran parte de los suplementeros realiza su actividad de manera totalmente independiente lo que se traduce en mayores costos operacionales. Dado que la encuesta se realizó en Valparaíso y Viña del Mar, los sindicatos mencionados fueron tres, dos actualmente en funcionamiento en Valparaíso; Sindicato Nº 1 de Suplementeros de Valparaíso y Sindicato Independiente de Suplementeros de Valparaíso y uno en Viña del Mar: Sindicato de Trabajadores Independientes suplementeros Nº 1 de Viña del Mar, pertenecientes a la CONASUCH (Confederación Nacional de Suplementeros de Chile). (pregunta 12)

Emplazamiento quioscos

Con respecto a la ubicación del quiosco, y a la distancia mínima entre ellos, el artículo 11 menciona lo siguiente:

Artículo 11º Sin perjuicio de las demás prohibiciones y restricciones contenidas en esta Ordenanza y en las disposiciones legales y reglamentarias, los quioscos no podrán emplazarse a menos de veinte metros de las esquinas.

A pesar de lo dispuesto en la ordenanza, es posible encontrar en el plan de Valparaíso numerosos quioscos que no respetan la distancia mínima a las esquinas ocasionando congestión peatonal.



Prat altura Reloj Turri



Blanco con Urriola



Errázuriz con San Martín

Asimismo, los quioscos y carros móviles, no podrán situarse a menos de 50 metros de otro kiosco o carro, respectivamente, o del acceso a edificios públicos, tales como hospitales, establecimientos de educación y templos. No obstante lo anterior, se menciona que la Municipalidad podrá aumentar dichas distancias, cuando las circunstancias lo requieran.

Lo mencionado en la ordenanza con respecto a la ubicación de los quioscos no brinda la información suficiente pues no menciona las características mínimas exigibles al lugar de emplazamiento. Es común observar cómo la presencia de un quiosco genera un angostamiento excesivo en veredas de alto tránsito ocasionando graves problemas de circulación peatonal. Es por eso, que, "es necesario que exista un concepto inicial de diseño del espacio público que contemple la existencia del quiosco, o bien, existan las condiciones adecuadas para el emplazamiento de éste". (51) Junto a lo anterior, el diseño del quiosco debe ser ajustado a las necesidades del entorno, generando una simbiosis con el espacio urbano.

Conclusiones Preliminares Aspectos Legales y Funcionamiento

1.-Actividad y elemento heredado: La actividad ejercida por los suplementeros a menudo se hereda de generación en generación junto con el quiosco.

2.-Actividad independiente: Aunque la actividad es regulada por entidades estatales como la municipalidad, su accionar se limita al momento de otorgar el permiso y al pago de éste anualmente. No existe regulación periódica del cumplimiento de la ordenanza, ni beneficios como capacitación, o aporte de financiamiento, por lo que la actividad de los suplementeros se realiza de manera totalmente independiente

3.-La mayoría de los encuestados no cuenta con ningún entrenamiento formal para ejercer la actividad que realizan

4.-Los sindicatos no representan una alternativa confiable para la solución de sus problemas, por lo que muchos deciden no afiliarse.

3.2.2.- Comercialización de productos en el quiosco

Se constataron los siguientes puntos bajo el aspecto de comercialización

1.- Cumplimiento ordenanza; productos
2.- Cumplimiento ordenanza; carga semanal
3.- Carga diaria
4.- Nivel de ventas último año
5.- Autosuficiencia quiosco

(51) Francisco Harrison Ogalde, y Bruce Swain Smith, "Guía de diseño para el espacio público", Ministerio de Vivienda y Urbanismo, Chile, página 199, año 2003

1.- Cumplimiento ordenanza productos

La ordenanza es clara al respecto mencionando los productos autorizados para comercializar.

Artículo 7ºEn los quioscos sólo se podrá expender diarios; revistas; cigarrillos y artículos afines directamente relacionados con los anteriores; boletos de loterías o sorteos legalmente autorizados y confites envasados.

Artículo 10 La Municipalidad podrá, en casos calificados, autorizar el expendio de productos o artículos distintos a los establecidos en los artículos 7º y 9º en las condiciones que ella determine.

Dentro de las obligaciones y prohibiciones (artículo 18) mencionados en la ordenanza se destacan aquellos relacionados con la comercialización.

Los resultados de la encuesta demuestran que la totalidad de los encuestados cumple con el Artículo 7º de la ordenanza. Solo un 17% no vende cigarrillos por diversas razones (baja comisión, razones religiosas, etc.) (pregunta 13)

2.- Cumplimiento ordenanza carga semanal

En la ordenanza se menciona lo siguiente:

Artículo 18 b) Tratándose de quioscos, mantenerlos en funcionamiento y abiertos al publico, a lo menos de Lunes a Sábado de cada semana.

Cuando por enfermedad, ausencia transitoria u otros motivos Justificados, el interesado necesitare mantener su kiosco cerrado por más de 7 días, deberá comunicar por escrito dicha circunstancia a la Dirección de Rentas, Patentes y Mercados.

Claramente se establece que los quioscos deben funcionar de manera ininterrumpida de Lunes a Sábado lo que concuerda con la información obtenida de la encuesta realizada, según la cual se observa una clara tendencia a trabajar entre 6 y 7 días concentrándose un 93% de las preferencias en este rango, cumpliendo con lo dispuesto en la ordenanza. El promedio de días trabajados corresponde a 6,4 días. (pregunta 15)

3.- Carga diaria

En la ordenanza no se establece la duración de la jornada, lo que de acuerdo a la encuesta corresponde a un factor crítico.

En general, todos los encuestados manifestaron trabajar más de 8 horas diarias. Un 47% declara trabajar entre 8 y 10 horas, mientras que

un 43% dice trabajar más de 12 horas diarias contando con dos turnos. El promedio de horas trabajadas por persona es de 11 hrs. (pregunta 16)

4.- Nivel de ventas último año

Con respecto al nivel de ventas la opinión, en general, de los encuestados es única. El 96% de los encuestados reconoce claramente una disminución de las ventas en el último año. Solo una persona afirmó que las ventas se habían mantenido. (pregunta 18)

5.- Autosuficiencia quiosco

En la ordenanza se establece la siguiente prohibición:

d) Adosar, colgar, agregar o instalar en la parte exterior, del quiosco o alrededor del carro móvil, objetos, muebles, cajones o elementos destinados a exhibir mercaderías o productos o a cualquier otra finalidad; o hacer uso de árboles, postes, bancos, muros, cierros y demás elementos de infraestructura urbana, con iguales fines.

A pesar de lo dispuesto, de acuerdo a lo observado se realizó la siguiente pregunta a los encuestados: ¿Qué elementos anexos al quiosco utiliza? Las alternativas fueron las siguientes:

1.-Extensión techo; 2.-Contenedor refrigerante; 3.-Exhibidor productos; 4.-Exhibidor diarios y revistas

Los resultados demostraron que los elementos que la totalidad de los encuestados posee son exhibidores tanto de productos como de diarios y revistas, los cuales a menudo son de fabricación propia (rejas para revistas, repisas interiores). Declaran que la superficie que les ofrece el quiosco no es suficiente para exhibir sus productos. Un 33% posee además un contenedor refrigerante (cooler, nevera, refrigerador) (pregunta 20)

Vendedor

Como queda claro en el siguiente artículo, es el permisionario quien debe ejercer la actividad comercial en el quiosco.

Artículo 18 a) Ejercer personalmente la actividad comercial autorizada. Para verificar el cumplimiento de esta obligación, los permisionarios deberán, en todo momento, estar en posesión y exhibir cuando les sea requerido por la autoridad, su cédula de identidad; el permiso de ocupación y la patente municipal al día, y la autorización sanitaria vigente, cuando ésta sea procedente

Atención al público

Como se menciona en el artículo 12 de la ordenanza, dentro de los requisitos para optar al permiso de ocupación de vía pública para realizar la actividad de suplementero no se menciona formación profesional o técnica relativa a la actividad comercial que se efectuará. Solo se menciona como obligación del permisionario lo siguiente:

c) Observar un trato cortés y respetuoso hacia el público usuario

Conclusiones Preliminares Aspectos de Comercialización

1.- La totalidad de los encuestados cumple con lo dispuesto en la ordenanza sobre qué productos pueden vender.

2.- Los productos más vendidos son cigarrillos y confites, no diarios ni revistas, productos para los cuales fue diseñado el elemento.

3.-Los encuestados manifiestan cumplir con lo dispuesto en la ordenanza al trabajar a lo menos 6 días a la semana.

4.-La jornada laboral es extensa prolongándose incluso más allá de las 12 horas diarias.

5.-Es posible distinguir 2 franjas horarias en las que aumentan las ventas: de 8 am a 14 pm y de 17 pm a 20 pm

6.- Las ventas han disminuido en el último año según la mayoría de los encuestados.

7.-La superficie de exhibición de los quioscos es absolutamente insuficiente para exponer los productos.

8.-La oferta de productos se ha diversificando en respuesta a las necesidades del consumidor.

3.2.3.- Uso

La encuesta abarca los siguientes puntos en este ítem:

1.- Rutina laboral eficiente
2.- Optimización tiempos
3.- Integración de principios ergonómicos
4.- Diseño quiosco ajustado a uso

1.- Rutina laboral eficiente

De acuerdo a la encuesta realizada, un 90% de la muestra declara que cada día debe abrir el quiosco, disponer cada producto, ubicar elementos anexos al quiosco, tales como: exhibidores, pisos, cajas,

neveras, etc. al mismo tiempo que atiende a la clientela y vigila sus productos. Sin duda, es uno de los momentos en que el suplementero se encuentra más vulnerable ante un robo. Solo un 10 % declara comenzar la jornada comprando, además, los productos que faltan. (pregunta 21)

Lamentablemente, la rutina laboral de los suplementeros consta de muchos pasos antes de comenzar la atención al público lo que implica un desgaste considerable.

2.- Optimización tiempos

La mitad admite demorarse más de una hora para montar el quiosco, incluso hay quienes hablan de 2 o 3 horas, en parte, por lo expuesto anteriormente, junto con montar el quiosco deben atender a la clientela y vigilar sus productos. (pregunta 22)

3.- Integración de principios ergonómicos

Los quioscos analizados no integran en su diseño elementos para la permanencia del suplementero.

Con respecto a la posición que adoptan la mitad admite estar sentado en mobiliario propio la mayor parte del tiempo dado que el quiosco no integra ningún elemento para el descanso del usuario. Un 20% dice estar de pie más tiempo. Un 17% reconoce alternar posiciones. Sin duda, la posición que adopta el cuerpo está en estricta relación con el ritmo de trabajo, el cual según la pregunta 17 es mayor en la mañana desde las 8 a.m. a 14 p.m. (pregunta 25)

4.- Diseño quiosco ajustado a uso

Como se puede observar fácilmente, dependiendo del ritmo de trabajo, los suplementeros realizan todo tipo de actividades al interior del quiosco durante la jornada laboral, como comer, escuchar radio, ver televisión, leer, etc.

De acuerdo a esto, según la encuesta un 80% reconoce comer en el quiosco (desayuno y once principalmente) y escuchar radio. Un porcentaje menor (17%) reconoce hacer todas las actividades mencionadas al interior del quiosco (pregunta 24). Incluso 2 personas admiten tener que hacer sus necesidades al interior del quiosco (pregunta 28).

Con respecto al uso, la ordenanza pone énfasis en el impacto que genera la actividad en su entorno inmediato, particularmente en lo relativo al aseo. Debido a lo anterior, dispone lo siguiente:

Es obligación de los permisionarios según el artículo 18:

f) Mantener permanentemente aseado el sector adyacente al quiosco o carro móvil.

A su vez, está prohibido según el artículo 19:

e) Botar desperdicios en la vía publica.

Conclusiones Preliminares Aspectos de Uso

1.- La rutina laboral consta de pasos que podrían suprimirse para acelerar el comienzo de la jornada y disminuir el esfuerzo realizado.

2.- Los quioscos analizados no integran en su diseño elementos para la permanencia del suplementero. No se observa principio ergonómico alguno.

3.- El quiosco no integra en su diseño las actividades anexas a la venta que deben realizarse en su interior, como comer, escuchar radio, etc.

4.- Existe un porcentaje (13%) que declara llevarse los productos de mayor valor a su casa lo que revela un sentimiento de inseguridad ante robos.

3.2.4.- Climatológicos

A través de la encuesta se pudo evaluar en general el comportamiento del quiosco antes diversos factores climatológicos y las consecuencias de estos.

Se analizó lo siguiente:

1.- Desempeño ante lluvias
2.- Desempeño ante viento
3.- Desempeño ante bajas temperaturas
4.- Desempeño ante altas temperaturas
5.- Desempeño ante polvo
6.-Nivel de daños por Aspectos Climatológicos

1.- Desempeño ante lluvias

Un 73% califica como malo o muy malo el desempeño ante lluvias, declarando, entre otras cosas, que "se apoza el agua", "tengo que ponerle una fuente en el techo", "pongo tapagoteras", "tuve que hacerle una base de cemento", "tengo que cubrir el quiosco con plástico parece quiosco copeva es una vergüenza". Además manifiestan que las ventas bajan considerablemente al disminuir el flujo de público afectando negativamente su actividad. (pregunta 30)

2.- Desempeño ante viento

Se observa una tendencia a calificar el desempeño ante el viento como "regular" o "malo" (73%).El mayor problema lo representan los diarios y revistas expuestos en exhibidores externos al quioscos. Quienes eligieron la alternativa "bueno", reconocieron estar acostumbrados al viento. (pregunta 31)

2.- Desempeño ante bajas temperaturas

La mayoría (70%) escogió la alternativa "regular" señalando que toman medidas como mayor abrigo, consumo de café, uso de artefactos eléctricos para generar calor y permanecer al interior del quiosco. Los que lo calificaron como "muy malo" son suplementeros cuyos quiosco se ubican en lugares donde por la altura de edificios no llega el sol, debiendo tomar medidas para paliar el frío regularmente. (pregunta 32)

3.- Desempeño ante altas temperaturas

La tendencia se inclina hacia las opciones "regular" y malo (86%). Los encuestados reconocen no poder estar al interior del quiosco durante épocas de calor debido a la nula aislamiento térmica del quiosco. Una persona asegura tener 2 o 3 ventiladores funcionando durante el verano para poder efectuar su actividad. Quienes lo calificaron como "bueno" señalaron que los árboles a su alrededor temperaban el sector de lo que se concluye la importancia de las características de la ubicación. (pregunta 33)

5.- Desempeño ante polvo

Nuevamente la tendencia es hacia las opciones "regular" o "malo" (83%). Los encuestados señalan que el ambiente en que trabajan está contaminado por las micros las cuales emiten hollín el que se adhiere a su cabello y piel. (pregunta 34)

6.-Nivel de daños por Aspectos Climatológicos

Un 57% señala que su quiosco sufre mayormente suciedad ante las diversas variables climatológicas. Un 23% afirma que sufre daño de partes las que deben ser reemplazadas cumpliendo con el artículo 18 de la ordenanza sobre las obligaciones del permisionario d) "Mantener en buen estado de conservación la estructura y pintura del respectivo kiosco y carro móvil".

Conclusiones Preliminares Aspectos Climatológicos

1.- En general, el desempeño del quiosco ante las diversas variables climatológicas se califica como malo o regular, lo que obliga a los usuarios a suplir dichas deficiencias con los escasos recursos disponibles.

2.- El factor peor calificado es la lluvia (muy malo 17%)

3.- A pesar de que en general el desempeño del quiosco ante las variables climatológicas fue mal evaluado, los daños producto de ellos son, en su mayoría, menores (solo suciedad 57%). Sin embargo su impacto en la dificultad de la labor del suplementero es mayor.

4.- La ubicación del quiosco es un factor no estudiado, siendo su influencia de importancia vital para el bienestar del usuario.

3.2.5.- Seguridad

Los temas analizados fueron los siguientes:

1.- Frecuencia robos
2.- Daños por robos
2.- Medidas de seguridad
3.- Sensación de seguridad

1.- Frecuencia robos

Lamentablemente, un alto porcentaje declara haber sufrido robo (77%). (pregunta 36). Más de la mitad de los encuestados (53%) dice sufrir de robos de manera esporádica, ya sea, por encontrarse cerca de una cámara de televigilancia, porque es un sector de alto tránsito, etc. (pregunta 37)

2.- Daños por robos

Un 47% declaró que su quiosco sufrió abolladuras producto de robos, o intento de robo. Otros afirmaron que "me sacaron la puerta, "quebraron vidrios, descerrajaron tapas", "rompieron puerta y estructura del quiosco", etc., todos daños mayores. (pregunta 39)

2.- Medidas de seguridad

Sorprende comprobar que un alto porcentaje (40%) no toma absolutamente ninguna medida de seguridad mientras trabaja. Un 37% declara solo esconder objetos de mayor valor y un 20% dice portar un elemento de defensa personal (mazo de madera, fierro). Muchos se quejan de que por parte del estado no cuentan con seguridad, ni siquiera con la vigilancia de carabineros. Extendido es el uso de espejos para observar a los transeúntes desde el interior. (pregunta 40)

La mayoría (57%) solo asegura con cerraduras su quiosco. Un 37% pone también candados. Otras medidas son utilizar cadenas y barras aseguradas con pernos para proteger las tapas. (pregunta 41)

Dentro de las medidas básicas de protección contra el vandalismo la "Guía de Diseño del Espacio Público propone lo siguiente para quioscos permanentes:

"Debe tratarse el diseño de quioscos con criterios formales integrales, en que toda pieza del conjunto es parte de un total resistente. Es necesario que en los momentos en que los quioscos permanecen cerrados al uso, no expongan elementos frágiles a la tentación vandálica, y que todo producto almacenado al interior está protegido por un concepto de seguridad evidente al vándalo"(52)

3.- Sensación de seguridad

A pesar de quejarse de la seguridad (pregunta 40), la mayoría (77%) afirma confiar en que los productos quedan bien resguardados en su ausencia. (pregunta 42)

Conclusiones Preliminares Aspectos de Seguridad

1.- A pesar de que un alto porcentaje declara haber sufrido robo, estos se producen de manera esporádica, dada la ubicación céntrica de los quioscos analizados. (Pedro Montt, Condell, Calle Valparaíso, Arlegui)

2.-Los daños sufridos por el quiosco producto de robos son mayores que los sufridos por las condiciones climatológicas.

3.- Las medidas de seguridad tomadas por los suplementeros son nulas y/o deficientes.

3.2.6.- Estructurales

En la ordenanza, como ya se mencionó, se define quiosco como "de material ligero o provisorio y desarmable" lo que indudablemente no se relaciona con la realidad pues los quioscos encontrados en Valparaíso son de carácter permanente, la mayoría lleva décadas en el lugar en el que se encuentran. Con respecto al material, son de estructura metálica.

La ordenanza establece en sus artículos algunas referencias con respecto a la estructura del quiosco, las cuales se indican a continuación:

(52) Francisco Harrison Ogalde, y Bruce Swain Smith, "Guía de diseño para el espacio público", Ministerio de Vivienda y Urbanismo, Chile, página 199, año 2003

Artículo 6º: Los quioscos podrán ser dotados de luz eléctrica, a costa del interesado, siempre que este último cumpla los requisitos y obtenga la autorización respectiva del organismo o empresa distribuidora de energía eléctrica correspondiente.

Es obligación del permisionario, según el artículo 18:

d) Mantener en buen estado de conservación la estructura y pintura del respectivo quiosco y carro móvil.

Según el artículo 19, está prohibido:

g) Alterar el diseño y especificaciones técnicas aprobadas por el Municipio y cambiar o trasladar de ubicación el quiosco o carro móvil, sin autorización Municipal.

En la encuesta se analizaron dos aspectos claves con relación a la estructura del quiosco

1.- Durabilidad material
2.- Resistencia material

1.- Durabilidad material

Casi la totalidad de los quioscos analizados se componen mayormente de metal (97%) afianzado en una base de cemento. Solo se encontró uno elaborado de concreto, en la ciudad de Viña del Mar. (pregunta 43)

2.- Resistencia material

La gran mayoría (80%) concuerda en que su quiosco tiene una estructura resistente pues muchos tienen más de 20 años como se indica en la pregunta 1. Solo se quejan de la corrosión del material que obliga al reemplazo frecuente de partes.

Conclusiones Preliminares Aspectos Estructurales

1.- El material utilizado tiene directa relación con la durabilidad esperada de este.

2.- Un punto positivo del quiosco valorado por los usuarios es su resistencia.

3.2.7.- Espaciales

En la ordenanza se menciona el área que deben ocupar los quioscos en el artículo indicado a continuación:

Artículo 5ºLos quioscos no podrán tener una dimensión superior a 0,80 metros de ancho, por 2,00 metros de largo y 2,50 metros de alto y su modelo o diseño y especificaciones técnicas serán los que determine la Municipalidad. Esta última podrá exigir, discrecionalmente, que los quioscos en que se ejerza una misma actividad comercial o que se emplacen en determinados lugares de la ciudad o que se encuentren en otra situación diversa, se sujeten a un modelo o diseño y a especificaciones técnicas uniformes o similares.

Dentro de las prohibiciones mencionadas en el artículo 19, se enumeran las siguientes relativas a los aspectos espaciales
c) Ocupar una mayor superficie o espacio que los autorizados para el quiosco o carro móvil.

d) Adosar, colgar, agregar o instalar en la parte exterior, del kiosco o alrededor del carro móvil, objetos, muebles, cajones o elementos destinados a exhibir mercaderías o productos o a cualquier otra finalidad; o hacer uso de árboles, postes, bancos, muros, cierros y demás elementos de infraestructura urbana, con iguales fines.
Claramente no se cumplen estas normas, pues la totalidad de los suplementeros debe recurrir a elementos anexos de exposición.

Con respecto a la configuración del elemento se analizaron los siguientes espacios:

1.- Espacio de circulación
2.- Espacio Interior
3.- Espacio exhibición diarios y revistas
4.- Espacio exhibición otros productos
5.- Espacio de almacenamiento

1.- Espacio de circulación

Se observa una tendencia a calificar el espacio de circulación como "regular" y "reducido incómodo", las que concentran el 80% de las preferencias. Sólo un 13% considera que el espacio para circular es suficiente manifestando que se han acostumbrado a lo reducido del espacio. (pregunta 45)

2.- Espacio Interior

Un 87% califica de manera negativa el espacio interior del quiosco ya sea como "reducido incómodo", o como "insuficiente, dificultad de movimiento". (pregunta 46).

3.- Espacio exhibición diarios y revistas

En esta pregunta la respuesta es categórica, un 80 % califica como insuficiente el espacio para exponer diarios y revistas a pesar de que los quioscos fueron diseñados para ello, señalando que deben recurrir a

otros elementos para exponer adecuadamente todos sus productos. (pregunta 47)

4.- Espacio exhibición otros productos

Al igual que la pregunta anterior, no queda duda que el espacio para exponer productos es insuficiente, tal como lo manifiesta el 80% de los encuestados, debiendo recurrir a exhibidores anexos, tales como vitrinas, repisas fabricadas por ellos mismos, etc. (pregunta 48)

5.- Espacio de almacenamiento

La tendencia se inclina hacia las opciones "reducido incómodo" e "insuficiente", debiendo almacenar parte de la mercadería en otro lugar, preferentemente el propio hogar como se menciona en la pregunta 29. Es importante mencionar que muchos encuestados señalaron que se han adecuado a la capacidad del quiosco, comprando de pocas cantidades.

Conclusiones preliminares Aspectos Espaciales

1.- No queda duda de que según la percepción de los propios suplementeros el aspecto peor resuelto corresponde al aspecto espacial. De los 5 espacios identificados, 3 son calificados como insuficientes y 2 como reducido incómodo.

2.- Los espacios peor evaluados son los de exhibición tanto de productos como de diarios y revistas.

3.- En general, el hombre se ha adaptado al espacio, y no el espacio al hombre.

3.3.- Usuario

El usuario de quioscos, en adelante, suplementero, posee las siguientes características:

- Es hombre o mujer cuya edad fluctúa entre los 45 y 65 años
- No posee grado académico ni título profesional
- Vive en Valparaíso, en muchos casos, cerca de donde está ubicado su quiosco.

Hábitos y actitudes

- Efectúa la actividad de suplementero por muchos años, y en la mayoría de los casos, este oficio es tradición en su familia.
- Ha aprendido su oficio por experiencia y no lleva registro ordenado de sus ingresos y egresos.

▪ En general, no pertenece a sindicato alguno, por lo que realiza su actividad de manera absolutamente independiente.
▪ Debido a lo anterior, su trabajo es su prioridad, vive en función de su actividad.
▪ Dado la excesiva carga horaria que debe cumplir y las pésimas condiciones laborales a las debe adecuarse, se encuentra descontento con su trabajo.
▪ Realiza turnos en su jornada laboral con una persona que suele ser su cónyuge o familiar cercano.
▪ Ofrece un trato más bien parco al público usuario.

Deseos y necesidades

▪ Desea poder disminuir la carga horaria diaria para pasar más tiempo con la familia.
▪ Anhela mayores beneficios por parte del estado en cuanto a financiamiento, mantención quiosco, etc.
▪ Necesita un puesto de trabajo confortable. Está plenamente conciente de las deficiencias del puesto de trabajo actual a pesar de llevar años en las mismas condiciones.
▪ Necesita, con urgencia, la mejora de las condiciones laborales.
▪ Necesita reconocimiento y respeto por parte de la comunidad.

Rol en la compra

Dado que realiza su actividad de manera totalmente independiente el suplementero cumple tanto con el rol de usuario como de comprador. El rol de influenciador de la compra es asumido por la Municipalidad de Valparaíso.

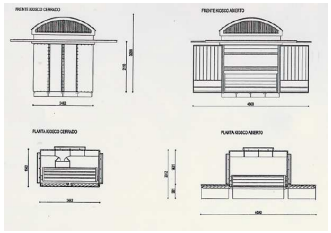
3.4.-Oferta de quioscos a nivel mundial

3.4.1- Quiosco Modelo KPM y modelo Gran Vía

Descripción: Estos quioscos de características casi idénticas son producidos por KPM (Kioscos de prensa de Madrid) Como se puede apreciar en la fotografía solo se diferencian en la forma de la cubierta.



Modelo Gran Vía





Modelo KPM

Especificaciones Técnicas

Suelo: Se construye con un perfil angular laminado en todo el perímetro, UPN estructural en el frontal e IPN estructural formando los

travesaños que sujetan el pavimento. Se forma el suelo, propiamente dicho, con perfiles de chapa galvanizada sobre los travesaños de IPN y se recubre con pavimento

Pavimento: Tablero finlandés de carrocero de 18mm de grueso revestido con film fenólico de 120g/m2 y tratamiento antideslizante 1 cara, de alta resistencia, estanqueidad y estabilidad dimensional

Zócalo: De granito gris aburbujado, en piezas modulares con las aristas verticales biseladas a 45° y dos taladros de 15mm de diámetro para ser atornillados en las pletinas dispuestas en el suelo para su fijación.

Estructura: está formada frontalmente por dos columnas estructurales que se atornillan al suelo y al friso. En la parte superior frontal se atornilla, además, una chapa que a la vez actúa como arriostramiento frontal de la estructura y sirve como expositor de publicaciones.

Friso: Formado por un marco de idénticas dimensiones que el suelo e igualmente con taladros periféricos que permiten la fijación de los cerramientos y las columnas estructurales por la parte superior. Se fabrica de chapa de acero galvanizado de 1.5mm recubierta de pintura de poliéster en las zonas visibles.
Cerramiento: Chapa interior galvanizada y prelacada con plancha de aislante de porexpan ignífugo autoextinguible que se atornillan por la parte inferior al suelo y por la parte superior al friso, lateralmente se ensamblan unos a otros mediante columnas.

Puertas Giratorias: Elemento de cerramiento frontal formado por dos alas que giran sobre pivotes dotados de rodamientos de agujas y axiales en la parte inferior, para asegurar un giro suave y seguro.
Mostrador Extensible: Fabricado en acero galvanizado lacado, el mecanismo de extensión se construye con perfiles de acero zincado y rodamientos radiales que garantizan un suave deslizamiento y gran durabilidad.

Marquesina: Acoplable al frente del quiosco, desmontable y opcionalmente de dimensión variable.

Mupi: Carteles de publicidad normalizados, se acoplan al cerramiento de las cuatro fachadas, superpuestos y atornillados



Armarios de Exposición: Son unidades independientes que se atornillan a las fachadas del quiosco

Armario de recepción de prensa: Armario de reopción de prensa durante la noche accediendo desde al buzón desde el exterior abriendo un Mupi.

Estanterías Posteriores: Modulares y de altura ajustable, se adosan a la parte posterior del quiosco.



Almacenaje: En el friso: Dada la altura del friso (400mm) permite el almacenaje de materiales voluminosos. En el techo: En el espacio interior que crea el techo

Instalaciones Eléctricas: El quiosco posee toma de corriente para calefacción y aire, toma de enchufes para usos diversos, alumbrado exterior e interior

Climatización: Opcionalmente puede ser instalado u equipo de aire acondicionado.

Seguridad: Cámaras de vigilancia de carácter opcional.

Limpieza: De fácil limpieza, puesto que es de acero inoxidable y vidrio templado.

Mantenimiento: Los mecanismos requieren mantención solo cada 6 meses.

Reparación: El sistema proyectado: elementos independientes, piezas desmontables e idénticas, facilita la sustitución de las piezas deterioradas.

Tanto el modelo Gran Vía como el Modelo KPM son fabricados por KPM, (Kioscos de Prensa de Madrid) y han sido homologados por la Asociación de vendedores profesionales de prensa de Madrid (AVPPM), asociación gremial sin ánimo de lucro, integrada por vendedores de prensa de Madrid. El objetivo principal de esta asociación es la consecución de la permanencia, y aun mejora, de la dignidad y de la calidad de la profesión, el oficio o la cualidad de vendedor de prensa en el ejercicio de su noble actividad.

3.4.2.-Quiosco Laika

Antonio Roselló (1991), Productor: Microarquitectura, S.L.





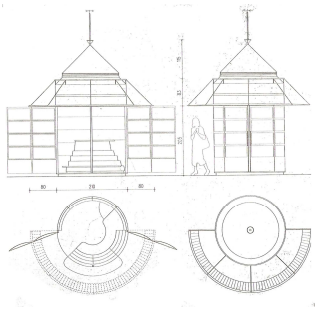
Dimensiones:

Diámetro planta: 210cm
Altura Total Exterior: 380cm
Altura colocación visera:205cm
Sup. exposición (prensa):15,5m2

Descripción: Pequeño pero muy extensible, este quiosco multifuncional se integra fácilmente en cualquier espacio urbano. De forma cilíndrica, rematado con un casquete cónico, dos cuartas partes son cuatro puertas que se abren, duplicando su superficie y ofreciendo un gran espacio de exposición.

Usos: Se puede usar como quiosco de prensa, taquilla, cabina de información, quiosco de flores, etc., variando el mobiliario interior y la proporción de acristalamiento en los cerramientos.

Especificaciones Técnicas



Estructura: Cuerpo de poliéster y ventanas de metacrilato transparente, con o sin rejilla de protección. Visera de estructura metálica.
Cúpula: La cúpula lleva un doble recubrimiento de fibra de vidrio. Protección de aislamiento térmico con cámara de aire en el techo y cerramientos verticales con lana de vidrio de 4 cm. de espesor. Acabado pintado en color a elegir según carta.
Mobiliario interior: En madera laminada y varillaje en acero inoxidable, altillo interior para almacenaje con doble estante. Piso elevado en madera contrachapada recubierta con goma antideslizante.
Iluminación interior: Mediante lámparas incandescentes de 30w. Dos puntos de toma de corriente.

3.4.3.-Quiosco Habana
Márius Quintana



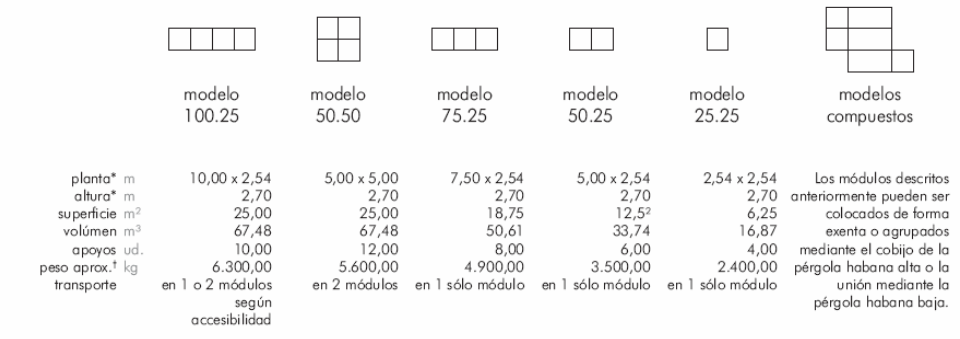


Dimensiones		
Quiosco	Planta	500x250cm
	Altura	250cm
Tarima	Módulo	250cmx250cm
Pérgola	Superficie	37,50m2
	Altura	350cm
Superficie Conjunto		50m2

Descripción: Habana es un quiosco con o sin pérgola concebido como punto de servicio en las playas, parques o amplios espacios urbanos. Los elementos principales del conjunto (quiosco y pérgola) se han planteado como elementos separados para poder adaptarse mejor en cualquier ubicación. Esta versatilidad permite decidir el formato y el desarrollo del ámbito natural del conjunto. Los criterios han sido conseguir un diseño absolutamente respetuoso, con cualquier entorno, adecuado para cualquiera de las zonas de la ciudad, siempre sin afán de protagonismo y de diseño atemporal.

Personalizable: Sistema constructivo se adecua a las necesidades del usuario, a las normativas existentes, al entorno urbano y a as condiciones climatológicas.

Antivandálico: Soluciones personalizables, modulares, desmontables, duraderas y adecuadas para cualquier zona de la ciudad.
Transportable: Construido y acabado completamente en taller, con lo que es transportable sin necesidad de montaje o desmontaje. Lleva previstos unos puntos de anclaje para ser suspendido por un camión grúa, que lo transporta y lo deposita en el lugar indicado. Únicamente debe realizarse la unión de las acometidas correspondientes.
Usos: Espectro de uso muy amplio. Desde el inicial de quiosco bar con terraza ha devenido en bar cerrado, uso comercial, venta de prensa, flores, helados o golosinas, almacenes cerrados, casetas para nódulos de potencia, puntos de socorrismo, vestuario, aseos, club infantil y, por supuesto, la combinación de cualquiera de ellos en un solo contenedor o la utilización de módulos separados para diferentes usos en un solo proyecto con una estética unificada.
Especificaciones técnicas: Se trata de un contenedor con una mecánica constructiva, única que parte de una estructura metálica vista, con unos cerramientos en paneles de diferentes materiales y acabados, que con la dinámica de apertura de puertas y combinación de materiales que permite su transformación de imagen compacta y antivandálica en cerrado a su apariencia más amable y atractiva cuando está abierto.



	modelo 100.25	modelo 50.50	modelo 75.25	modelo 50.25	modelo 25.25	modelos compuestos
planta* m	10,00 x 2,54	5,00 x 5,00	7,50 x 2,54	5,00 x 2,54	2,54 x 2,54	Los módulos descritos
altura* m	2,70	2,70	2,70	2,70	2,70	anteriormente pueden ser
superficie m^2	25,00	25,00	18,75	12,5	6,25	colocados de forma
volúmen m^3	67,48	67,48	50,61	33,74	16,87	exenta o agrupados
apoyos ud.	10,00	12,00	8,00	6,00	4,00	mediante el cobijo de la
peso aprox.† kg	6.300,00	5.600,00	4.900,00	3.500,00	2.400,00	pérgola habana alta o la
transporte	en 1 o 2 módulos según accesibilidad	en 2 módulos	en 1 sólo módulo	en 1 sólo módulo	en 1 sólo módulo	unión mediante la pérgola habana baja.

Combinaciones posibles de módulos

3.5.-Oferta de quioscos a nivel local.

3.5.1.-Quioscos Observados en Viña del Mar

La zona analizada comprende la calle Arlegui, calle Valparaíso y avenida Libertad. Se analizarán solo quioscos de prensa. En esta zona destaca la presencia de un modelos de quiosco con algunas variaciones en su diseño.

3.5.1.1- Quiosco de base hexagonal con cubierta de módulos triangulares



Descripción: Quiosco de reducidas dimensiones, completamente metálico, con puerta en uno de sus seis lados, ubicado sobre base de cemento de 15 cm. de altura.

Área de Exposición: Como se puede apreciar claramente, la superficie de exposición de diarios y revistas es insuficiente por lo que se suple con mangas donadas por auspiciadores ubicadas fuera de la superficie del quiosco, en mobiliario urbano cercano, e incluso en árboles.



Entorno: De alto impacto en el paisaje urbano contaminando visualmente.

Ciudadano: Dado que no es una vereda de alto tránsito, la presencia del quiosco no produce graves trastornos al pasar de los transeúntes. Solo en las horas de salida del colegio cercano se produce congestión.

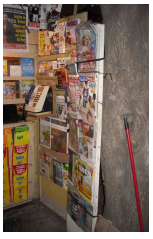
3.5.1.2- Quiosco de base hexagonal con marquesina abatible y cúpula de cuatro lados, tamaño pequeño



Descripción: Quiosco de área similar al anterior, de material metálico sobre base de cemento de 10 cm. de altura.

Aspectos críticos: La superficie para exponer diarios y revistas es insuficiente. Se debe recurrir a mangas plásticas para la exhibición de diarios, y a la disposición de revistas bajo la marquesina a través de apretadores, lo que deja vulnerable el producto ante robos. Existe una zona para exponer diarios y revistas bajo rejillas metálicas, de elaboración propia.









Entorno: De alto impacto en su entorno por la constante actividad que genera y a la disposición de elementos de exposición anexos al quiosco.

Ciudadano: De gran utilidad para el ciudadano que transita por la zona, por ser un lugar iluminado y con actividad a su alrededor, quienes atienden se convierten en observadores indirectos del entorno, generando mayor seguridad.

3.5.1.3- Quiosco de base hexagonal sin marquesina y cúpula de cuatro lados, tamaño pequeño

Descripción: Quiosco de material metálico sobre base de cemento de 10 cm. de altura.





Aspectos críticos: Este quiosco ubicado en calle Valparaíso es el de menor espacio interior encontrado en la zona analizada. Sin embargo, su dueño se ha adaptado a su reducida superficie, comprando bajas cantidades, y vendiendo poca variedad de productos.

Entorno: De bajo impacto en su entorno por sus reducidas dimensiones y por los pocos elementos anexos utilizados. Solo se observa la ubicación de una manga plástica para la exhibición de diarios, y un piso para disponer y alcanzar revistas ubicadas en altura.



Espacio de promoción de auspiciadores

Ciudadano: Dado su reducido tamaño y al escaso flujo observado en la zona, la presencia del quiosco no altera el flujo de transeúntes. Sin embargo, ofrece pésimas condiciones laborales al suplementero.

3.5.1.4.- Quiosco de base hexagonal con marquesina abatible y cúpula de cuatro lados, tamaño medio

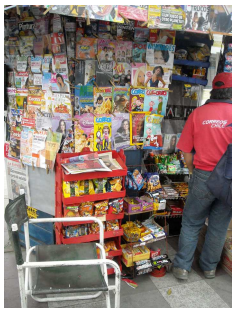
Ejemplo 1, calle Arlegui

Descripción: Quiosco del mismo modelo que el anterior, pero de área levemente superior, de estructura metálica sobre base de cemento de 10 cm. Este quiosco sufrió un choque vehicular por lo que se encuentra en mal estado. La dueña lo utiliza solo para almacenar la mercadería, atendiendo al público fuera del quiosco sentada en una silla.

Aspectos críticos: Se debe aumentar la superficie del quiosco al ubicar diversos elementos de exposición de productos en toda la zona aledaña.







Entorno: De todos los quioscos analizados en Viña del Mar, este es el que ocupa un área mayor, dado que utiliza un enrejado aledaño para exponer diarios y revistas, y se ubican numerosos elementos diversos para exponer los productos. Debido al mal estado en que se encuentra la dueña no mantiene durante el día los productos en su interior, volcando toda la mercadería fuera del quiosco impactando visualmente en el entorno.

Ciudadano: La zona es de bajo tránsito peatonal por lo que la presencia del quiosco no altera mayormente el flujo de peatones. Además, los elementos son ubicados a los lados del quiosco y frente a el.

Ejemplo 2, calle 5 oriente

Descripción: Quiosco del mismo modelo que el anterior, de estructura metálica sobre base de cemento de 10 cm. de altura.

Aspectos Críticos: Una vez más, queda en evidencia, la insuficiencia del área de exposición de productos, particularmente diarios y revistas. En este caso se utilizan todas las ventanas para exhibir productos, anulando la visibilidad hacia el exterior desde el interior del quiosco.



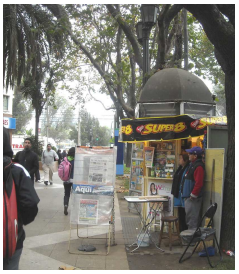


Se observa una nevera fuera de la superficie del quiosco, situación común, prohibida según la ordenanza.

Entorno: La estructura del quiosco es utilizada como respaldo para un comerciante ambulante, aumentando el caos visual provocado por los diversos elementos ubicados en torno al quiosco.

Ciudadano: La ubicación del quiosco sumada a la de comerciantes situados al borde de la calle convierte la vereda en un verdadero túnel de lenta circulación.

Ejemplo 3, avenida Libertad.



Descripción: Quiosco de estructura metálica en buen estado.

Aspectos críticos: Sobresalen los exhibidores de diarios ubicados fuera del quiosco, los que atentan contra el pasar de los transeúntes.

Entorno: La vereda en que se ubica es amplia lo que reduce el estrangulamiento generado. Sin embargo en horas de alto tránsito los exhibidores obstaculizan la fluidez de la circulación.

Ciudadano: A pesar de que entorpecen el tránsito de los peatones, los exhibidores son de gran utilidad para los mismos.

3.5.1.5.- Quiosco de base rectangular y estructura de concreto

Descripción: Este quiosco es el único de este tipo encontrado en la zona analizada. Está construido en su totalidad de concreto. Es el de mayor superficie encontrado en el eje analizado.

Aspectos críticos: Sin duda, su gran volumen constituye un obstáculo en el libre desplazamiento de los transeúntes.





Entorno: Dada la solidez de su estructura y su gran tamaño, constituye un elemento referencial en el paisaje urbano.

Ciudadano: La proyección de su marquesina sumada a la de negocios ubicados en frente, forma un espacio "túnel" de alta peligrosidad para los transeúntes.

3.5.2.- Quioscos observados en Valparaíso

3.5.2.1.- Quiosco de base octogonal con cubierta de módulos triangulares tamaño medio

Ejemplo 1, calle Pedro Montt con Av Argentina



Descripción: Este modelo de base octogonal, posee una base de cemento de 15 cm de alto. En una de sus caras posee una puerta y vitrinas en otras 6. Posee un amplio espacio publicitario en la cubierta.

Aspectos Críticos: La superficie de exposición es insuficiente, por lo que se suple con múltiples elementos anexos.

Entorno: La disposición de objetos diversos a modo de exhibidores genera un desorden visual que impacta negativamente en el entorno.

Ciudadano: A pesar de estar ubicado en una vereda ancha (4-5 metros) genera congestión en el tránsito de peatones dado que corresponde a un área de alto flujo y se encuentra emplazado muy cerca de la esquina.







Ejemplo 2, calle Pedro Montt con Uruguay.

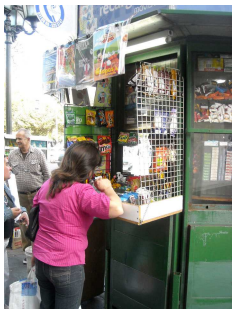


Descripción: Quiosco de base octogonal de estructura metálica sobre base de cemento.

Aspectos Críticos: La reducida superficie de exposición

Entorno: La disposición de una nevera y múltiples exhibidores genera un impacto visual negativo.

Ciudadano: Los exhibidores ubicados en la vereda entorpecen el tránsito de peatones.





Ejemplo 3, calle Pedro Montt con Freire



Descripción: Quiosco octogonal de estructura metálica y base de cemento.

Aspectos Críticos: Se puede apreciar cómo se ha modificado el alero para exponer productos de lectura afeando el paisaje urbano. También se utiliza un árbol cercano para exponer productos inflados, lo que está prohibido según la Ordenanza.

Entorno: Nuevamente , la disposición de elementos anexos de exposición, genera caos visual.

Ciudadano: Dado que la vereda es ancha y el flujo de peatones es bajo, no se producen alteraciones del transito de peatones.






3.5.2.2.- Quiosco de base hexagonal con cubierta de cúpula tamaño grande



Descripción: Quiosco de estructura metálica sobre base de cemento de 20 cm. de alto. De todos los observados es el de mayor tamaño.

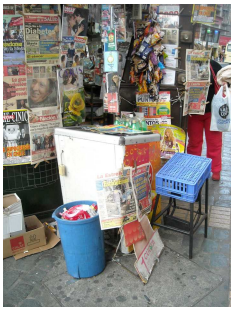
Aspectos Críticos: Su emplazamiento cerca de un paradero de buses y de la llegada de un paso peatonal genera congestión peatonal.

Entorno: Gran ruido visual generado por la excesiva disposición de productos en todas las caras del quiosco incluida la zona del alero.

Ciudadano: La disposición del quisco sobre una alta base, genera dificultades para establecer contacto visual con el suplementero al momento de realizar una compra, lo que revela la ausencia de principios ergonómicos.







3.5.2.3.- Quiosco de base rectangular y estructura metálica



Descripción: Quiosco metálico de base rectangular y vitrinas en 4 caras sobre base de cemento de 20 cm.

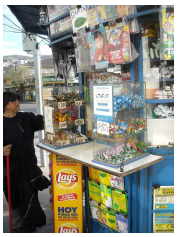
Aspectos Críticos: Debido al avanzado estado de deterioro en que se encuentra, y a un impacto vehicular se encuentra deformado.

Entorno: Se ubica a menos de 20 metros de la esquina, emplazamiento prohibido según la ordenanza.

Ciudadano: Dada su ubicación en una arteria céntrica, posee una gran demanda.







3.6.-Conclusiones Generales

Aspectos Críticos de soluciones actuales

A lo largo de toda la investigación se detectaron múltiples deficiencias, sin embargo, producto de la observación directa sobresalen los siguientes aspectos particulares como los de mayor urgencia

Insuficiencia del área de exposición:

La adaptación del quiosco realizada por los suplementeros, consiste, básicamente, en aumentar las superficie de exposición de productos a través de la disposición de variados elementos utilizados como exhibidores ubicados en la vía pública.

Vulnerabilidad ante robos:

Un gran porcentaje de productos deben ser expuestos fuera del quiosco, a menudo solo dispuestos listos para sacar o afirmados débilmente, lo que facilita los robos. Además, dado que se utilizan las ventanas del quiosco para exhibir productos, el suplementero carece de visión panorámica del exterior del mismo, impidiendo la necesaria vigilancia.

Ubicación:

La ubicación de los elementos comerciales en la ciudad no ha sido planificada. No existen pautas de ubicación, de acuerdo al impacto que generan estos voluminosos elementos. A menudo, los quioscos generan estrangulamiento en las veredas, y también, en algunas casos, espacios "túnel" que en la oscuridad constituyen lugares peligrosos para los transeúntes.

Contaminación visual:

Absolutamente todos los quioscos analizados generan un impacto negativo en su entorno, contaminando visualmente con los múltiples productos que comercializan, sumado a las gráficas publicitarias que exponen.

CAPÍTULO III
Conclusiones

4.- Conclusiones generales

Si bien, cada capítulo finaliza con conclusiones, es necesario mencionar las siguientes conclusiones generales después del análisis de todos los antecedentes.

Inexistencia de visión sistémica en el diseño de elementos urbanos:

No se detectó una concepción integral de diseño con respecto a los elementos encontrados en la ciudad. No existen parámetros de ubicación en el espacio público, condiciones ni requerimientos mínimos de diseño. En definitiva, se advierte la carencia de identidad con un carácter propio de una ciudad patrimonial.

Carencia de principios estéticos y funcionales

Una vez que les es otorgado el permiso de ocupación de la vía pública, y siempre que efectúen el pago oportuno de la patente comercial, los suplementeros no tienen mayor contacto con la municipalidad, por lo que deben realizar su actividad de manera totalmente independiente. Esto, que pudiera parecer absolutamente normal, no lo es, pues claramente el impacto que genera esta actividad en el entorno urbano, y, en definitiva, en la imagen que se proyecta de la ciudad es altísimo. El realizar su actividad sin asesoría alguna incide, naturalmente, en el ejercicio de la misma, la que deben realizar con mínimos recursos y por sus propios medios. Esta carencia de recursos los obliga recurrir, por ejemplo, al diseño de accesorios de fabricación propia, tales como repisas interiores para exponer productos, rejillas metálicas para proteger revistas, o exhibidores que ubican fuera del quiosco aumentando la superficie utilizada y que no obedecen a criterios básicos de armonía estética ni funcional. Un ejemplo de esto es la incorrecta utilización de elementos existentes, por ejemplo, neveras y mostradores diseñados para locales comerciales ubicados en la vía pública o a menor escala, apretadores o perros de ropa para colgar revistas en la marquesina del quiosco.

Desvalorización actividad suplementeros:

La evidente desarticulación de la actividad de los suplementeros provoca la desvalorización de esta labor por parte de la comunidad. Esta desarticulación se percibe a través de la desorganizada imagen que proyectan a la ciudad. Lo anterior es producto de la imposibilidad de identificar patrones que vinculen estos elementos entre si, solo se aprecia una débil similitud formal. No existe coherencia en muchos de los aspectos relativos al ejercicio de esta actividad, tales como, el diseño mismo del elemento, los colores aplicados a éste, la ubicación en el espacio público, la manera de exhibir los productos, los horarios de funcionamiento, los precios de los productos, etc. En consecuencia, a través del adecuado diseño tanto del elemento urbano como del sistema al que pertenece posibilita la dignificación de la actividad y de quienes la realizan.

CAPÍTULO IV
Planteamiento

1.- ENFOQUE PERSONAL

Redefinición de la problemática

Luego de investigar con adecuada profundidad el tema en cuestión, es posible afirmar que el problema detectado con los elementos comerciales encontramos en la ciudad Valparaíso es el siguiente:

Desajuste de la solución utilizada con las necesidades actuales que impone el ejercicio de la actividad

Los elementos utilizados actualmente por los suplementeros son claramente disonantes con la actividad que en ellos se realiza. Esto se debe a que en un principio fueron desarrollados como "quioscos de prensa" es decir, solo se comercializaba en ellos diarios y artículos relacionados de lectura y no múltiples productos de diversas características como se hace en la actualidad.

Sin, embargo, hoy en día, como fue expresado por los mismos suplementeros en la encuesta realizada, la venta de diarios no es rentable, debido a la creciente oferta de diarios de distribución gratuita, y los descuentos por suscripciones. Es por eso que otros productos, particularmente confites han adquirido protagonismo pues sustentan la actividad.

Este importante cambio no ha tenido repercusión alguna en el diseño del elemento urbano, pues simplemente se ha mantenido igual, solo se han hecho modificaciones no permanentes espontáneas que no cubren adecuadamente la necesidad generando repercusiones negativas para el propio suplementero, el ciudadano, la comunidad y la imagen de ciudad que se proyecta.

1.1.- Objetivos de diseño

Con respecto a la solución, los objetivos de diseño planteados son los siguientes:

Objetivo general

Generar una unidad para la comercialización de productos en la vía pública integrada al espacio urbano.

Objetivos Específicos

Satisfacer las necesidades actuales de exposición de productos, armonizando las diversas variables implicadas, entre ellas, función uso y calidad visual.

Propiciar un ambiente de trabajo confortable para el usuario durante toda la extensión de su jornada de trabajo.

Desarrollar un elemento resistente a ataques vandálicos.

1.2.- Requerimientos de diseño

Superficie de Exposición de productos: Definir criterios de exposición en cuanto a áreas de exhibición definidas y cantidad limitada de productos expuestos para contribuir a la proyección de una imagen organizada.

Ubicación: Establecimiento de parámetros precisos de ubicación en el espacio público en que se instala. (ancho veredas, distancia entre elementos, etc.)

Ergonomía: Integrar principios ergonómicos en el diseño del elemento con el fin de generar un ambiente de trabajo confortable para el suplementero, permitiendo múltiples variaciones posturales.

Capacidad de almacenamiento: Que contribuya a la realización eficiente de la actividad, evitando interrupciones de la jornada para proveerse de los productos por insuficiencia de capacidad para almacenar.

Antivándalico: Elaborado de materiales durables y resistentes. A través del diseño del elementos disuadir ataques vandálicos (imagen resistente).

Adaptable: La unidad debe dar la posibilidad de ajustarse a espacios de diversas características. Valparaíso se caracteriza por su irregular traza urbana a la que se deben adecuar los diversos elementos urbanos diseñados para la ciudad.

1.3.- Propuesta

Se propone el desarrollo de un sistema organizado de comercialización de productos en la vía pública articulado a través de unidades dinámicas integradas al espacio urbano contenedor.

Sistema articulado: Dado que el diseño de un elemento claramente no constituye una solución real al problema detectado, se hace necesario el desarrollo de un sistema organizado que establezca claras pautas para el ejercicio de la actividad. Estas pautas deben involucrar aspectos relativos tanto al elemento urbano y a la manera en se realiza la actividad por parte del suplementero como al impacto que genera en la ciudad.

Comercialización de productos: Los productos que se ofrecerán en estas unidades corresponden a productos pequeños, generalmente comestibles, de bajo precio y de consumo inmediato adquiridos producto de la compra por impulso.

Unidades Dinámicas: Con este término nos referiremos a elementos urbanos que brinden posibilidades de adaptación a los distintos espacios urbanos, a través del principio de modularidad.

Integración al espacio urbano: De acuerdo a la ordenanza la vía pública corresponde a calles, plazas y demás bienes nacionales de uso público. Sin embargo, se definirán criterios precisos para definir los emplazamientos de las unidades, considerando aspectos espaciales, flujo peatonal y actividad comercial observada en el sector, con el fin de que cada unidad se integre formal y funcionalmente al entorno urbano que la contiene, potenciándolo.

CAPÍTULO V
Definición de Proyecto

1.- IDEA DE PROYECTO

El proyecto persigue el mejoramiento del equipamiento urbano, particularmente de los elementos comerciales emplazados en la vía pública. Para ello contempla el desarrollo de un sistema de unidades dinámicas para la comercialización de productos. Dichas unidades fueron diseñadas para adecuarse a 3 situaciones espaciales representativas del plan de Valparaíso y pretenden ofrecer una solución a las necesidades actuales de la actividad, dignificando así la labor de los suplementeros.

2.- PERFIL DE PROYECTO

Como se ha analizado en los capítulos previos, es evidente la urgente necesidad de revitalizar el espacio público de la ciudad de Valparaíso. Una interesante área de intervención es la del equipamiento urbano, cuyo estado actual presenta graves deficiencias desde la perspectiva de conjunto pues no se advierte una concepción unitaria de diseño, sino más bien conjuntos de elementos aislados.

Luego de la evaluación efectuada en el capítulo II, se definió como área de intervención la de los elementos comerciales, particularmente, quioscos de suplementeros, por no representar una solución, desde la perspectiva de todos los actores implicados, a saber; usuario (suplementero), consumidor (transeúnte), comunidad y ciudad.

Además, para el desarrollo del proyecto, se tomó en consideración el desarrollo el Programa de Recuperación y Desarrollo Urbano de Valparaíso (PRDUV) en el que está previsto desarrollar un proceso de inversión destinado al mejoramiento y equipamiento del espacio público de la ciudad, en el que se enmarca el proyecto expuesto.

Área a intervenir

El proyecto incluye el reemplazo total de los actuales quioscos encontrados en el plan de la ciudad, correspondientes a aprox. 190 unidades .

Como plan de Valparaíso entendemos el territorio que va desde el pie de cerro hasta el borde costero, el que comprende los siguientes ejes principales: Errázuriz, Blanco, Brasil, Yungay, Chacabuco – Salvador Donoso, Pedro Montt, Independencia – Condell – Esmeralda - Prat y Colón, junto a las calles transversales.

Alcance del Proyecto

El proyecto contempla las siguientes actividades y procesos:

- Catastro de suplementeros del plan de Valparaíso

- Generación de red de contacto de suplementeros de Valparaíso.
- Realización de charlas informativas sobre el proyecto y temas afines.
- Realización de cursos de capacitación en las siguientes áreas:

Introducción a las ventas y trato al público
Gestión de Microempresas
Contabilidad tributaria y laboral Básica
Valparaíso, Patrimonio de la Humanidad

- Fabricación de prototipos de prueba.
- Instalación de prototipos de prueba en el espacio público para evaluación.
- Reevaluación de la solución propuesta después de aportes de suplementeros.
- Realización de diseño final
- Desmontaje, desarmado y reciclaje de partes y piezas de quioscos actuales, por etapas.
- Fabricación e instalación de 190 unidades de quioscos de suplementeros.
- Coordinación de labores de aseo y mantención de los quioscos.

Beneficiarios del Proyecto

Los beneficiarios directos del proyecto son los suplementeros ubicados en el plan de la Ciudad, quienes, no solo contarán con un elemento ajustado a sus necesidades, sino también podrán optar a cursos que mejorarán el nivel de servicio que ofrecen y por ende, obtendrán el reconocimiento de la comunidad.

Junto a los suplementeros, los residentes de este sector de la ciudad y los trabajan en esta zona se verán beneficiados por la disminución de la contaminación visual, y la mejor integración al espacio urbano.

Además se deben considerar a todos los habitantes de Valparaíso, cifra correspondiente a 275.982 personas (según Censo 2002), ya que este beneficio impactará directamente en el espacio público urbano aportando un mobiliario que identifique a la ciudad de acuerdo a su calidad de ciudad Patrimonio de la Humanidad, que entregue una mejora en el servicio, además del mejoramiento de la imagen de ciudad.

Duración del Proyecto

Se proyecta la realización de esta iniciativa en un periodo de 3 años, considerando el primer año para la realización de charlas, cursos de capacitación, junto con etapa de estudio y reevaluación de la propuesta luego de la fabricación e instalación de prototipos prueba. En los dos años siguientes se propone el reemplazo por etapas de todos los quioscos presentes en el plan de la ciudad.

2.-STAKEHOLDERS: RED DE ACTORES

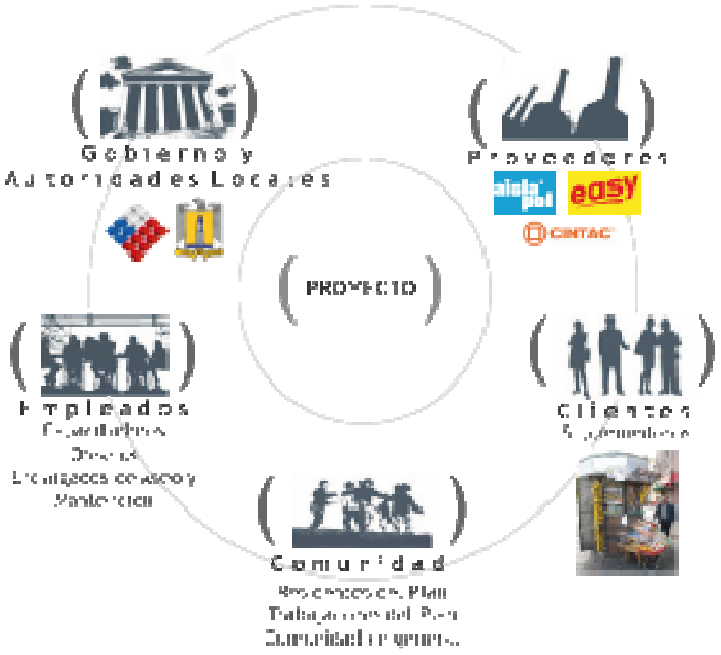
Gobierno y Autoridades Locales: El proyecto se rige por la Ordenanza creada por la Municipalidad de Valparaíso y por la normativa vigente relativa a la acividad comercial.

Proveedores: Dentro de los proveedores de materias primas para la fabricación de los quioscos se encuentra:
CINTAC: Perfiles, planchas metálicas y otros productos de acero.
Aislapol: Plancha aislante de poliestireno expandido.
Easy: Elementos varios de construcción y seguridad.

Clientes: El cliente o usuario final es el suplementero.

Comunidad: Como ya se mencionó, el proyecto ejerce un impacto en toda la población residente en Valparaíso, en diversos grados.

Empleados: Dentro de los empleados se cuentan relacionadores públicos, administradores y capacitadores quienes en la primera parte del proyecto impartirán charlas y cursos para los suplementeros. También están los obreros que se encargarán de la construcción de los quioscos, y del desmontajes de los quioscos antiguos. Además se contratará personal dedicado al aseo y mantención del quiosco.



3.-PREFACTIBILIDAD

A continuación se realiza una síntesis de los estudios efectuados:

3.1.- Estudio de Mercado

Consumidor

En el capítulo 3 se estudió al consumidor, información que se resume a continuación

Características

- Es hombre o mujer cuya edad fluctúa entre los 45 y 65 años
- No posee grado académico ni título profesional
- Vive en Valparaíso.

Hábitos y actitudes

- Efectúa la actividad por tradición.
- Ha aprendido su oficio por experiencia
- Realiza su actividad de manera independiente (no pertenece a sindicato).
- Su trabajo es su prioridad, vive en función de su actividad.
- Se encuentra descontento con su trabajo.
- Realiza turnos en su jornada laboral con una persona que suele ser su cónyuge.
- Ofrece un trato más bien parco al público usuario.

Deseos y necesidades

- Desea poder disminuir la carga horaria diaria
- Anhela mayores beneficios por parte del estado en cuanto a financiamiento.
- Necesita un puesto de trabajo confortable.
- Necesita, con urgencia, la mejora de las condiciones laborales.
- Necesita reconocimiento y respeto por parte de la comunidad.

Rol en la compra

Es usuario y a la vez comprador.

Análisis de la Oferta

Como ya se analizó en el capítulo III, la oferta local de quioscos en la ciudad es diversa y corresponde básicamente a los siguientes modelos

- Quiosco de base octogonal con cubierta de módulos triangulares, tamaño medio
- Quiosco de base hexagonal con cubierta de cúpula, tamaño grande.
- Quiosco de base rectangular y estructura metálica

Ninguno de los modelos observados satisface adecuadamente las necesidades del suplementero con respecto a los 8 aspectos analizados en el capítulo III.

Análisis de la demanda

En el plan de Valparaíso existen actualmente 190 quioscos aproximadamente. Con el propósito de cumplir el objetivo principal del proyecto, que consiste en contribuir a la integración de una visión sistémica en el diseño de elementos urbanos comerciales, se considerará el reemplazo de todos los quioscos del plan, financiado por el Programa de Recuperación y Desarrollo Urbano de Valparaíso

Línea Vereda Angosta (2 a 3 metros):	66 unidades (35%)
Línea Vereda Ancha (4 a 5 metros):	76 unidades (40 %)
Línea Espacios Amplios :	48 unidades (25%)

Estrategia de comercialización (4 P)

Producto: EL producto a ofrecer consiste en 3 líneas de quioscos, Línea Vereda Angosta (2 a 3 metros), Línea Vereda Ancha (4 a 5 metros) y Línea Espacios Amplios, cada una con dos alternativas a elección, destinadas a una mejor integración al espacio urbano.

Cada unidad está configurada mediante paneles modulares de perfiles de acero, con capa de aislante, barrera contra la humedad, revestimiento interior (panel ranurado) y revestimiento exterior (plancha metálica acanalada). Posee iluminación interior y exterior en focos empotrados, terminación de piso de acero diamantado y vitrinas de vidrio termolaminado.

Precio: La fijación del precio se hará considerando un margen de contribución de un 40 %, destinando las utilidades a labores de mantención y capacitación.

Plaza : El producto se distribuirá a través de venta directa al usuario final, pues aunque se proponen alternativas de quioscos, el usuario puede optar a decidir la conformación de su quiosco debido a la modularidad de los paneles.

Promoción: El proyecto considera en todo su desarrollo la realización de una serie de charlas informativas, y sesiones de trabajo en conjunto con el consumidor directo.

3.2.- Estudio Técnico

Proceso Productivo

Dado que la fabricación del producto se externalizará a una maestranza local, por considerarse la opción más conveniente considerando la limitada producción, el proyecto no contempla la adquisición de equipos, maquinarias, ni obras físicas

Sin embargo, se ha resuelto el proceso productivo, el que considera los siguientes pasos:

- Envío de planos y especificaciones técnicas a maestranza
- Compra y entrega de materiales
- Desmontaje del quiosco a reemplazar
- Venta de partes útiles
- Fabricación de planta modular
- Fabricación de marco de paneles
  Corte y soldado de perfiles
- Limpieza lugar de emplazamiento
- Instalación de planta modular
  Corte y soldado de perfiles
  Soldado de plancha en uniones
  Fijación de plancha a pavimento con pernos de golpe
- Levantamiento de marco de paneles uno a uno y fijación de vínculos
- Instalación eléctrica
- Colocación de plancha aislante y fieltro como barrera contra la humedad dentro del marco
- Fijación de revestimiento interior (panel ranurado)
- Colocación de cubierta.
- Colocación de revestimiento exterior. (plancha metálica acanalada con matriz)

Localización

Se contará únicamente con una oficina de atención con bodega ubicada en el plan de Valparaíso para mantener un contacto directo con el usuario final. En la bodega se almacenarán materiales. Se eligió esta ubicación por su cercanía del mercado, por la disminución de medios y costos de transporte, por la alta disponibilidad de mano de obra y por la cercanía de las fuentes de abastecimiento

3.3.- Estudio Organizativo legal

En el contexto del estudio organizativo legal se han definido las siguientes actividades a realizar.

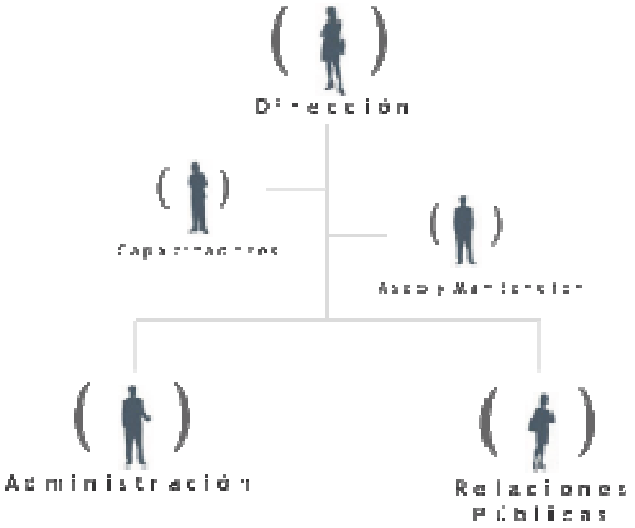
Constitución legal empresa Para llevar a cabo el proyecto se creará una empresa, de acuerdo al procedimiento vigente.

Contratación de personal: Dado el tamaño reducido del proyecto el personal está constituido por un profesional encargado de la dirección de la empresa, otro profesional encargado de las relaciones públicas y un profesional dedicado a labores administrativas. El proyecto contará también con profesionales de diversas áreas de manera esporádica para labores de mantención y charlas informativas.

Selección de proveedores: La selección de realizó basados en la calidad insuperables de los productos y/materiales. Los proveedores elegidos son Cintac, Aislapol e Easy.

Contrato escrito con clientes: Se seguirá el procedimiento regular para la celebración de contratos con clientes.

Organigrama



3.4.- Estudio Financiero

Financiamiento

A través del Plan de Recuperación y Desarrollo Urbano de Valparaíso (PRDUV) se está delineando un amplio plan de inversiones orientadas a una regeneración urbana integral, la cual comprende el mejoramiento del equipamiento urbano. Por lo tanto el financiamiento del proyecto se realizará en un 100% con recursos del programa ya que la solución cumple con todas las condiciones y objetivos planteados por el PRDUV.

Inversión Inicial

La inversión inicial comprende todos los activos destinados para el equipamiento de la oficina – bodega detallados en el flujo de caja. No se adquirirán obras físicas, sino que se optará por el arriendo del lugar. Además se considera un monto destinado a capital de trabajo.

Capital de Trabajo

El capital de trabajo se calculará en base a los sueldos que deberán pagarse el primer año.

3.5.- Estudio Ambiental

En el proyecto se aplican los siguientes principios destinados a disminuir el impacto ambiental del proyecto.

Modularidad: Las unidades se generan a partir de un módulo panel, lo que facilita y acelera el proceso productivo optimizando el uso de recursos.

Durabilidad: Se utilizaron materiales altamente durables para asegurar una larga vida útil del producto.

Reutilización y reciclaje: El proyecto asegura un correcto desmontaje de los quioscos a reemplazar y la reutilización y el reciclaje de las partes prolongando la vida útil.

Aislación: Los paneles cuentan con planchas aislantes que permiten reducir la oérdida de calor evitando así el uso de artefactos de calefacción

4.- EVALUACIÓN ECONÓMICA

Inversión Inicial y capital de trabajo

En la siguiente tabla se especifica la inversión inicial consistentes principalmente en artículos para el equipamiento de la oficina de atención.

Intangibles		**unidades**	**Unitario $**	**Total $**
Manual coorporativo	marca + 10 aplicaciones	1	300.000	300.000
Patente Comercial	1 vez al año			12270
activos	**modelo**	**unidades**	**Unitario $**	**Total $**
Página w eb	Autoadministrable	1	500.000	500.000
Computador escritorio	turion dualcore	2	400.000	800.000
Escritorio	escritorio computador 5 cajones	2	50.000	100.000
Silla escritorio	Sillón ejecutivo a gas con base media US 6021. - NEUM	2	35.190	70.380
Silla visita	Silla a gas madera perforada. Negro	4	16.990	67.960
Sillón espera	Sofá Modular Chaise Crudo	1	189.990	189.990
Notebook	Notebook HP Pavilion dv4-1425la	1	599.990	599.990
Impresora - escanner multifuncional	Impresora Multifuncional Brother modelo: 7440N	1	170.990	170.990
Hervidor eléctrico	Microondas LG MH-6044HL	1	48.390	48.390
Termoventilador	Termoventilador Somela b-800	1	18.990	18.990
Microcomponente	Microcomponente Panasonic SC-PM5EG-S	1	64.790	64.790
Horno microondas	Microondas LG 1948JL	1	46.490	46.490
Útiles oficina	articulos de escritorio (tintas, resmas de papel, etc.)	1	20.000	20.000
Kit de promoción	Folletos informativos	20	5.050	101.000
				3.111.240
Capital de Trabajo				**10.800.000**
Inversion (inversión total + capital de trabajo)				**13.911.240**

Sueldos

Como ya se especificó en el estudio organizativo, la empresa contará con un personal de planta consistente en un diseñador encargado de la dirección de la empresa y la selección y desarrollo de proyectos, un profesional dedicado a labores administrativas y un profesional dedicado a las relaciones públicas particularmente labores de promoción y contacto con clientes.

Sueldos por año

	Sueldo	Cantidad	Total	Total Anual
Diseñador encargado de dirección empresa	400.000	1	400.000	4.800.000
Relacionador Público	250.000	1	250.000	3.000.000
Administrativo	250.000	1	250.000	3.000.000
Total anual				**10.800.000**

Insumos

Los insumos corresponden a los generados por el funcionamiento de la oficina de atención.

Insumos

insumo	precio mensual	total anual
internet - telefono	31.481	377.772
jabon	1000	12.000
papel higienico	960	11.520
papel impresión	1.990	23.880
Transporte	42.500	510.000
Electricidad	20.000	240.000
Agua	15.000	180.000
	112.931	1.355.172

Cálculo Insumos por unidad producida

Volumen de Producción Primer Año	67
Total Insumos Primer Año	1.355.172
$ insumos por unidad producida	**20.226**

Precio de Venta

El precio de venta fue calculado con un margen de contribución del 40% sobre los costos de producción, alcanzando un precio promedio por unidad de $1.550.000.

PRECIO DE VENTA PRODUCTOS					
Cálculo precio de venta					
Producto		**Costo Unitario**	**Margen de Contribución**	**Precio de Venta**	**Precio comercial**
Unidad para el comercio en la vía pública		1.097.858	40%	1.537.002	1.550.000
Precio de venta por años					
	1	2	3		
Unidades	67	72	51		
Precio de venta unitario	1.550.000	1.550.000	1.550.000		
Total ingresos por venta	103.850.000	111.600.000	79.050.000		

Costos de Producción

A continuación se especifica el cálculo del costo unitario del producto y los costos de producción en todos los periodos del proyecto.

Costos de Producción por años				
	1	2	3	
Unidades	67	72	51	
Costo unitario	1.097.858	1.097.858	1.097.858	
Costo producción anual	73.556.513	79.045.805	55.990.778	
Detalles costos de producción por producto				
	Dimensiones	**Costo Unidad**	**Cantidad**	**Total**
Perfil rectangular	40 x 40 x 2 x 6000 mm	4590	16	73.440
Plancha poliestireno expandido	40 x 500 x 1000 mm	702	14	9.828
Fieltro asfaltico. #10/40 m2. - BECTON	1 x 40 mt	11.270	0,5	5.635
Panel Ranurado	2600 x 1830 x 18 mm	10590	6	63.540
Plancha metalica acanalada	1000 x 3000 x 20 mm	20000	8	160.000
Perfil rectangular	100 x 50 x 5 x 6000	34490	2	68.980
Plancha fierro negro 10 mm	1000 x 3000 x 100	45000	1	45.000
Vinculos en ángulo	40 x 40 x 2 x 6000 mm	9500	2	19.000
Plancha de acero diamantado	1000 x 3000 x 2,5 mm	43000	2	86.000
Foco embutido fijo con ampolleta gu-10. Niquel mate. - NEU LIGHT	8 cm aprox	5890	16	94.240
Cable de instalación eléctrica, Rollo cordón h05vv-f blanco	10 mts	2.952	0,2	590
Placa 2 módulo Titanio claro. Matix. - BTICINO	Placa con soporte	1345	2	2.690
Perno anclaje de expansión KB-III. HILTI	1/2" x 7" rosca larga	2533	15	37.995
Remache ciego de aluminio. Tipo Pop.	3.2x6	29	50	1.450
Tubo corrugado	10 x 50 mts	14900	0,3	4.470
Cilindrado perfil		15000	5	75.000
Mano de obra		350000	1	350.000
				1.097.858

Depreciación

Para este cálculo se tomó en consideración la TABLA DE VIDA UTIL DE LOS BIENES FISICOS DEL ACTIVO INMOVILIZADO fijada por el SII para efectos de depreciación.

DEPRECIACIÓN

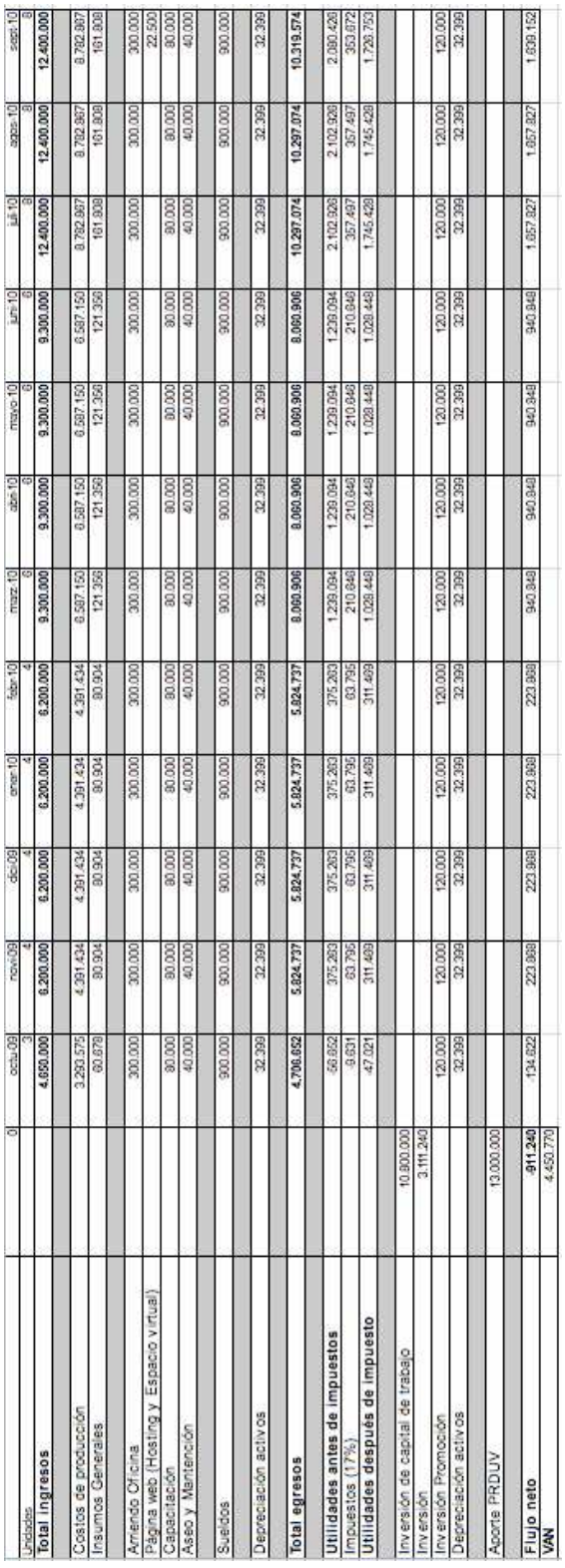
activos	modelo	unidades	Unitario $	Total $	Vida útil	Depreciación mensual	Depreciación anual
Computador escritorio	turion dualcore	2	400.000	800.000	6	11.111	133.333
Escritorio	escritorio computador 5 cajones	2	50.000	100.000	7	1.190	14.286
Silla escritorio	Sillón ejecutivo a gas con base media US 6021. - NEU	2	35.190	70.380	7	838	10.054
Silla visita	Silla a gas madera perforada. Negro	4	16.990	67.960	7	809	9.709
Sillón espera	Sofá Modular Chaise Crudo	1	189.990	189.990	7	2.262	27.141
Notebook	Notebook HP Pavilion dv4-1425la	1	599.990	599.990	6	8.333	99.998
Impresora - escanner multifuncional	Impresora Multifuncional Brother modelo: 7440N	1	170.990	170.990	3	4.750	56.997
Hervidor eléctrico	Microondas LG MH-8044HL	1	48.390	48.390	3	1.344	16.130
Termoventilador	Termoventilador Somela b-800	1	18.990	18.990	9	176	2.110
Microcomponente	Microcomponente Panasonic SC-PM5EG-S	1	64.790	64.790	9	600	7.199
Horno microondas	Microondas LG 1948JL	1	46.490	46.490	9	430	5.166
Útiles oficina	artículos de escritorio (tintas, resmas de papel, etc.)	1	20.000	20.000	3	556	6.667
				2.197.970		**32.399**	**388.789**

Inversiones 2 año

impresora - escanner multifuncional	170.990
Hervidor eléctrico	48.390
utiles oficina	20.000
	239.380

Flujo de caja mensual

Se elaboró un flujo de caja mensual del primer año para mayor detalle de ingresos y egresos



Unidades	0	oct-09	nov-09	dic-09	ener-10	febr-10	marz-10	abri-10	mayo-10	juni-10	juli-10	agos-10	sept-10
		3	4	4	4	4	6	6	6	6	6	8	8
Total ingresos		4.650.000	6.200.000	6.200.000	6.200.000	6.200.000	9.300.000	9.300.000	9.300.000	9.300.000	12.400.000	12.400.000	12.400.000
Costos de producción		3.293.575	4.391.434	4.391.434	4.391.434	4.391.434	6.587.150	6.587.150	6.587.150	6.587.150	8.782.867	8.782.867	8.782.867
Insumos Generales		60.678	80.904	80.904	80.904	80.904	121.356	121.356	121.356	121.356	161.808	161.808	161.808
Arriendo Oficina		300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000
Página web (Hosting y Espacio virtual)													22.500
Capacitación		80.000	80.000	80.000	80.000	80.000	80.000	80.000	80.000	80.000	80.000	80.000	80.000
Aseo y Mantención		40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000
Sueldos		900.000	900.000	900.000	900.000	900.000	900.000	900.000	900.000	900.000	900.000	900.000	900.000
Depreciación activos		32.399	32.399	32.399	32.399	32.399	32.399	32.399	32.399	32.399	32.399	32.399	32.399
Total egresos		4.706.652	5.824.737	5.824.737	5.824.737	5.824.737	8.060.906	8.060.906	8.060.906	8.060.906	10.297.074	10.297.074	10.319.574
Utilidades antes de impuestos		-56.652	375.263	375.263	375.263	375.263	1.239.094	1.239.094	1.239.094	1.239.094	2.102.926	2.102.926	2.080.426
Impuestos (17%)		-9.631	63.795	63.795	63.795	63.795	210.646	210.646	210.646	210.646	357.497	357.497	353.672
Utilidades después de impuesto		-47.021	311.469	311.469	311.469	311.469	1.028.448	1.028.448	1.028.448	1.028.448	1.745.428	1.745.428	1.726.753
Inversión de capital de trabajo	10.900.000												
Inversión	3.111.240												
Inversión Promoción		120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000
Depreciación activos		32.399	32.399	32.399	32.399	32.399	32.399	32.399	32.399	32.399	32.399	32.399	32.399
Aporte PRDUV	13.000.000												
Flujo neto	**-911.240**	104.622	223.868	223.868	223.868	223.868	940.848	940.848	940.848	940.848	1.657.827	1.657.827	1.639.152
VAN	4.450.770												

Flujo de caja anual

En el flujo de caja anual se resumen todos los datos presentados anteriormente.

Se puede observar que los indicadores económicos indican la rentabilidad del proyecto, pues el VAN resulta positivo y la inversión se recupera en un periodo de 17 meses y un TIR es ampliamente mayor que la tasa de descuento aplicada (12%)

		2009/2010	2010/2011	2011/2012
	0	1	2	3
unidades		67	72	51
Ingresos por venta		**103.850.000**	**111.600.000**	**79.050.000**
Costos de producción		73.556.513	79.045.805	55.990.778
Insumos Generales		1.355.142	1.456.272	1.031.526
Página web (Hosting y espacio virtual)		22.500	22.500	22.500
Arriendo oficina		3.600.000	3.600.000	3.600.000
Capacitación		960.000	960.000	960.000
Aseo y Mantención		480.000	480.000	480.000
Sueldos		10.800.000	10.800.000	10.800.000
Depreciación activos		388.789	388.789	388.789
Total egresos		**91.162.944**	**96.753.366**	**73.273.594**
Utilidades antes de impuestos		12.687.056	14.846.634	5.776.406
Impuestos (17%)		2.156.799	2.523.928	981.989
Utilidades después de impuesto		10.530.256	12.322.706	4.794.417
Inversión por depreciación			239.380	
Inversión de capital de trabajo	10.800.000			
Inversión	3.111.240			
Inversión Promoción		1.440.000	1.440.000	1.440.000
Depreciación activos		388.789	388.789	388.789
Aporte PRDUV	13.000.000			
Valor de desecho				12.744.872
Recuperación de capital de trabajo				10.800.000
Flujo neto	**-911.240**	**9.479.046**	**11.271.495**	**27.288.078**
VAN	33.019.165			
TIR%	1068%			
PAYBACK	**17 MESES**			

5.- ANÁLISIS ESTRATÉGICO

Se propone la creación de una pequeña empresa dedicada al desarrollo de proyectos de inversión dentro del área de desarrollo urbano. La empresa pertenece al giro de servicios pues sus proyectos están orientados a brindar un servicio a la comunidad.

5.1.-Misión empresa

"Desarrollaremos proyectos de inversión destinados a la revitalización del espacio público como lugar de encuentro e intercambio entre los habitantes de la ciudad"

5.2.- Visión de la empresa

Ser reconocidos a nivel nacional como gestores de proyectos de regeneración urbana centrada en el habitante.

5.3.- Análisis FODA

5.3.1.-Fortalezas

Equipo de trabajo capacitado con visión integradora.

Imagen de profesionalismo aportada por trabajar en conjunto con proyectos del gobierno.

Realización de proyectos integrales que ofrecen más que un producto, un servicio.

5.3.2.- Debilidades

Empresa nueva e inexperta en el campo.

Necesidad de interactuar con múltiples actores para la ejecución de proyectos, por la heterogeneidad de ellos.

5.3.3.-Oportunidades

La realización de proyectos complementarios de parte del gobierno.

Posibilidad de optar a financiamiento completo en el contexto de programas del estado.

5.3.4.-Amenazas

La posibilidad de la copia o imitación de proyectos.

Competidores con mayor experiencia en el rubro.

5.4.- Objetivos

Objetivo General

Realizar proyectos de regeneración urbana reconocidos y apreciados por el habitante

Objetivos Específicos

Detección ajustada y jerarquizada de las necesidades del espacio público

Rescatar valores patrimoniales de los espacios a intervenir

Definir lineamientos de diseño integradores

5.5.- Análisis competitivo (5 fuerzas de Porter)

Proveedores: Dado que la empresa llevará a cabo proyectos de diversa índole enmarcados en el área del espacio público y la regeneración urbana, las cantidades de materiales requeridos serán a su vez, variables y en volúmenes menores a los solicitados, por ejemplo, por una empresa destinada a la fabricación de un producto específico. Debido a lo anterior, el poder de negociación con proveedores es bajo.

Compradores: El área de los proyectos determina necesariamente que el comprador sea el Estado o entidades relacionadas, las cuales poseen presupuestos limitados y requerimientos básicos por lo que el poder de negociación es bajo.

Sustitutos: La empresa se guía por una estrategia de diferenciación, lo que dificulta el reemplazo del producto por otro.

Competidores Potenciales: Podrían presentarse proyectos que representen una alternativa más económica para el Estado.



CAPÍTULO VI
Diseño del Sistema Producto

1.- GÉNESIS Y DESARROLLO DE LA SOLUCIÓN

1.1.- Génesis Formal

Con el fin de conferir rasgos formales que comunicaran el valor patrimonial de la ciudad de Valparaíso, se analizaron las razones por las que la ciudad fue reconocida por la UNESCO como Patrimonio Cultural de la humanidad, las que se mencionan a continuación:

1.- Traza Urbana
2.- Arquitectura
3.- Ascensores, medio de transporte inclinado cerro – mar.
4.- Autenticidad

Luego de un análisis, se optó por rescatar rasgos formales de la arquitectura de Valparaíso, presente en el plan de la ciudad.

Particularmente, se rescatarán elementos formales presentes en las fachadas dado que éstas representan el nexo entre la arquitectura y el espacio público, y finalmente, el ciudadano.

Rasgos Formales identificados

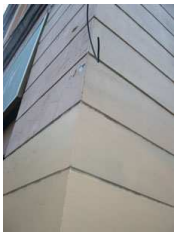
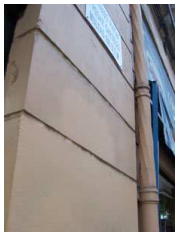
1.- Modulación fachada

Se observan franjas horizontales que generan modo de surcos de alrededor de 30 a 40 cm. de alto y entre 2 a 8 cm. de profundidad, los cuales generan segmentos horizontales. De acuerdo a la iluminación, estos surcos seccionan las fachadas generando texturas visuales.







Principios Formales fundamentales	Aplicación
Paralelismo	Los surcos generarán franjas paralelas.
Regularidad	Tanto las franjas como los surcos tendrán altura y profundidad regular.
Horizontalidad	Los surcos irán dispuestos en sentido horizontal.

2.- Vanos estilizados

Tanto puertas como ventanas poseen proporciones estilizadas. Las puertas poseen un tragaluz en su remate superior dispuesto para mejorar la iluminación interior.





Principios Formales fundamentales	Aplicación
Proporción Ancho – Alto 1 : 2,5	Se aplicará una proporción similar
Eje vertical de simetría	En lo posible, se respetará el eje vertical de simetría.
Zona superior de traspaso visual	En el remate superior puertas se incluirá una zona de transparencia que mejorará la iluminación interior, y que por motivos de seguridad se cerrará cuando la unidad no está en uso.

3.- Arco de medio punto (semicírculo)

Este tipo de arco corresponde al neoclasicismo francés, estilo de marcada presencia en variadas edificaciones de la ciudad.










Principios Formales fundamentales	Aplicación
Ubicación en zona superior de vanos	Se aplicará este tipo de arco en la zona superior de puertas y ventanillas presentes en la unidad.
Aplicaciones de relieve en perímetro del arco.	Se utilizará el recurso del relieve para remarcar el arco.

4.- Composiciones geométricas

Este tipo de motivos se observan principalmente en pórticos de grandes dimensiones, generalmente las figuras que conforman la composición simétrica de polígonos regulares alineados.







Principios Formales fundamentales	Aplicación en paneles modulares
Disposición alineada de figuras	Se realizarán composiciones a través de la disposición alineada y simétrica de figuras en zonas elegidas.
Aplicaciones en relieve	Se utilizará el recurso del relieve para representar las figuras.

5.- Cornisa

Un elemento clásico de las fachadas observadas es la cornisa. Si bien se observan variados tipos pertenecientes a diversos estilos arquitectónicos, son elementos reconocibles.





Resume	Principios Formales fundamentales	Aplicación en paneles modulares
	Sección transversal regular	Se reinterpretará una cornisa extendiéndola como alero.
	Longitudinalidad	Se aplicará en sentido longitudinal en todo el perímetro de las unidades.

Resumen principios formales fundamentales

1.- Modulación fachada



- Paralelismo
- Regularidad de altura y profundidad franja y surco
- Horizontalidad

2.- Vanos estilizados



- Proporción Ancho – Alto 1 : 2,5
- Eje vertical de simetría
- Zona superior de traspaso visual

3.- .- Arco de medio punto



Ubicación en zona superior de vanos

- Aplicaciones de relieve en perímetro del arco.

4.- Composiciones geométricas



- Disposición alineada de figuras

- Aplicaciones en relieve

- Polígonos regulares

5.- Cornisa



- Sección transversal regular

- Longitudinalidad

1.2.- Desarrollo Formal

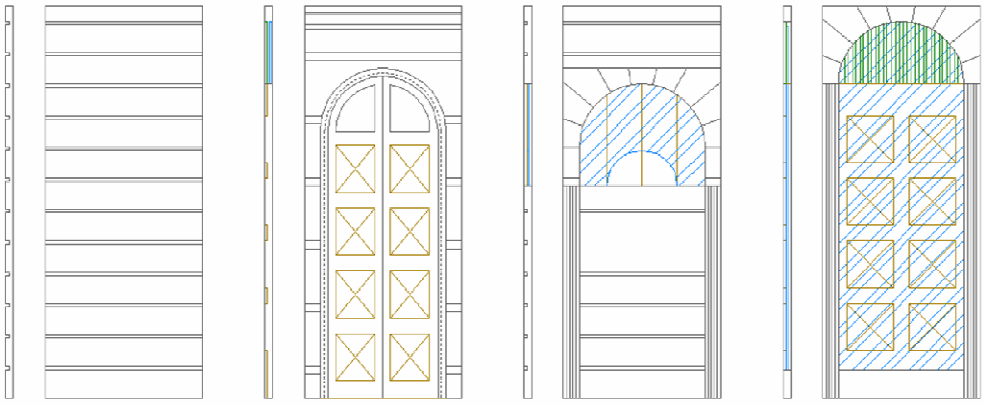
Paneles modulares

Se resolvió trabajar con paneles modulares los cuales mediante vínculos generarán la estructura de la unidad para facilitar la producción y a la vez, permitir la configuración por parte del cliente de su unidad.

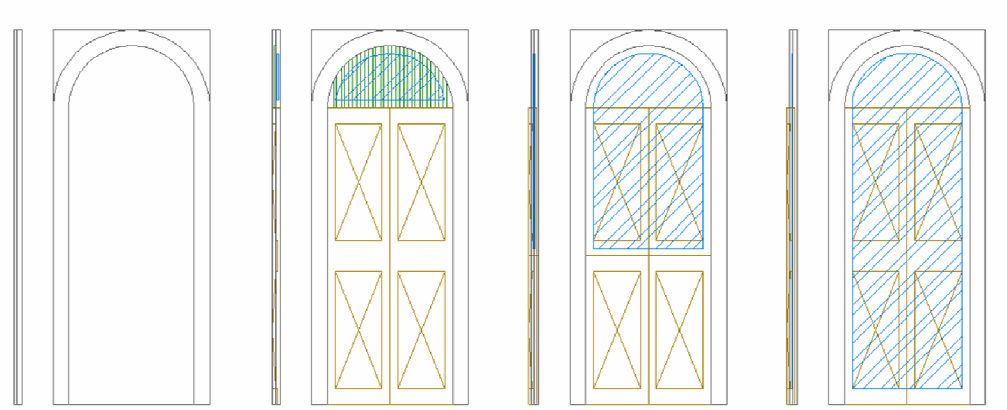
En todas las propuestas se respetó la proporción estilizada observada en vanos de Valparaíso correspondiente a 1:2,5 aprox.

A continuación se muestran las primeras propuestas de paneles:

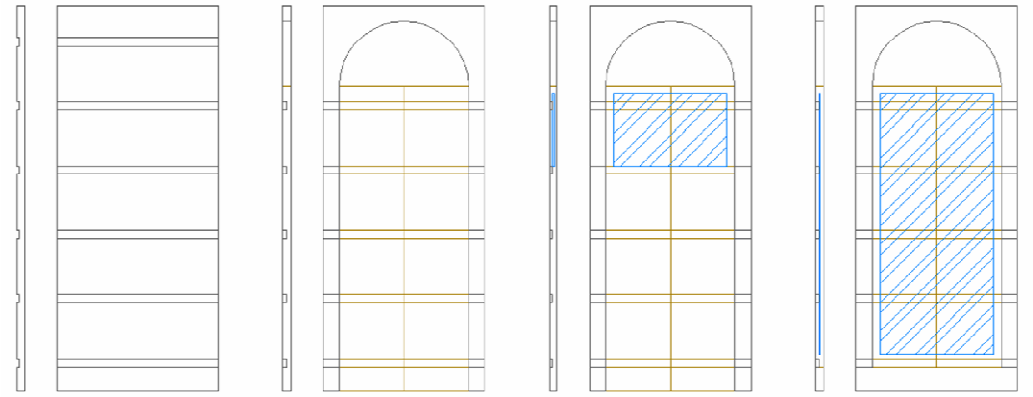
En esta propuesta se rescatan los siguientes principios observados: Modulación fachada, arco de medio punto composiciones geométricas



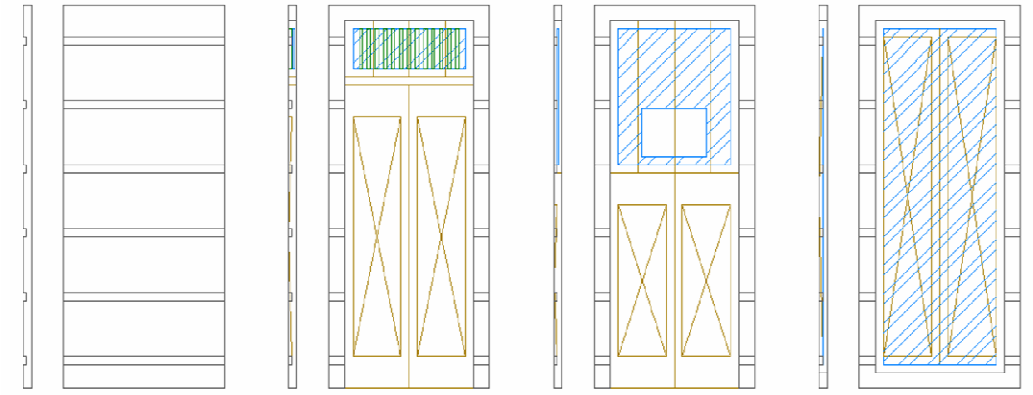
Acá se rescata las composiciones geométricas observadas así como el arco de medio punto



En esta propuesta se aplicó el rasgo de modulación de fachada a vanos y paneles. Además se utilizó el recurso del arco de medio punto.

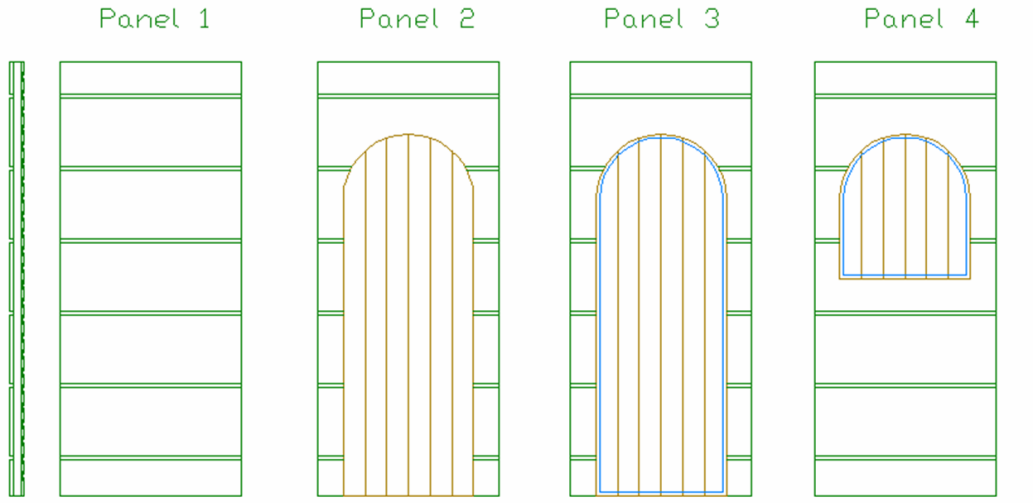


También se probó vanos rectangulares. Acá se rescató la modulación de la fachada y las composiciones geométricas.



Finalmente, por razones productivas, se optó por rescatar los siguientes rasgos en los paneles.

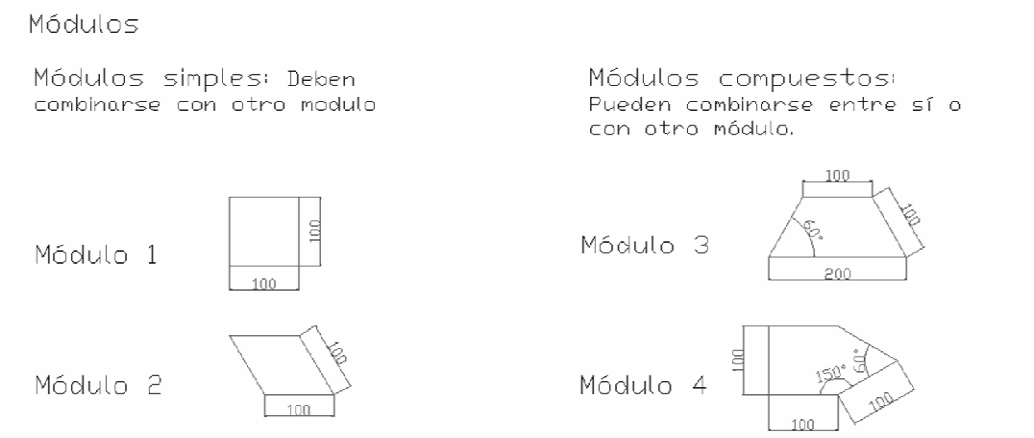
Modulación fachada
Arco de medio punto
Vanos estilizados



Panel ciego: Panel ciego utilizado principalmente para caras que dan a fachadas.
Panel puerta: Cada unidad posee 1 o 2 paneles puerta.
Panel exhibidor: Permite mayor seguridad en la exposición de productos.
Panel ventanilla de atención: Ubicado en caras laterales oblicuas.

Plantas modulares

Para configurar las plantas de las unidades se realizaron combinaciones a partir de 4 módulos. (ver anexo 4)



Criterio de selección de combinación de plantas modulares básicas

Se eligieron aquellas combinaciones que cumplieran los siguientes requisitos mencionados a continuación:

1.- Crecimiento lateral: Se optó por combinaciones en las que existe un predominio evidente del ancho de la estructura por sobre la profundidad. Se desecharon aquellas combinaciones en las que el ancho y profundidad fueran iguales o con diferencias menores a 50 cm. Esto par lograr una mejor integración al espacio en que se ubican (veredas de tránsito peatonal)

2.- Riqueza formal, ausencia de simetría en ambos ejes y de formas que atenten contra el tránsito de transeúntes (esquinas sobresalientes, ángulos muy pronunciados, etc.)

3.-Inexistencia de espacios residuales: No se seleccionaron aquellas combinaciones en las que el encuentro entre las caras de las plantas modulares formara ángulos agudos.

4.- Caras laterales oblicuas: Se seleccionaron aquellas combinaciones en las que las caras laterales formaran ángulos de 60º con la línea virtual en el sentido del ancho. Esto para liberar el frente de la estructura de la presencia estacionaria de observadores, lo cual genera en la actualidad "estrangulamiento de las veredas" afectando negativamente el tránsito de peatones.

De acuerdo a lo anterior se seleccionaron las siguientes plantas, en función del espacio de emplazamiento:



Propuesta cromática

Para definir los colores a aplicar en las unidades se realizó un recorrido por el plan de la ciudad, tratando de identificar aquellos que se identificaran con lo patrimonial .

Una combinación bastante frecuente es mostaza con verde, la que se repite en variadas edificaciones del plan de la ciudad. El color terracota es característico de tejados.







En definitiva la paleta cromática elegida comprende los siguientes colores:

Mostaza	Verde	Terracota

Se aplicará un color para cada línea:

Unidades vereda angosta:	Mostaza
Unidades vereda ancha:	Verde
Unidades espacios amplios:	Terracota

Unidades para la comercialización de productos en la vía pública

Unidad 1, vereda angosta

Vista frontal



Vista posterior: Paneles ciegos puesto que da a línea de edificación.



Unidad 2, vereda angosta

Vista frontal



Vista posterior



Unidad 3, vereda ancha

Vista frontal



Vista posterior



Unidad 4, vereda ancha.

Vista frontal



Vista posterior



Unidad 5, espacios amplios

Vista frontal



Vista posterior



Unidad 6, espacios amplios

Vista Frontal



Vista posterior



Proyección de emplazamiento en la ciudad

Acá vemos imágenes de una unidad de cada línea en el espacio público de la ciudad.

Unidad 1, vereda angosta



Unidad 4, vereda ancha



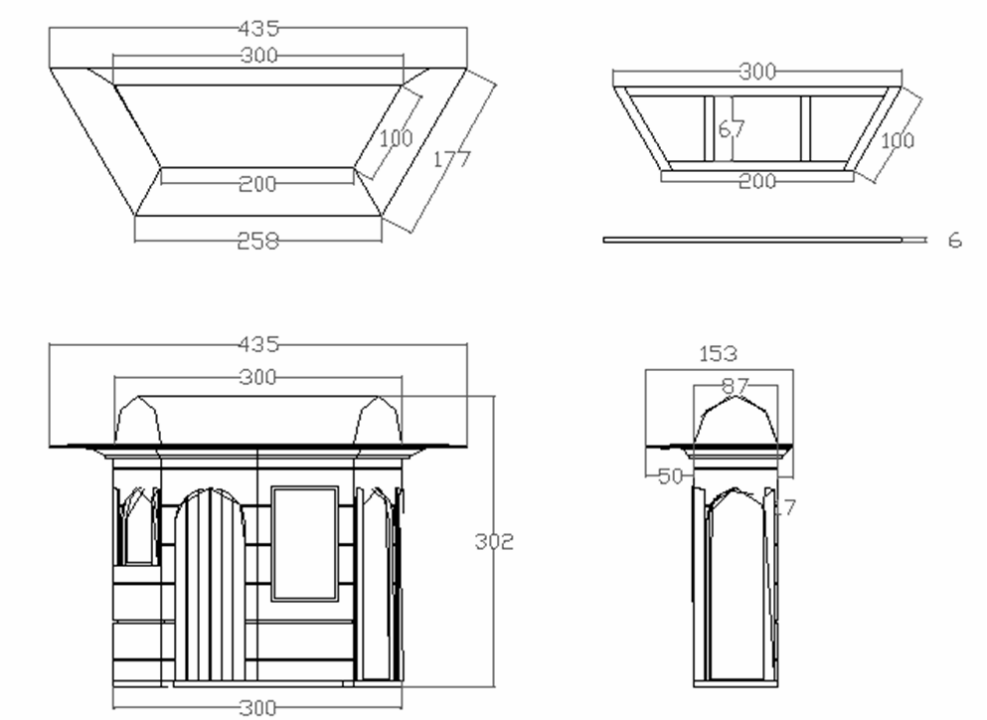
Unidad 5, espacios amplios



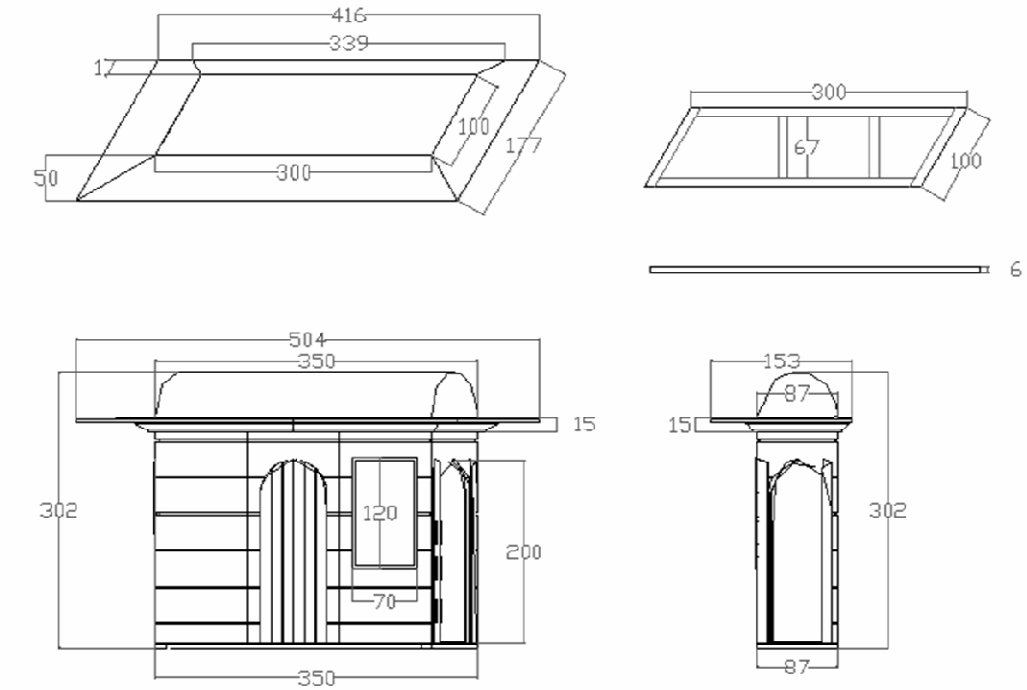
1.3.- Planimetría

A continuación se muestra la planta de cubierta, elevación frontal, elevación lateral y planta base de cada unidad.

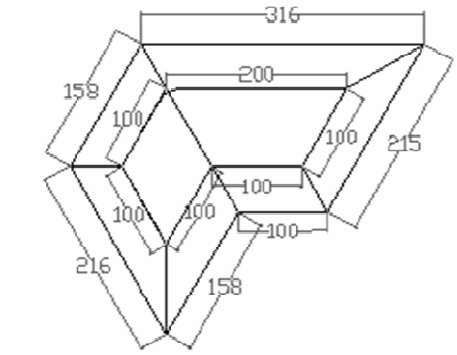
Unidad 1, vereda angosta

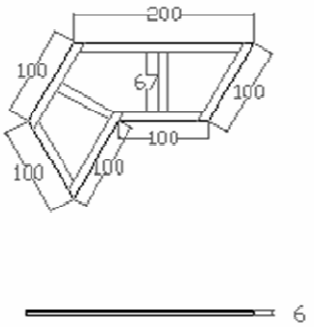


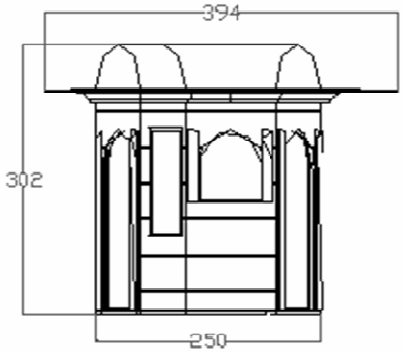
Unidad 2, vereda angosta

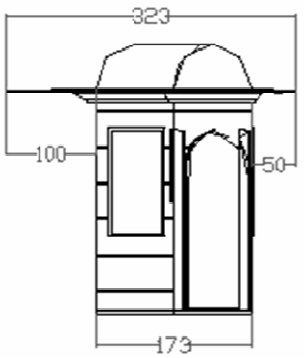


Unidad 3, vereda ancha

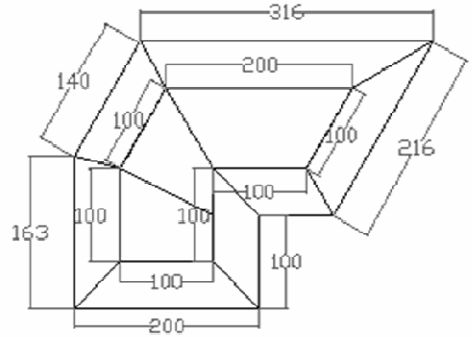


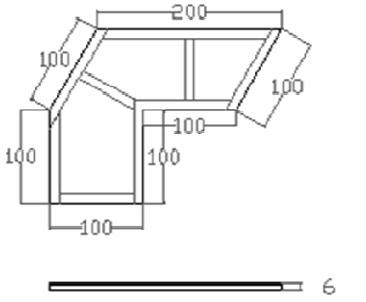


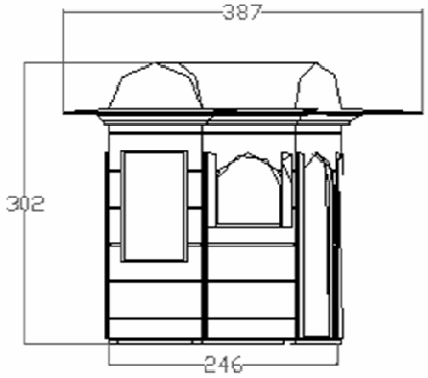


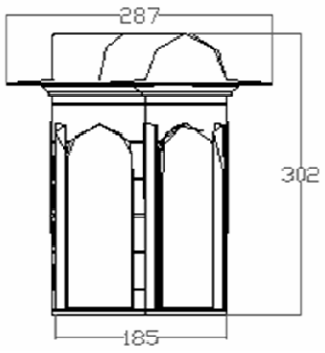


Unidad 4, vereda ancha

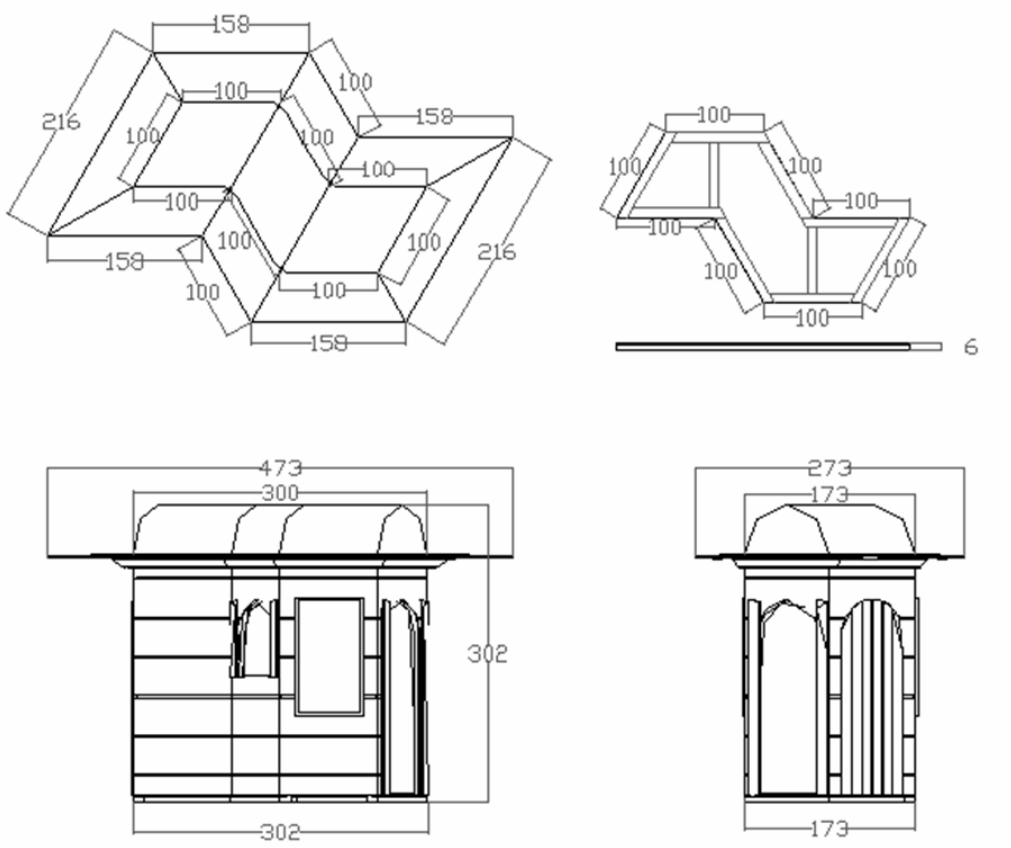




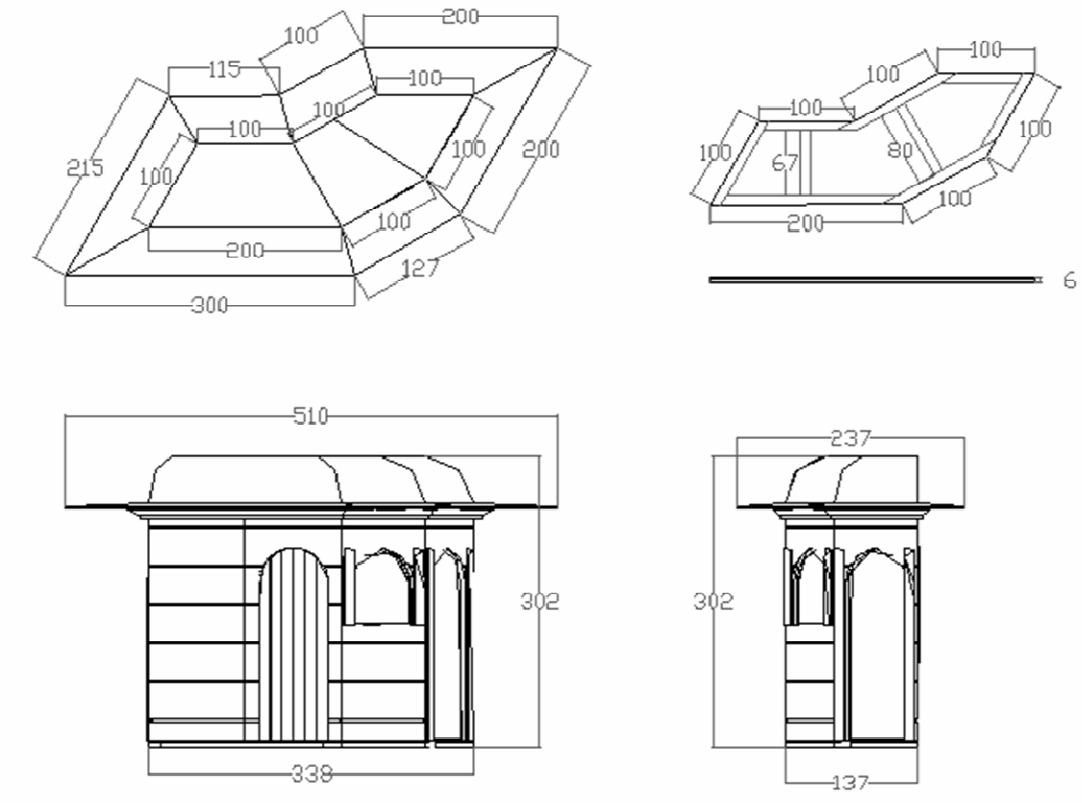




Unidad 5, espacios amplios



Unidad 6, espacios amplios



1.4.- Despiece

Cada panel se compone de lo siguiente

Revestimiento exterior:	Plancha metálica acanalada 2 mm de espesor
Barrera humedad:	Fietro asfaltico. #10/40 m2.
Estructura:	Bastidor de perfiles rectangulares 40x40x2mm
Aislante:	Plancha de poliestireno expandido
Revestimiento interior:	Panel ranurado

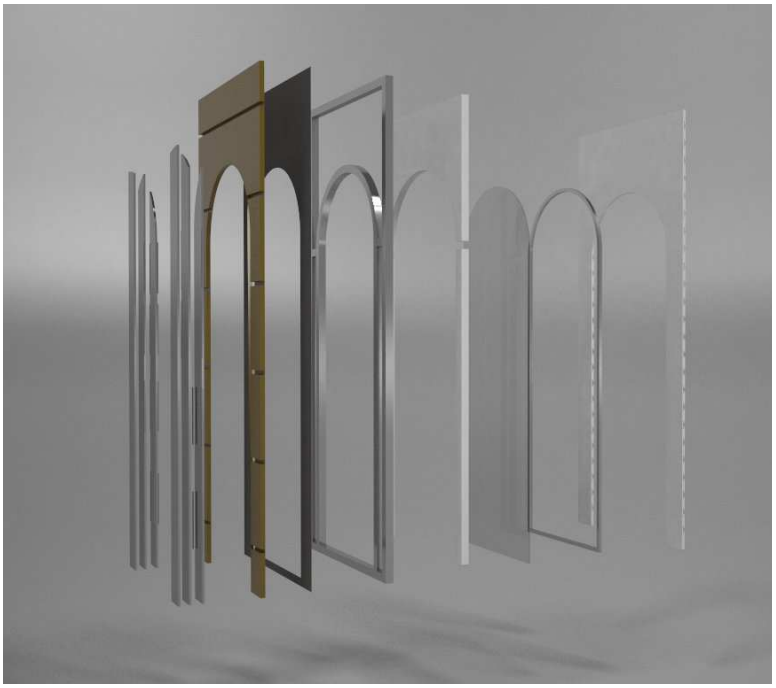
Panel ciego



Panel puerta



Panel exhibidor



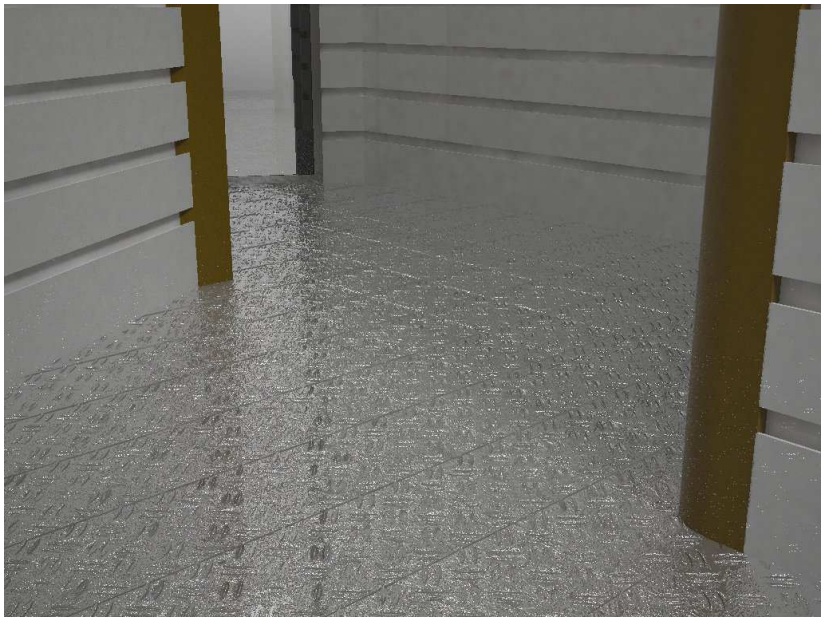
Panel ventanilla de atención



1.5.- Especificaciones Técnicas

Detalles Unidades

Piso de plancha de acero diamantado



Panel ranurado como revestimiento interior permite la disposición de múltiples accesorios para exhibir todo tipo de productos.



Zona de almacenaje en la cubierta: Permite el aprovechamiento del espacio interior para el guardado de stock de productos.



Iluminación exterior: Focos empotrados con rejilla de protección en alero a 30 cm. de distancia entre sí, dispuestos en todo el perímetro útil de las unidades .

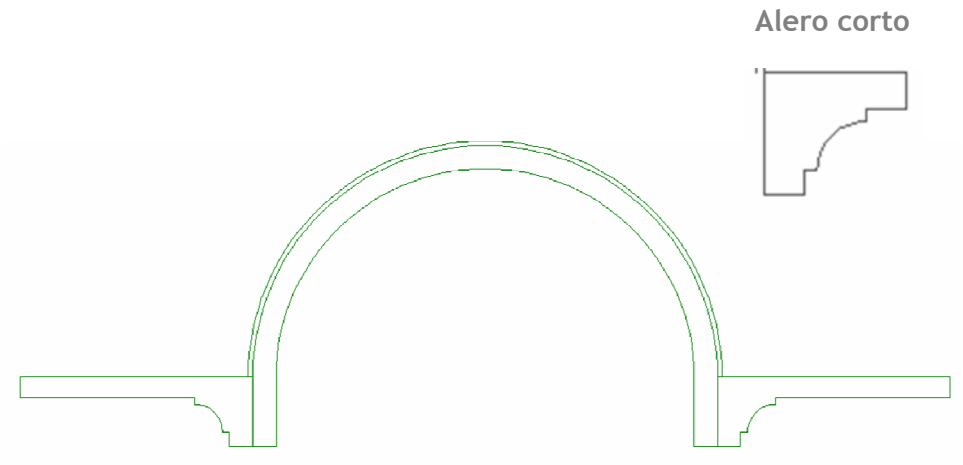


Cubierta

La cubierta se basó en las bóvedas de aristas, rasgo proveniente de la arquitectura clásica, relacionándose a su vez, con los arcos de medio punto presentes en todos los vanos de los paneles. Se realizó una reinterpretación de una cornisa de media caña para el diseño del alero.

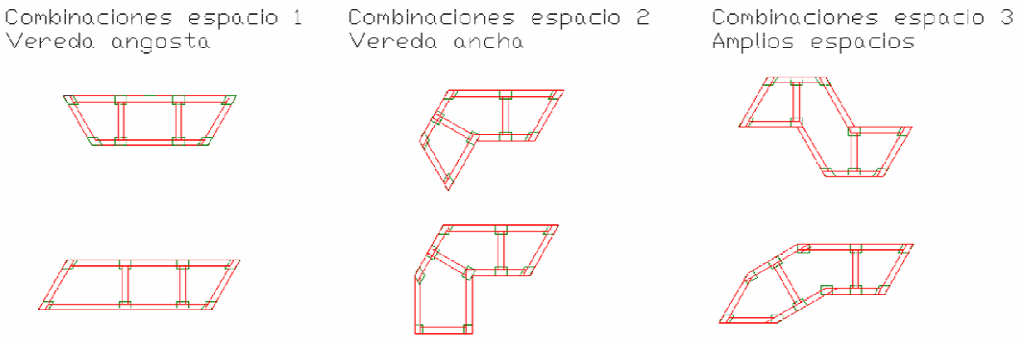
En aquellas unidades cuya cara posterior se enfrenta a una fachada, se utilizó un alero corto, manteniendo el alero largo en el frente de la unidad.

Sección transversal cubierta



Base de planta modular

La estructura de la base se realizará con perfiles de 100 x 50 x 5mm de espesor, cuyas uniones se soldarán a una pletina de plancha de 10 mm de espesor vinculada al pavimento a través de pernos de expansión, levantando así la estructura del nivel de piso.



2.- DESARROLLO DE ESTRATEGIA DE SERVICIO

2.1.- Experiencia de uso o consumo

Dado que el producto desarrollado se convertirá en la práctica en el puesto de trabajo de un suplementero, y posiblemente en el lugar en el que más tiempo de su vida pase, luego de su hogar, el proceso de evaluación que efectuará del producto será conciente y detallado. Es por esto que para lograr el desarrollo de una experiencia satisfactoria, el proyecto contempla el desarrollo de prototipos de prueba que serán utilizados por un grupo representativo de suplementeros (12) durante un periodo de tiempo razonable (15 días).

Otra instancia en la que el usuario experimentará la importancia de su rol en el diseño del elemento, será la definición de la unidad a adquirir y la combinación de paneles de los cuales estará constituida la unidad. Esta actividad se realizará en conjunto con un profesional que evaluará las posibilidades que brinda el emplazamiento y las necesidades del suplementero.

El proyecto ofrece además el servicio de capacitación a los suplementeros como medida necesaria para la regularización de la actividad y apreciación por parte de la comunidad.

La información derivada de la experiencia de uso, si es positiva, ejercerá una importancia vital para la motivación de adquisición del producto por parte de sus compañeros de trabajo.

Como hemos visto, se ha considerado en la evaluación del producto, tanto la dimensión utilitaria, la cual pretende ser ajustada en la etapa de prueba, y la dimensión simbólica, al pretender la dignificación de la actividad mediante la capacitación de los usuarios.

2.2.- Actionboard

Elaboración de prototipos prueba

Período de prueba (15 días)

Retroalimentación con evaluación de usuarios

Incorporación al diseño final de observaciones

Fabricación de stock limitado

Actividades de Promoción (charlas, visitas, etc.)

Contacto con clientes

Evaluación de características de emplazamiento

Definición de unidad a elegir

Desmontaje, venta y reciclaje de partes útiles de quiosco antiguo

Instalación de unidad elegida

Aseo y Mantención permanente de la unidad

Capacitación de usuario

3.- DESARROLLO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN

3.1.- Canales y Medios

Radio: Se emitirán mensajes de promoción en radios locales , radio Portales, radio Valentín Letelier, y radio Congreso, radios escuchadas por el usuario.

Prensa escrita: Mensajes publicitarios en diarios locales como La Estrella de Valparaíso.

Internet: Página web propia, anuncios publicitarios en forma de banners en otras páginas relacionadas al producto.

Teléfono: Personal en oficina realizará de llamadas para ofrecer el producto.

Correo: Envío de correos informativos.

3.2.- Mensajes y Tonos

Los mensajes a emitir estarán relacionados con la calidad de ciudad patrimonial que posee Valparaíso, y la necesidad de contar con espacios públicos dignos de ello. El tono utilizado será respetuoso pero cercano.

3.3.- Emisores, Fuentes, receptores, públicos

Los emisores del mensaje comunicacional será la empresa misma, usuarios satisfechos con el producto y eventualmente entidades estatales.

Los receptores serán principalmente los suplementeros de Valparaíso y sus familias. En segundo lugar, la comunidad en su totalidad.

CAPÍTULO VII
Anexos

1.- ENCUESTA A SUPLEMENTEROS

Nombre: _____ Sexo: F ☐ M ☐

Aspectos legales y financiamiento

1.- ¿Hace cuánto tiempo tiene este quiosco?

☐ Menos de 5 años ☐ 5 - 10 años ☐ 10 - 20 años ☐ 20 - 30 años

☐ Más de 30 años ☐ NS / NC

2.- ¿Cómo obtuvo su quiosco?

☐ Municipalidad ☐ Herencia ☐ Arriendo ☐ Trabaja para el dueño

☐ Otro ☐ NS / NC

3.- ¿Quién lo financió?

☐ Capital Ppio ☐ Estado ☐ + % Capital Ppio - % Estado

☐ - % Capital propio, + % estado ☐ Otro ☐ NS / NC

4.- ¿Cuál fue el costo del quiosco al momento de su adquisición?

☐ $100.000 - $200.000 ☐ $200.000 – $300.000 ☐ $300.000 – $400.000

☐ $400.000 – $500.000 ☐ más de 500.000 ☐ NS / NC

5.- ¿Cuál es el costo del quiosco actualmente?

☐ $100.000 - $200.000 ☐ $100.000 – $200.000 ☐ $200.000 – $300.000

☐ 300.000 – 400.000 ☐ 400.000 – 500.000 ☐ NS / NC

6.- ¿Quién se encarga de la mantención de quiosco?

☐ Dueño ☐ Vendedor ☐ Estado ☐ Privado ☐ Otro

☐ NS /NC

7.- ¿En qué consiste la mantención mensual del quiosco?

☐ Limpieza ☐ Pintura ☐ Arreglos menores

☐ Reemplazo de partes ☐ Otro ☐ NS / NC

8.- ¿En cuánto estima el gasto mensual en mantención?

☐ < $10.000 ☐ 10.000/20.000 ☐ 20.000/30.000 ☐ 30.000/40.000

☐ Más de 40.000 ☐ NS / NC

9.- Los mayores daños que sufre su quiosco son producto de:

☐ Lluvia /hollín ☐ Viento ☐ Bajas o altas T° ☐ Polvo

☐ Vandalismo ☐ NS / NC

10.- ¿Cuánto estima usted que es la vida útil del quiosco? (en buenas condiciones)

☐ 1- 10 años ☐ 10 - 20 años ☐ 20 – 30 años

☐ 30 – 40 años ☐ más de 40 años ☐ NS / NC

11.- ¿Ha recibido capacitación de parte de algún organismo para su formación como vendedor profesional?

☐ Sí ☐ No

12.- ¿Forma parte de algún sindicato de suplementeros? ¿Cuál?

☐ Sí ☐ No

Aspectos Comercialización

13.- ¿Qué productos comercializa?

1.- Diarios, revistas y relacionados 2.- Cigarrillos 3.- Confites envasados de origen
4.-Bebidas 5.- Galletas 6.-Artículos de uso inmediato (lápices, shampoo, café)

☐ 1 y 2 ☐ 1, 2 y 3 ☐ 1, 2, 3 y 4

☐ 1, 2, 3 , 4 y 5 ☐ 1, 3, 4 , 5 y 6 ☐ Todas

14.- ¿Qué productos vende más?

1.- Diarios, revistas y relacionados, 2.- Cigarrillos, 3.- Confites envasados de origen, 4.-Bebidas, 5.- Galletas, 6.-Artículos de uso inmediato (lápices, shampoo, café)

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3

☐ 4 ☐ 5 ☐ 6

15.- ¿Cuántos días trabaja a la semana?

☐ 3 días ☐ 4 días ☐ 5 días ☐ 6 días ☐

☐ 7 días ☐ NS/NC

16.- ¿Cuántas horas trabaja al día?

☐ 4 – 6 hrs ☐ 6 - 8 hrs ☐ 8 - 10 hrs ☐ 10 – 12 hrs

☐ Más de 12 hrs ☐ NS/NC

17.- ¿A qué hora vende más?

☐ 8 am -11 am ☐ 11 am – 14 pm ☐ 14 pm – 17 pm

☐ 17 pm –20 pm ☐ 20 pm – 23 pm ☐ NS/NC

18.- Con respecto a las ventas en el último año ha notado:

☐ Notorio aumento ☐ Escaso aumento ☐ Se han Mantenido

☐ Notoria disminución ☐ Escasa disminución ☐ NS/NC

19.- ¿Utiliza elementos anexos al quiosco para efectuar su labor?

☐ Sí ☐ No

Si la respuesta es Sí pase a la siguiente, de lo contrario continúe en la pregunta número 21

20.- ¿Qué elementos anexos al quiosco utiliza?

1.- Extensión techo; 2.- Contenedor refrigerante; 3.-Exhibidor de productos; 4.- Exhibidor diarios y revistas

☐ 1 y 2 ☐ 2 y 3 ☐ 3 y 4

☐ 1, 2 y 3 ☐ 2, 3 y 4 ☐ Todos

Aspectos de Uso

21.- Describa el modo de trabajar

☐ Abre el quiosco y comienza su jornada

☐ Abre el quiosco, dispone productos para su exhibición y comienza su jornada

☐ Abre el quiosco, dispone productos para su exhibición, ubica elementos anexos al quiosco y comienza su jornada

☐ Abre el quiosco, dispone productos para su exhibición, ubica elementos anexos al quiosco mientras atiende al público

☐ Compra productos para vender luego abre el quiosco, dispone productos para su exhibición, ubica elementos anexos al quiosco mientras atiende al público

☐ Otro

22.- ¿Cuánto tiempo se demora desde que llega al quiosco hasta que está listo para atender público?

☐ 10 a 20 min ☐ 20 a 30 min ☐ 30 a 40 min ☐ 40 a 50 min

☐ 50 a 60 min ☐ más de 60 min

23.- Montar el quiosco para atender público implica para usted un esfuerzo:

☐ Máximo, desgastante ☐ Grande pero estoy acostumbrado ☐ Normal

☐ Bajo ☐ Mínimo ☐ NS/NC

24.- ¿Qué actividades realiza al interior del quiosco además de vender?

1.- Come; 2.- Descansa o duerme; 3.-Habla por teléfono; 4.- Escucha radio; 5.- Lee; 6: Hace sus necesidades

☐ 1 y 2 ☐ 1 y 4 ☐ 2 y 3

☐ 1, 2, 3 y 4 ☐ 1, 2, 3, 4 y 5 ☐ Todas

25.- ¿En qué posición permanece la mayor parte del tiempo?

☐ De pie ☐ Sentado ☐ Apoyado en un asiento de pie

☐ Mitad de pie, mitad sentado ☐ Circulando alrededor ☐ Otro

26.- ¿Qué electrodomésticos mantiene al interior?

1.- Televisor; 2.-Radio; 3.- Hervidor; 4.- Calefactor; 5.- Ventilador; 6.- Microondas

☐ 1 y 2 ☐ 2 y 3 ☐ 1, 2 y 3 ☐ 2, 3 y 4

☐ 2, 3, 4 y 5 ☐ Todos

27.- ¿Dónde se alimenta?

☐ En el mismo quiosco ☐ Negocio cerca del quiosco ☐ En casa, vivo cerca

☐ En mi casa vivo lejos ☐ Otro ☐ NS/NC

28.- ¿Dónde hace sus necesidades?

☐ En el mismo quiosco ☐ Negocio cerca del quiosco ☐ En casa, vivo cerca

☐ En mi casa vivo lejos ☐ Otro ☐ NS/NC

29.- ¿Dónde almacena los productos durante su ausencia?

☐ En el mismo quiosco ☐ Negocio cerca del quiosco ☐ En mi casa, cerca

☐ En mi casa, lejos ☐ En el quiosco y en mi casa ☐ NS/NC

Aspectos Climatológicos

30.- ¿Cómo calificaría el desempeño del quiosco ante lluvias?

☐ Muy Bueno ☐ Bueno ☐ Regular ☐ Malo ☐ Muy Malo

☐ NS/NC

31.- ¿Cómo calificaría el desempeño del quiosco ante el viento?

☐ Muy Bueno ☐ Bueno ☐ Regular ☐ Malo ☐ Muy Malo

☐ NS/NC

32.- ¿Cómo calificaría el desempeño del quiosco ante bajas temperaturas?

☐ Muy Bueno ☐ Bueno ☐ Regular ☐ Malo ☐ Muy Malo

☐ NS/NC

33.- ¿Cómo calificaría el desempeño del quiosco ante altas temperaturas?

☐ Muy Bueno ☐ Bueno ☐ Regular ☐ Malo ☐ Muy Malo

☐ NS/NC

34.- ¿Cómo calificaría el desempeño del quiosco ante el polvo?

☐ Muy Bueno ☐ Bueno ☐ Regular ☐ Malo ☐ Muy Malo

☐ NS/NC

35.- ¿Qué deterioro sufre el quiosco producto de las diversas variables climatológicas?

☐ Solo suciedad ☐ Daños superficiales ☐ Daños de partes

☐ Daños estructurales ☐ 1 y 2 ☐ 1, 2 y 3

Aspectos de seguridad

36.- ¿Ha sido víctima de robo?

☐ Sí ☐ No

De ser Sí la respuesta pase a la siguiente, de lo contrario continúe en la pregunta número 40

37.- ¿Cuán a menudo sufre de robo?

☐ Todos los días ☐ 1 vez al mes ☐ 2 veces al mes

☐ 3 veces al mes ☐ 4 veces al mes ☐ Esporádicamente

38.- ¿Qué le han robado?

☐ Mercadería ☐ Pertenencias Personales ☐ Parte del quiosco

☐ Dinero ☐ Todas las anteriores ☐ NS/NC

39.- ¿Qué daños ha sufrido su quiosco producto de robos?

☐ Suciedad ☐ Rayado de pintura ☐ Abolladuras

☐ Partes Inutilizadas ☐ Otro ☐ NS/NC

40.- ¿Qué medidas de seguridad toma durante su permanencia en el quiosco?

☐ Esconde objetos de valor ☐ Esconde dinero ☐ Porta elementos defensa

☐ Todas ☐ Ninguna ☐ NS/NC

41.- ¿Qué medidas de seguridad toma durante su ausencia?

☐ Asegura con Cerraduras ☐ Cierra con Candados ☐ Posee sistema de alarma

☐ 1 y 2 ☐ 1, 2 y 3 ☐ NS/NC

42.- ¿Cree que los productos quedan bien resguardados al interior del quiosco?

☐ Sí ☐ No

Aspectos Estructurales

43.- ¿De qué materialidad está compuesto mayormente el quiosco?

☐ Metal ☐ Madera ☐ Plástico ☐ Concreto

☐ Otro ☐ NS/NC

44.- ¿Considera que su quiosco tiene una estructura resistente?

☐ Sí ☐ No

Aspectos Espaciales

45.- ¿Cómo calificaría el espacio de circulación?

☐ Muy Espacioso ☐ Suficiente espacio ☐ Regular

☐ Reducido e incómodo ☐ Insuficiente, dificultad de movimiento

☐ NS/NC

46.- ¿Cómo calificaría el espacio interior?

☐ Muy Espacioso ☐ Suficiente espacio ☐ Regular

☐ Reducido e incómodo ☐ Insuficiente, dificultad de movimiento

☐ NS/NC

47.- ¿Cómo calificaría el espacio de exhibición de diarios y revistas?

☐ Muy Espacioso ☐ Suficiente espacio ☐ Regular

☐ Reducido e incómodo ☐ Insuficiente, utilizo elementos anexos

☐ NS/NC

48.- ¿Cómo calificaría el espacio para contener y exhibir otros productos? (no diarios ni revistas)

☐ Muy Espacioso ☐ Suficiente espacio ☐ Regular

☐ Reducido e incómodo ☐ Insuficiente, utilizo elementos anexos

☐ NS/NC

49.- ¿Cómo calificaría el espacio para guardar y almacenar mercaderías?

☐ Muy Espacioso ☐ Suficiente espacio ☐ Regular

☐ Reducido e incómodo ☐ Insuficiente, utilizo elementos anexos

☐ NS/NC

50.- De los espacios mencionados, ¿cuál según su punto de vista es el que le resulta más adecuado?

☐ Espacio de circulación ☐ Espacio Interior

☐ Espacio de exhibición diarios y revistas ☐ Espacio de exh. otros productos

☐ Espacio para guardar y almacenar mercadería ☐ Ninguno

51.- De los espacios mencionados, ¿cuál según su punto de vista es el que le resulta menos adecuado?

☐ Espacio de circulación ☐ Espacio Interior

☐ Espacio de exhibición diarios y revistas ☐ Espacio de exh. otros productos

☐ Espacio para guardar y almacenar mercadería ☐ Todos son deficientes

52.- Finalmente ¿si pudiera cambiar algo a su quiosco, qué le cambiaría?

☐ Aspectos legales y financiamiento ☐ Aspectos de comercialización

☐ Aspectos de Uso ☐ Aspectos climatológicos

☐ Aspectos de seguridad ☐ Aspectos estructurales

☐ Aspectos Espaciales

Comentarios:

_____
_____
_____
_____
_____
_____

2.- RESULTADOS ENCUESTA SUPLEMENTEROS

INFORME DE RESULTADOS ENCUESTA SUPLEMENTEROS

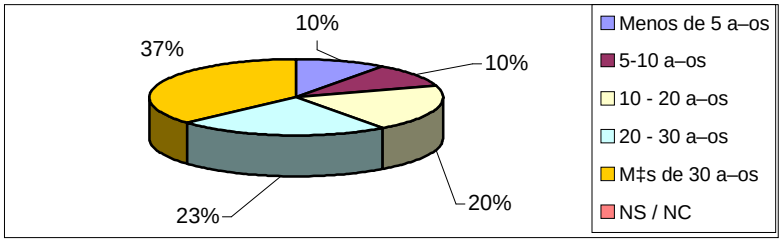
LOS RESULTADOS SERÁN PRESENTADOS EN PORCENTAJES

LUGAR:	Valparaíso - Viña del Mar
ENCUESTADOR:	Andrea Arenas Zamorano
MUESTRA:	30
FECHA:	13 al 23 de abril 2009

ASPECTOS LEGALES Y FUNCIONAMIENTO

1.- ¿Hace cuánto tiempo tiene este quiosco?

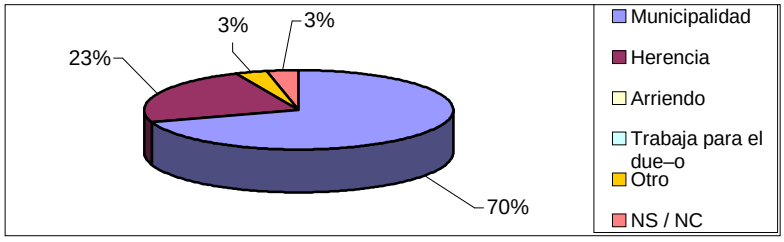
Menos de 5 años	10%	3
5-10 años	10%	3
10 - 20 años	20%	6
20 - 30 años	23%	7
Más de 30 años	37%	11
NS / NC	0%	0
		30



Claramente se observa una tendencia a las opciones sobre los 20 años, concentrándose las preferencias en este tramo (60%). El promedio total de años es 24,8 años.

2.- ¿Cómo obtuvo su quiosco?

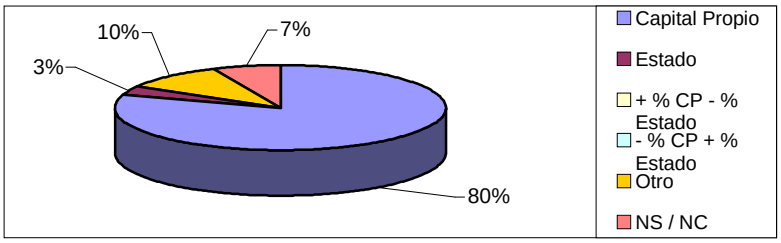
Municipalidad	70%	21
Herencia	23%	7
Arriendo	0%	0
Trabaja para el dueño	0%	0
Otro	3%	1
NS / NC	3%	1
		30



La gran mayoría (70%) declara haber obtenido su quiosco a través del procedimiento regular en la Municipalidad correspondiente. Sin embargo, existe in porcentaje considerable que dice haberlo heredado lo que revela el impacto sostenido de esta actividades en generaciones de familias.

3.- ¿Quién lo financió?

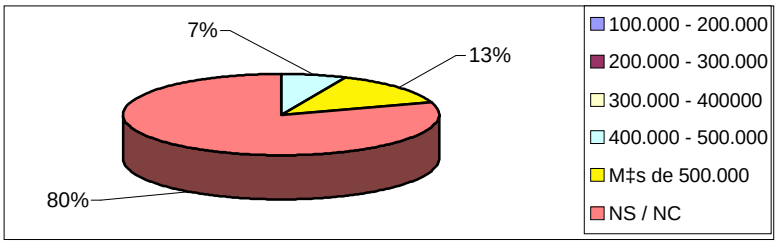
Capital Propio	80%	24
Estado	3%	1
+ % CP - % Estado	0%	0
- % CP + % Estado	0%	0
Otro	10%	3
NS / NC	7%	2
		30



Un 80% dice haberlo financiado completamente con capital propio. Solo un 10% declara haber sido beneficiado por convenios con la compañía Chiletabacos a cambio de publicidad permanente. Un porcentaje mínimo (3%) dice haber financiado su quiosco con fondos del estado, lo que revela el nulo interés por parte de las autoridades hacia esta tradicional actividad de altísimo impacto en la ciudad.

4.- ¿Cuál fue el costo de adquisición del quiosco?

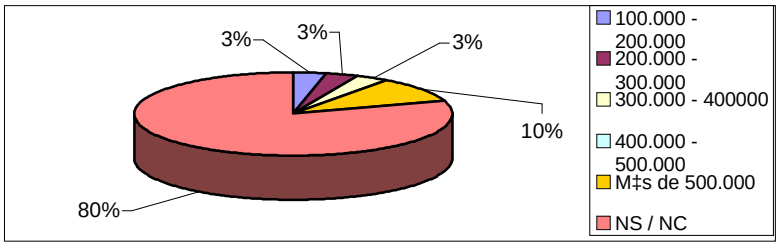
100.000 - 200.000	0%	0
200.000 - 300.000	0%	0
300.000 - 400000	0%	0
400.000 - 500.000	7%	2
Más de 500.000	13%	4
NS / NC	80%	24
		30



Un elevado porcentaje (80%) manifiesta no saber o no querer revelar cuál fue el costo del quiosco al momento de su adquisición. Aquellos que se atrevieron a escoger un rango reconocieron haber gastado sobre los $400.000, cifra bastante elevada según su consideración.

5.- ¿Cuál es el costo aproximado del quiosco actualmente?

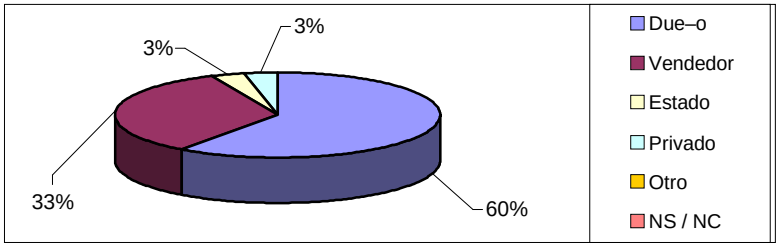
100.000 - 200.000	3%	1
200.000 - 300.000	3%	1
300.000 - 400000	3%	1
400.000 - 500.000	0%	0
Más de 500.000	10%	3
NS / NC	80%	24
		30



Al igual que en la pregunta anterior, un porcentaje considerable (80%) declara no saber cuánto cuesta su quiosco en la actualidad. Un 10% admite que ese costo fue mayor a $500.000. Es de importancia destacar que está prohibido vender los quioscos, esta pregunta se orientaba más bien a determinar cuánto se deprecian.

6.- ¿Quién se encarga de la mantención del quiosco?

Dueño	60%	18
Vendedor	33%	10
Estado	3%	1
Privado	3%	1
Otro	0%	0
NS / NC	0%	0
		30

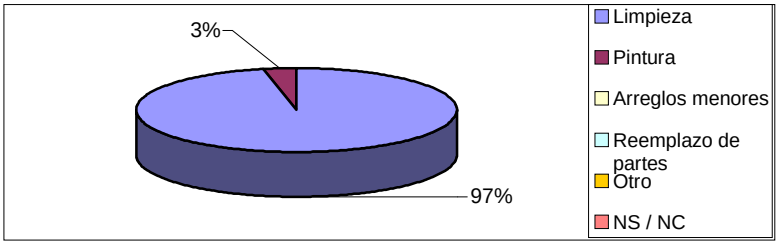


Un 60% dice que es el dueño quien se encarga de la mantención del quiosco pues son ellos mismos los que atienden. Un 33% dice que esta labor la realizan a diario los propios vendedores. Se puede concluir que es quien se ocupa de atender el quiosco es también quien realiza la mantención, sea o no el propio dueño. Solo una

persona señaló que 1 vez al año la municipalidad pinta el quiosco durante la noche sin notificarle.

7.- ¿En qué consiste la mantención mensual del quiosco?

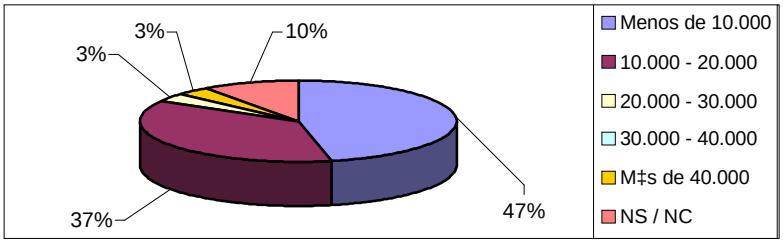
Limpieza	97%	29
Pintura	3%	1
Arreglos menores	0%	0
Reemplazo de partes	0%	0
Otro	0%	0
NS / NC	0%	0
		30



Un altísimo porcentaje (97%) dice que la mantención mensual consiste básicamente en limpieza diaria, la que realizan en tiempos libres entre la atención al público. Solo un 3% dice que además debe pintar partes oxidadas.

8.- ¿En cuánto estima el gasto mensual en mantención?

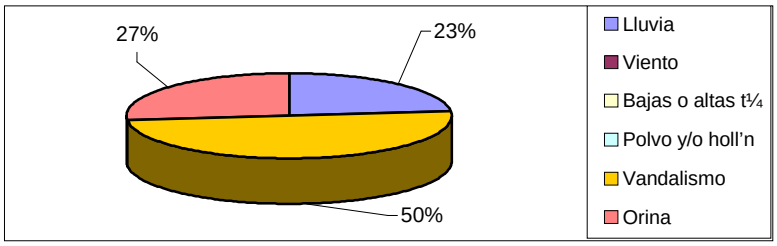
Menos de 10.000	47%	14
10.000 - 20.000	37%	11
20.000 - 30.000	3%	1
30.000 - 40.000	0%	0
Más de 40.000	3%	1
NS / NC	10%	3
		30



Dado que la mantención consiste principalmente solo en limpieza (pregunta 7) un 84% manifiesta gastar menos de $20.000 al mes, siendo el promedio de $13.890 . (10.000 a 20.000)

9.- Los mayores daños que sufre el quiosco son producto de:

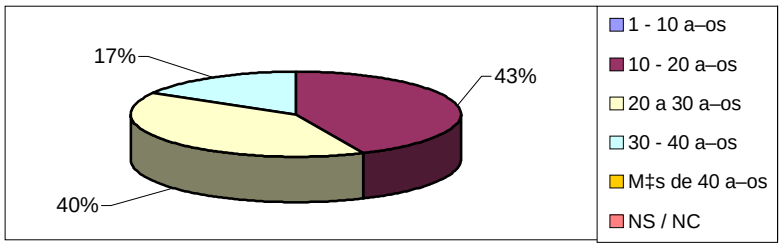
Lluvia	23%	7
Viento	0%	0
Bajas o altas t°	0%	0
Polvo y/o hollín	0%	0
Vandalismo	50%	15
Orina	27%	8
		30



La mitad de los encuestados coincide en que los mayores daños que sufre su quiosco son producto del vandalismo, consistente básicamente en destrucción voluntaria y mal intencionada. Declaran que es común encontrar sus quioscos con graffitis y leyendas. Otro factor de gran importancia que causa el deterioro del exterior del quiosco es la orina principalmente humana la que corroe el metal exterior obligando a reemplazar partes a menudo. Como tercer factor se encuentra la lluvia con el 23% de las preferencias. Además se mencionan los siguientes factores: brisa marina, accidentes de tránsito, marchas, protestas, choques, cercanía congreso.

10.- ¿Cuánto estima que es la vida útil del quiosco en buenas condiciones?

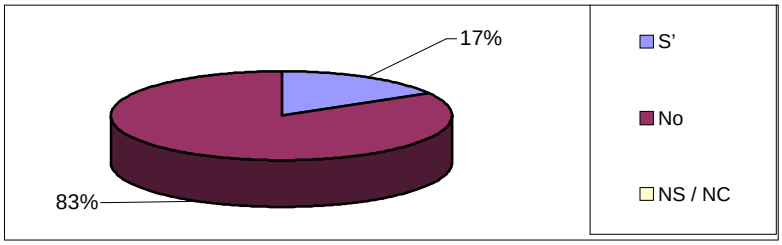
1 - 10 años	0%	0
10 - 20 años	43%	13
20 a 30 años	40%	12
30 - 40 años	17%	5
Más de 40 años	0%	0
NS / NC	0%	0
		30



Un 83% de las preferencias se concentra en el rango comprendido entre 10 y 30 años, lo que coincide con el tiempo promedio de tenencia del quiosco que se declara en la pregunta 1.

11.- Ha recibido capacitación por parte de algún organismo como vendedor profesional?

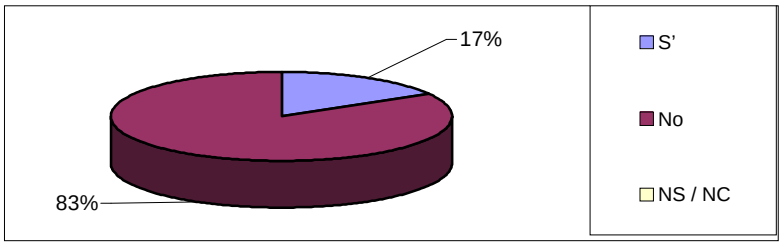
Sí	17%	5
No	83%	25
NS / NC	0%	0
		30



La mayor parte de la muestra (83%) admite no haber recibido ningún tipo de capacitación como vendedor profesional. Un porcentaje menor (17%) manifiesta haber recibido capacitación, ya sea a través de cursos SENCE gestionados por el sindicato, de parte de privados (La Tercera) y de manera particular. Gran parte de los encuestados arguye que no han realizado cursos por falta de tiempo pues trabajan en promedio más de 8 horas diarias (pregunta 16) 7 días a la semana en su mayoría (pregunta 15). Además manifiestan que con la experiencia que tienen es suficiente pues llevan décadas ejerciendo la actividad.

12.- Forma parte de algún sindicato de suplementeros?

Sí	47%	14
No	53%	16
NS / NC	0%	0
		30



Un porcentaje de la muestra levemente superior (53%) declara no pertenecer a sindicatos de suplementeros argumentando la inexistencia de beneficios. Esto devela la actual desarticulación del gremio, en donde gran parte de los suplementeros realiza su actividad de manera totalmente independiente lo que se traduce en mayores costos operacionales. Dado que la encuesta se realizó en Valparaíso y Viña del Mar, los sindicatos mencionados fueron tres, dos actualmente en funcionamiento en Valparaíso; Sindicato N° 1 de Suplementeros de Valparaíso y Sindicato Independiente de Suplementeros de Valparaíso y uno en Viña del Mar: Sindicato de Trabajadores Independientes suplementeros N° 1 de Viña del Mar, pertenecientes a la CONASUCH (Confederación Nacional de Suplementeros de Chile).

CONCLUSIONES PRELIMINARES ASPECTOS LEGALES Y FUNCIONAMIENTO

Con respecto a este ítem se pueden formular las siguientes conclusiones:

1.-La actividad ejercida por los suplementeros a menudo se hereda de generación en generación junto con el quiosco.

2.-La actividad, aunque es regulada, en principio, por entidades estatales como la municipalidad (permiso y patente), su accionar se limita al momento de otorgar el permiso y al pago de éste anualmente. No existe regulación periódica del cumplimiento de la ordenanza, ni beneficios como capacitación o aporte de financiamiento, por lo que la actividad de los suplementeros se realiza de manera totalmente independiente (financiamiento, mantención, etc.).

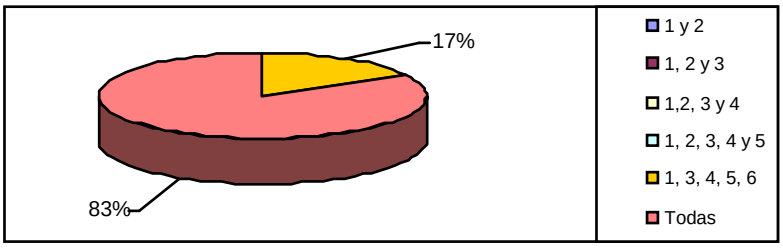
3.-La mayoría de los encuestados no cuenta con ningún entrenamiento formal para ejercer la actividad que realizan

4.-Los sindicatos no representan una alternativa confiable para la solución de sus problemas, por lo que muchos deciden no afiliarse.

ASPECTOS DE COMERCIALIZACIÓN

13.- ¿Qué productos comercializa?
1.-Diarios, revistas y relacionados; 2.- Cigarrillos; 3.-Confites envasados de origen; 4.-Bebidas, 5.-Galletas, 6.-Artículos de uso inmediato (lápices, shampoo, café)

1 y 2	0%	0
1, 2 y 3	0%	
1,2, 3 y 4	0%	0
1, 2, 3, 4 y 5	0%	0
1, 3, 4, 5, 6	17%	5
Todas	83%	25
		30



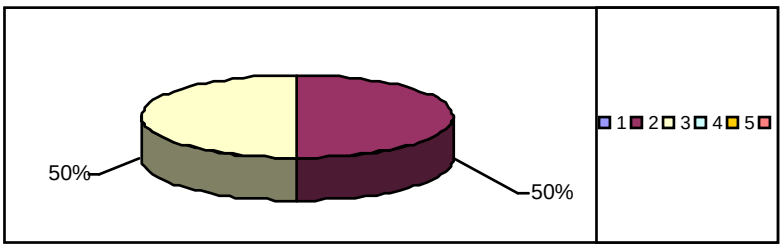
La totalidad de los encuestados cumple con el Artículo 7º Decreto 3660 de la Ordenanza para el otorgamiento de permisos en la vía pública respectos de quiosco y carros móviles, citado a continuación "En los kioscos sólo se podrá expender diarios; revistas; cigarrillos y artículos afines directamente relacionados con los anteriores; boletos de loterías o sorteos legalmente autorizados y confites envasados". Solo un 17% no vende cigarrillos por diversas razones (baja comisión,

razones religiosas, etc.). Como artículos relacionados se encuentran los siguientes: sobre de café, shampoo, pilas, encendedor, lápices, máquinas de afeitar, helados, pañuelos desechables, tarjetas de teléfonos, etc.

14.- ¿Qué productos vende más?

1.-Diarios, revistas y relacionados; 2.- Cigarrillos; 3.-Confites envasados de origen; 4.-Bebidas, 5.-Galletas, 6.-Artículos de uso inmediato

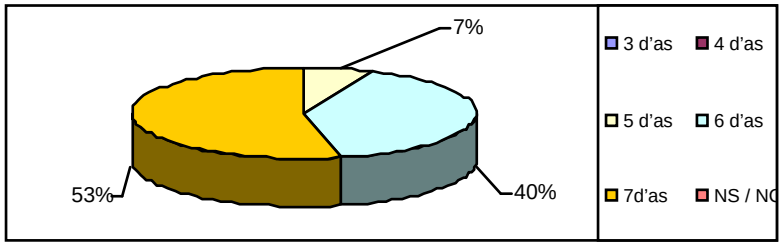
1	0%	0
2	50%	15
3	50%	15
4	0%	0
5	0%	0
6	0%	0
		30



La mitad de los encuestados admite que el producto más vendido son los cigarrillos. La otra mitad asegura que su actividad se sustenta principalmente en la venta de confites envasados. A pesar de que los quioscos surgieron como "quioscos de prensa" hoy los diarios y revistas son los productos menos vendidos producto de la distribución de diarios y revistas gratuitos y de las suscripciones según manifiestan los propios encuestados.

15.- ¿Cuántos días trabaja a la semana?

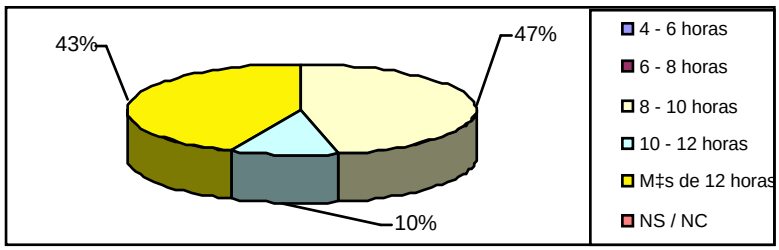
3 días	0%	0
4 días	0%	0
5 días	7%	2
6 días	40%	12
7días	53%	16
NS / NC	0%	0
		30



Se observa una clara tendencia a trabajar entre 6 y 7 días concentrándose un 93% de las preferencias en este rango, cumpliendo con lo dispuesto en la ordenanza: artículo 18 b) "Tratándose de kioscos, mantenerlos en funcionamiento y abiertos al publico, a lo menos de Lunes a Sábado de cada semana". El promedio de días trabajados corresponde a 6,4 días.

16.- ¿Cuántas horas trabaja al día?

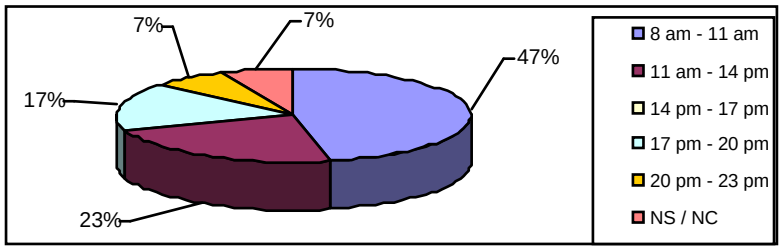
4 - 6 horas	0%	0
6 - 8 horas	0%	0
8 - 10 horas	47%	14
10 - 12 horas	10%	3
Más de 12 horas	43%	13
NS / NC	0%	0
		30



En general, todos los encuestados manifestaron trabajar más de 8 horas diarias. Un 47% declara trabajar entre 8 y 10 horas, mientras que un 43% dice trabajar más de 12 horas diarias contando con dos turnos. El promedio de horas trabajadas por persona es de 11 hrs.

17.- ¿A qué hora vende más?

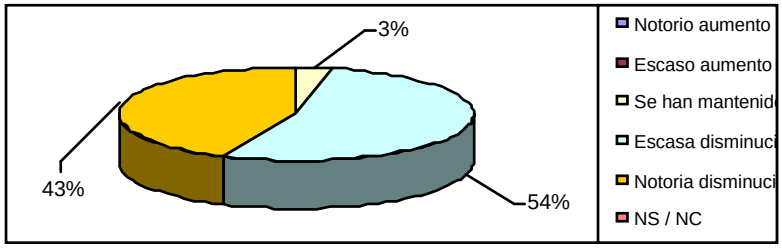
8 am - 11 am	47%	14
11 am - 14 pm	23%	7
14 pm - 17 pm	0%	0
17 pm - 20 pm	17%	5
20 pm - 23 pm	7%	2
NS / NC	7%	2
		30



Sin duda, la franja horaria en que se realiza la mayor parte de las ventas es en el transcurso de la mañana, desde las 8 am hasta alrededor de las 14 pm (70%). En la tarde, después de las 17 pm se produce un incremento de las ventas pero en menor proporción.(17%)

18.- Con respecto a las ventas en el último año ha notado:

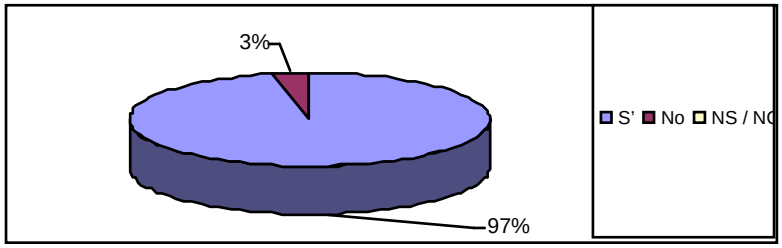
Notorio aumento	0%	0
Escaso aumento	0%	0
Se han mantenido	3%	1
Escasa disminución	53%	16
Notoria disminución	43%	13
NS / NC	0%	0
		30



El 96% de los encuestados reconoce claramente una disminución de las ventas en el último año. Solo una persona afirmó que las ventas se habían mantenido.

19.- ¿Utiliza elementos anexos al quiosco para efectuar su labor?

Sí	97%	29
No	3%	1
NS / NC	0%	0
		30

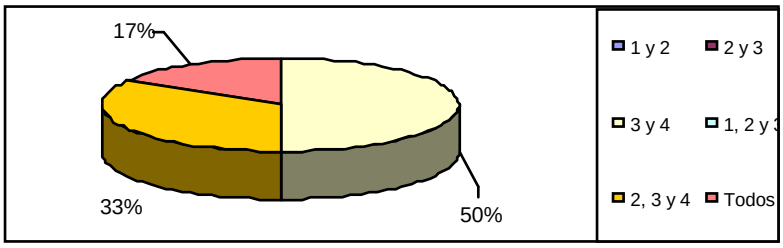


La gran mayoría (97%) admite utilizar elementos anexos al quioscos a pesar de que está prohibido
Ordenanza para el otorgamiento de permisos en la vía pública respectos de quiosco y carros móviles. Artículo 19 Los permisionarios quedarán sujetos; a las siguientes prohibiciones: d) "Adosar, colgar, agregar o instalar en la parte exterior, del kiosco o alrededor del carro móvil, objetos, muebles, cajones o elementos destinados a exhibir mercaderías o productos o a cualquier otra finalidad; o hacer uso de árboles, postes, bancos, muros, cierros y demás elementos de infraestructura urbana, con iguales fines".

20.- ¿Qué elementos anexos al quiosco utiliza?

1.-Extensión techo; 2.-Contenedor refrigerante; 3.-Exhibidor productos; 4.-Exhibidor diarios y revistas

1 y 2	0%	0
2 y 3	0%	0
3 y 4	50%	15
1, 2 y 3	0%	0
2, 3 y 4	33%	10
Todos	17%	5
		30



Los elementos que la totalidad de los encuestados posee son exhibidores tanto de productos como de diarios y revistas, los cuales a menudo son de fabricación propia (rejas para revistas, repisas interiores). Declaran que la superficie que les ofrece el quiosco no son suficientes para exhibir sus productos. Un 33% posee además un contenedor refrigerante (cooler, nevera, refrigerador)

CONCLUSIONES PRELIMINARES ASPECTOS DE COMERCIALIZACIÓN

1.- La totalidad de los encuestados cumple con lo dispuesto en la ordenanza sobre qué productos pueden vender.

2.- Los productos más vendidos son cigarrillos y confites, no diarios ni revistas.

3.-Los encuestados manifiestan cumplir con lo dispuesto en la ordenanza al trabajar a lo menos 6 días a la semana.

4.-La jornada laboral es extensa prolongándose incluso más allá de las 12 horas diarias.
5.-Es posible distinguir 2 franjas horarias en las que aumentan las ventas: de 8 am a 14 pm y de 17 pm a 20 pm.

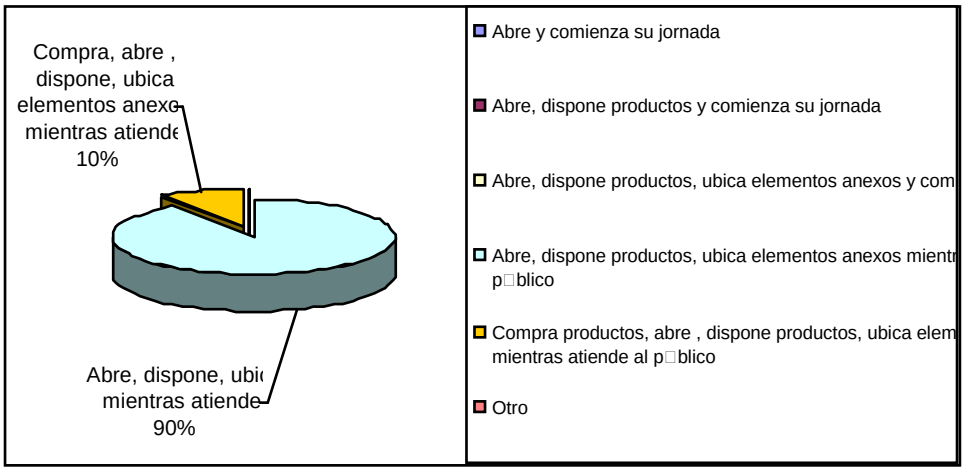
6.- Las ventas han disminuido en el último año según la mayoría de los encuestados.

7.-La superficie de exhibición de los quioscos es absolutamente insuficiente para exponer los productos.

ASPECTOS DE USO

21.- Describa el modo de trabajar

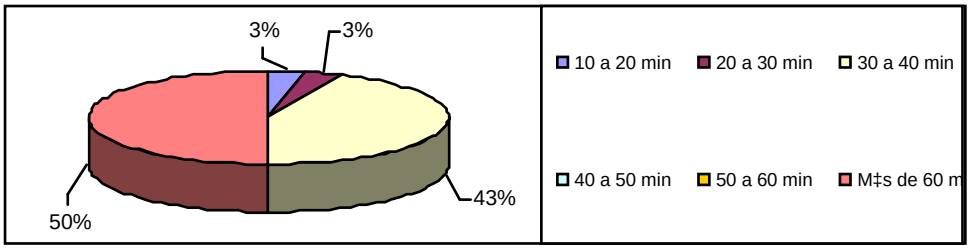
Abre y comienza su jornada	0%	0
Abre, dispone productos y comienza su jornada	0%	0
Abre, dispone productos, ubica elementos anexos y comienza su jornada	0%	0
Abre, dispone productos, ubica elementos anexos mientras atiende al público	90%	27
Compra productos, abre , dispone productos, ubica elementos anexos mientras atiende al público	10%	3
Otro	0%	0
		30



Un 90% de la muestra declara que cada día debe abrir el quiosco, disponer cada producto, ubicar elementos anexos al quiosco, tales como: exhibidores, pisos, cajas, neveras, etc. al mismo tiempo que atiende a la clientela y vigila sus productos. Sin duda, es uno de los momentos en que el suplementero se encuentra más vulnerable ante un robo. Solo un 10 % declara comenzar la jornada comprando, además, los productos que faltan.

22.- ¿Cuánto tiempo se demora desde que llega al quiosco hasta que está listo para atender público?

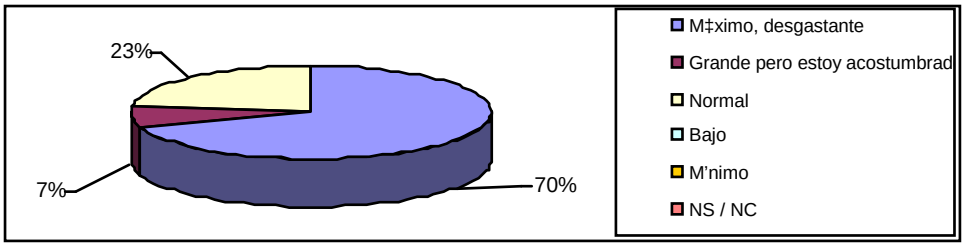
10 a 20 min	3%	1
20 a 30 min	3%	1
30 a 40 min	43%	13
40 a 50 min	0%	0
50 a 60 min	0%	0
Más de 60 min	50%	15
		30



La mitad admite demorarse más de una hora para montar el quiosco, incluso hay quienes hablan de 2 o 3 horas, en parte, por lo expuesto en la pregunta anterior, junto con montar el quiosco deben atender a la clientela y vigilar sus productos.

23.-Montar el quiosco para atender público implica para usted un esfuerzo:

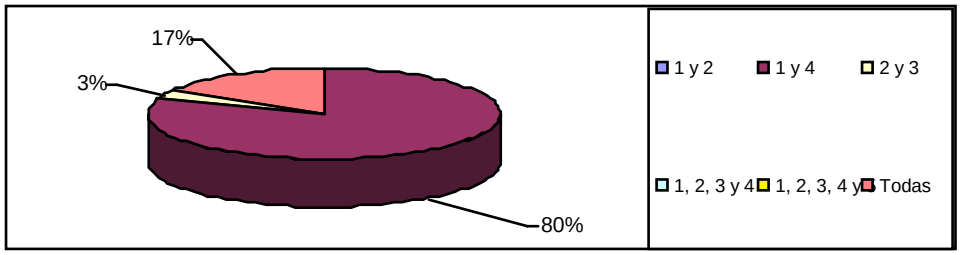
Máximo, desgastante	70%	21
Grande pero estoy acostumbrado	7%	2
Normal	23%	7
Bajo	0%	0
Mínimo	0%	0
NS / NC	0%	0
		30



Un 70% reconoce que la tarea de montar el quiosco es ardua pues representa un gran esfuerzo. Sin embargo, un 7 % reconoce que es una tarea ardua, no obstante declara estar acostumbrado a hacerla. Finalmente un 23% señala que representa un esfuerzo normal dado que lo realiza paulatinamente.

24.- ¿Qué actividades realiza al interior del quiosco además de vender?
1.- Come; 2.-Descansa o duerme; 3.-Habla por teléfono; 4.- Escucha radio; 5.-Lee; 6.- Ve televisión

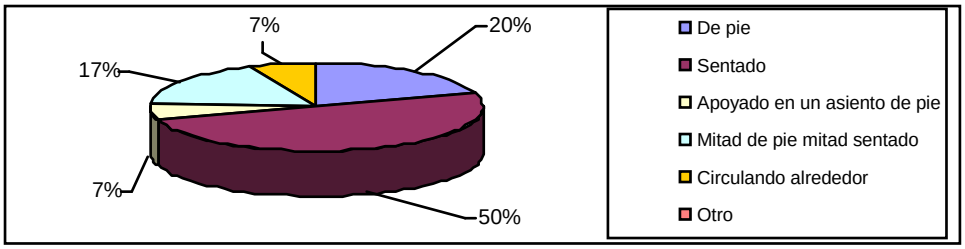
1 y 2	0%	0
1 y 4	80%	24
2 y 3	3%	1
1, 2, 3 y 4	0%	0
1, 2, 3, 4 y 5	0%	0
Todas	17%	5
		30



Un 80% reconoce comer en el quiosco (desayuno y once principalmente) y escuchar radio. Un porcentaje menor (17%) reconoce hacer todas las actividades mencionadas al interior del quiosco. Incluso 2 personas admiten tener que hacer sus necesidades al interior del quiosco (pregunta 28), denominándose a sí mismo "el rey del metro cuadrado"

25.- ¿En qué posición permanece la mayor parte del tiempo?

De pie	20%	6
Sentado	50%	15
Apoyado en un asiento de pie	7%	2
Mitad de pie mitad sentado	17%	5
Circulando alrededor	7%	2
Otro	0%	0
		30



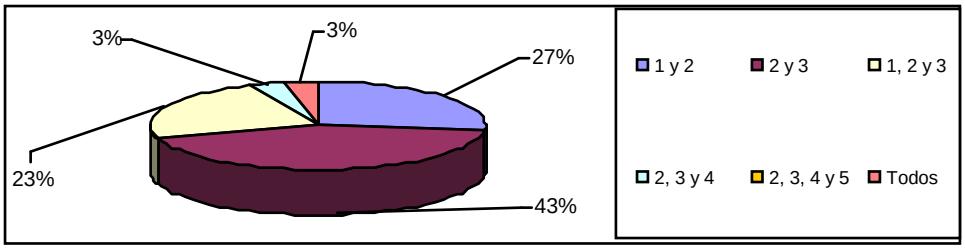
La mitad admite estar sentado en mobiliario propio la mayor parte del tiempo dado que el quiosco no integra ningún elemento para el descanso del usuario. Un 20% dice estar de pie más tiempo. Un 17% reconoce alternar posiciones. Sin duda,

la posición que adopta el cuerpo está en estricta relación con el ritmo de trabajo, el cual según la pregunta 17 es mayor en la mañana (8 am a 14 pm)

26.- ¿Qué electrodomésticos mantiene al interior?

1.- Televisor; 2.-Radio; 3.- Hervidor; 4.- Calefactor; 5.- Ventilador; 6.-Microondas

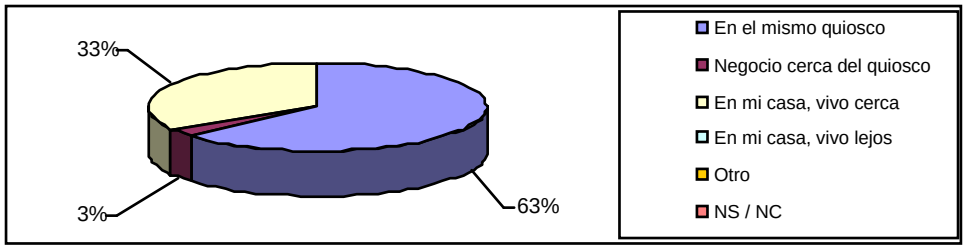
1 y 2	27%	8
2 y 3	43%	13
1, 2 y 3	23%	7
2, 3 y 4	3%	1
2, 3, 4 y 5	0%	0
Todos	3%	1
		30



Se observa una tendencia a poseer televisor, radio (televisor con radio incorporada) y hervidor como elementos básicos. Esto confirma la información obtenida en la pregunta 24 sobre las actividades que realizan al interior del quiosco (escuchar radio, tomar desayuno y once principalmente).

27.- ¿Dónde se alimenta?

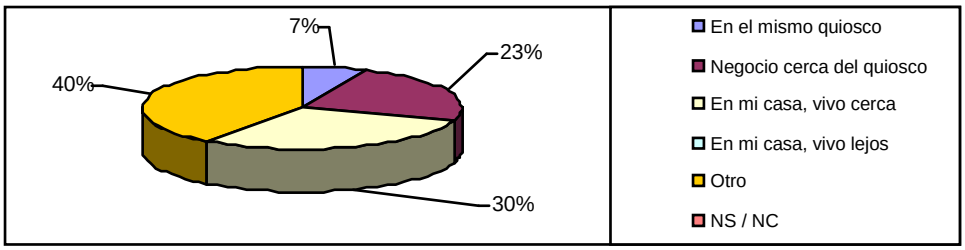
En el mismo quiosco	63%	19
Negocio cerca del quiosco	3%	1
En mi casa, vivo cerca	33%	10
En mi casa, vivo lejos	0%	0
Otro	0%	0
NS / NC	0%	0
		30



Se confirma nuevamente la veracidad de las respuestas obtenidas en la pregunta 24, pues dada la extensión de la jornada (más de 8 horas en promedio) deben alimentarse en el mismo quiosco un 63% de los encuestados, espacio que no diseñado para esta actividad. Un porcentaje considerable (33%) se alimenta en sus hogares dado que viven cerca del quiosco.

28.- ¿Dónde hace sus necesidades?

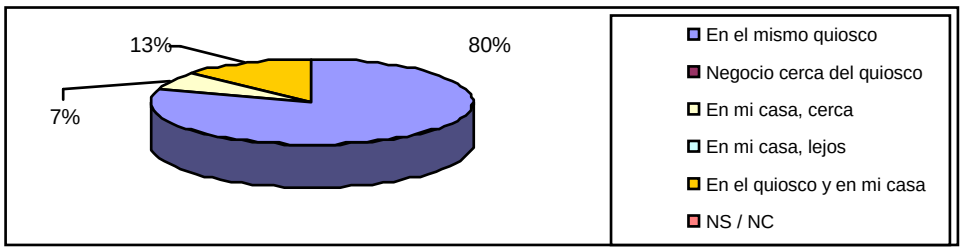
En el mismo quiosco	7%	2
Negocio cerca del quiosco	23%	7
En mi casa, vivo cerca	30%	9
En mi casa, vivo lejos	0%	0
Otro	40%	12
NS / NC	0%	0
		30



Un 40% reconoce tener que hacer sus necesidades en lugares próximos al quiosco, tales como la municipalidad o el terminal de buses. Un porcentaje levemente inferior (30%) debe acudir a su casa mientras que un 23% recurre a negocios cercanos con cuyo personal ha establecido una relación de amistad. Nuevamente el diseño del quiosco no considera la permanencia del usuario por toda la extensión de la jornada.

29.- ¿Dónde almacena los productos durante su ausencia?

En el mismo quiosco	80%	24
Negocio cerca del quiosco	0%	0
En mi casa, cerca	7%	2
En mi casa, lejos	0%	0
En el quiosco y en mi casa	13%	4
NS / NC	0%	0
		30



EL quiosco también es utilizado para almacenar la mercadería por un 80% de la muestra analizada. Un 13% reconoce llevarse los productos de mayor valor, como cigarrillos y tarjetas de teléfono a su casa. Un porcentaje menor admite adquirir mercadería a diario pues el quiosco no tiene capacidad para almacenar, lo que le impide comprar al por mayor.

CONCLUSIONES PRELIMINARES ASPECTOS DE USO

1.- La rutina laboral consta de pasos que podrían suprimirse para acelerar el comienzo de la jornada y disminuir el esfuerzo realizado.

2.- Los quioscos analizados no integran en su diseño elementos para la permanencia del suplementero. No se observa principio ergonómico alguno.

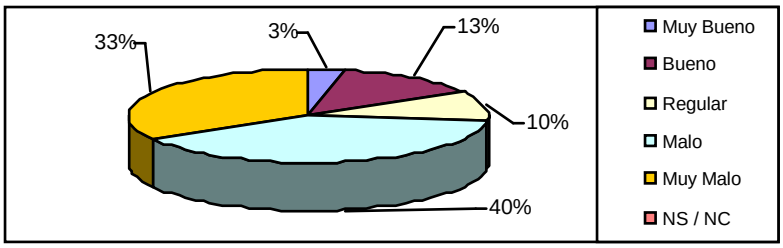
3.- El quiosco no integra en su diseño las actividades anexas a la venta que deben realizarse en su interior, como comer, escuchar radio, etc.

4.- Existe un porcentaje (13%) que declara llevarse los productos de mayor valor a su casa lo que revela un sentimiento de inseguridad ante robos.

ASPECTOS CLIMATOLÓGICOS

30.- ¿Cómo calificaría el desempeño del quiosco ante lluvias?

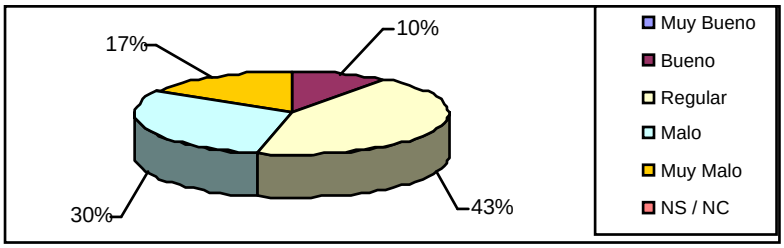
Muy Bueno	3%	1
Bueno	13%	4
Regular	10%	3
Malo	40%	12
Muy Malo	33%	10
NS / NC	0%	0
		30



Un 73% califica como malo o muy malo el desempeño ante lluvias, declarando, entre otras cosas, que "se apoza el agua", "tengo que ponerle una fuente en el techo", "pongo tapagoteras", "tuve que hacerle una base de cemento", "tengo que cubrir el quiosco con plástico parece quiosco copeva es una vergüenza". Además manifiestan que las ventas bajan considerablemente al disminuir el flujo de público afectando negativamente su actividad.

31.- ¿Cómo calificaría el desempeño del quiosco ante el viento?

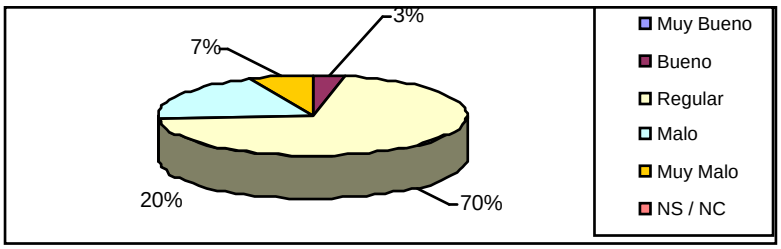
Muy Bueno	0%	0
Bueno	10%	3
Regular	43%	13
Malo	30%	9
Muy Malo	17%	5
NS / NC	0%	0
		30



Se observa una tendencia a calificar el desempeño ante el viento como "regular" o "malo" (73%).El mayor problema lo representan los diarios y revistas expuestos en exhibidores externos al quioscos. Quienes eligieron la alternativa "bueno", reconocieron estar acostumbrados al viento.

32.- ¿Cómo calificaría el desempeño del quiosco ante bajas temperaturas?

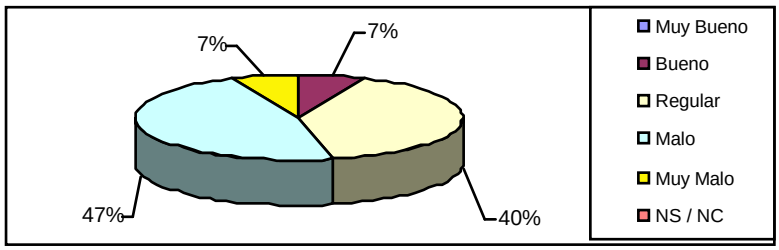
Muy Bueno	0%	0
Bueno	3%	1
Regular	70%	21
Malo	20%	6
Muy Malo	7%	2
NS / NC	0%	0
		30



La mayoría (70%) escogió la alternativa "regular" señalando que toman medidas como mayor abrigo, consumo de café, uso de artefactos eléctricos para generar calor y permanecer al interior del quiosco. Los que lo calificaron como "muy malo" son suplementeros cuyos quiosco se ubican en lugares donde por la altura de edificios no llega el sol, debiendo tomar medidas para paliar el frío regularmente.

33.- ¿Cómo calificaría el desempeño del quiosco ante altas temperaturas?

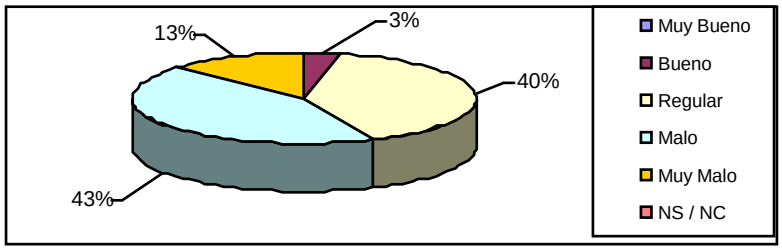
Muy Bueno	0%	0
Bueno	7%	2
Regular	40%	12
Malo	47%	14
Muy Malo	7%	2
NS / NC	0%	0
		30



La tendencia se inclina hacia las opciones "regular" y malo (86%). Los encuestados reconocen no poder estar al interior del quiosco durante épocas de calor debido al material del quiosco. Una persona asegura tener 2 o 3 ventiladores funcionando durante el verano para poder efectuar su actividad. Quienes lo calificaron como "bueno" señalaron que los árboles a su alrededor temperaban el sector de lo que se concluye la importancia de las características de la ubicación.

34.- ¿Cómo calificaría el desempeño del quiosco ante el polvo?

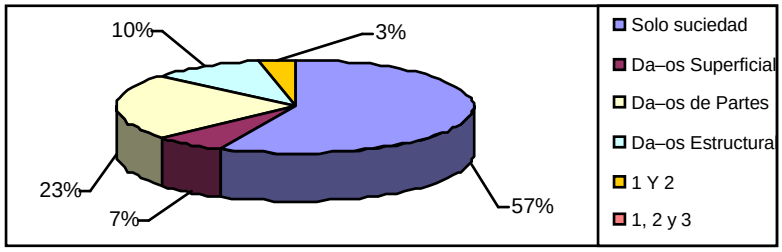
Muy Bueno	0%	0
Bueno	3%	1
Regular	40%	12
Malo	43%	13
Muy Malo	13%	4
NS / NC	0%	0
		30



Nuevamente la tendencia es hacia las opciones "regular" o "malo" (83%). Los encuestados señalan que el ambiente en que trabajan está contaminado por las micros las cuales emiten hollín el que se adhiere a su cabello y piel.

35.- ¿Qué deterioro sufre el quiosco producto de las diversas variables climatológicas?

Solo suciedad	57%	17
Daños Superficiales	7%	2
Daños de Partes	23%	7
Daños Estructurales	10%	3
1 Y 2	3%	1
1, 2 y 3	0%	0
		30



Un 57% señala que su quiosco sufre mayormente suciedad ante las diversas variables climatológicas. Un 23% afirma que sufre daño de partes las que deben ser reemplazadas cumpliendo con el artículo 18 de la ordenanza sobre las obligaciones del permisionario. d) "Mantener en buen estado de conservación la estructura y pintura del respectivo kiosco y carro móvil".

CONCLUSIONES PRELIMINARES ASPECTOS CLIMATOLÓGICOS

1.- En general, el desempeño del quiosco ante las diversas variables climatológicas se califica como malo o regular, lo que obliga a los usuarios a suplir dichas deficiencias con los escasos recursos disponibles.

2.- El factor peor calificado es la lluvia (muy malo 17%)

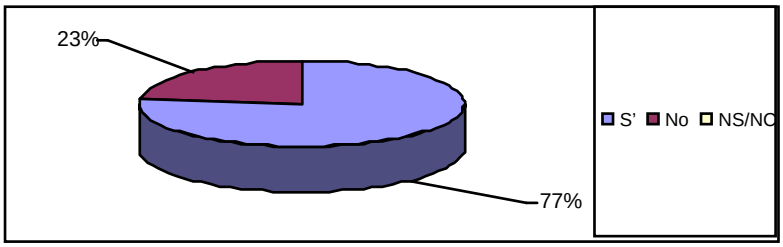
3.- A pesar de que en general el desempeño del quiosco ante las variables climatológicas fue mal evaluado, los daños producto de ellos son, en su mayoría, menores (solo suciedad 57%).

4.- La ubicación del quiosco es un factor no estudiado, siendo su influencia de importancia vital para el bienestar del usuario.

ASPECTOS DE SEGURIDAD

36.- ¿Ha sido víctima de robo?

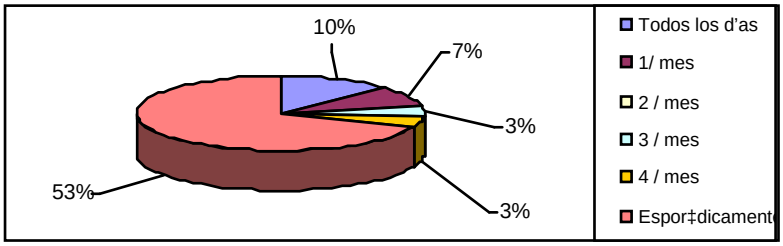
Sí	77%	23
No	23%	7
NS/NC	0%	0
		30



Lamentablemente, un alto porcentaje declara haber sufrido robo (77%).

37.- ¿Cuán a menudo sufre de robo?

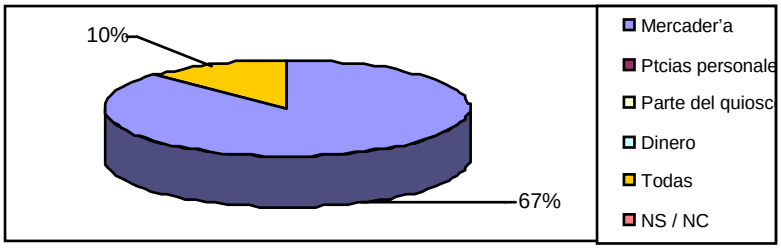
Todos los días	10%	3
1/ mes	7%	2
2 / mes	0%	0
3 / mes	3%	1
4 / mes	3%	1
Esporádicamente	53%	16
		23



Más de la mitad de los encuestados (53%) dice sufrir de robos de manera esporádica, ya sea, por encontrarse cerca de una cámara de televigilancia, porque es un sector de alto tránsito, etc.

38.- ¿Qué le han robado?

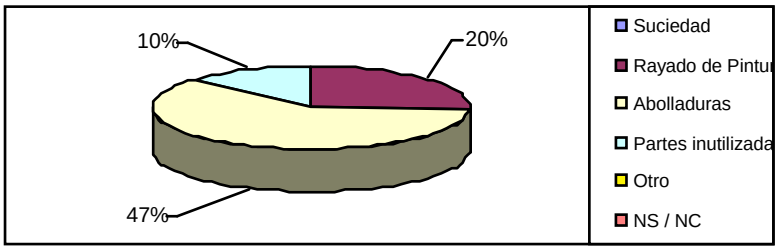
Mercadería	67%	20
Artículos personales	0%	0
Parte del quiosco	0%	0
Dinero	0%	0
Todas	10%	3
NS / NC	0%	0
		23



Los robos se concentran en mercadería (67%) principalmente artículos de mayor valor, como tarjetas de teléfono, cigarrillos y revistas por encontrarse más accesibles. Esto explica por qué algunos suplementeros declararon llevarse a su casa día a día la mercadería de mayor valor (pregunta 29).

39.- ¿Qué daños ha sufrido su quiosco producto de robos?

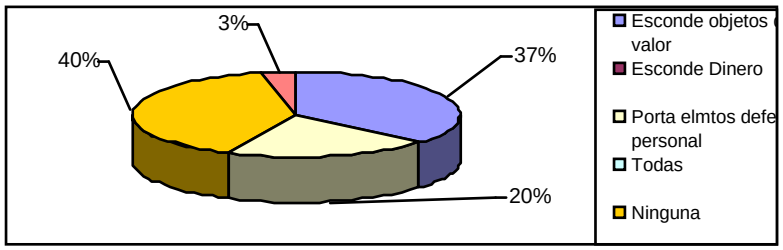
Suciedad	0%	0
Rayado de Pintura	20%	6
Abolladuras	47%	14
Partes inutilizadas	10%	3
Otro	0%	0
NS / NC	0%	0
		23



Un 47% declaró que su quiosco sufrió abolladuras producto de robos, o intento de robo. Otros afirmaron que "me sacaron la puerta, "quebraron vidrios, descerrajaron tapas", "rompieron puerta y estructura del quiosco", etc., todos daños mayores.

40.- ¿Qué medidas de seguridad toma durante su permanencia en el quiosco?

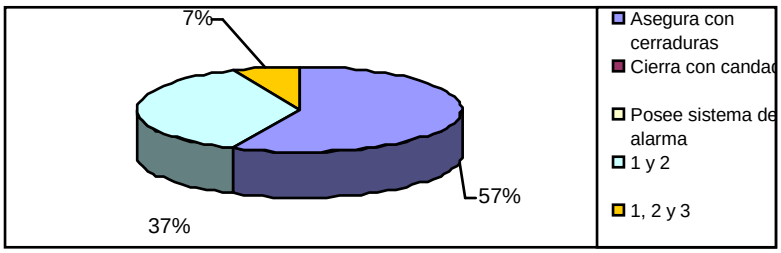
Esconde objetos de valor	37%	11
Esconde Dinero	0%	0
Porta elementos defensa personal	20%	6
Todas	0%	0
Ninguna	40%	12
NS / NC	3%	1
		30



Sorprende comprobar que un alto porcentaje (40%) no toma absolutamente ninguna medida de seguridad mientras trabaja. Un 37% declara solo esconder objetos de mayor valor y un 20% dice portar un elemento de defensa personal (mazo de madera, fierro). Muchos se quejan de que por parte del estado no cuentan con seguridad, ni siquiera con la vigilancia de carabineros. Extendido es el uso de espejos para observar a los transeúntes desde el interior.

41.- ¿Qué medidas de seguridad toma durante su ausencia?

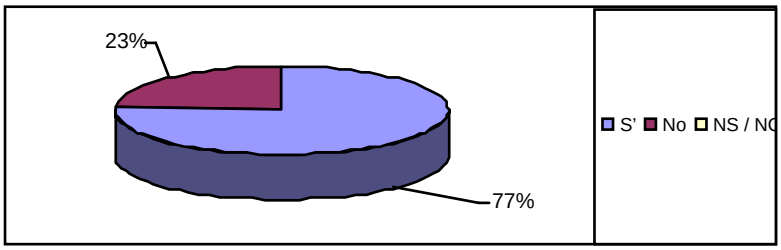
Asegura con cerraduras	57%	17
Cierra con candados	0%	0
Posee sistema de alarma	0%	0
1 y 2	37%	11
1, 2 y 3	7%	2
NS / NC	0%	0
		30



La mayoría (57%) solo asegura con cerraduras su quiosco. Un 37% pone también candados. Otras medidas son utilizar cadenas y barras aseguradas con pernos para proteger las tapas.

42.- ¿Cree que los productos quedan bien resguardados al interior del quiosco?

Sí	77%	23
No	23%	7
NS / NC	0%	0
		30



A pesar de quejarse de la seguridad (pregunta 40), la mayoría (77%) afirma confiar en que los productos quedan bien resguardados en su ausencia.

CONCLUSIONES PRELIMINARES ASPECTOS DE SEGURIDAD

1.- A pesar de que un alto porcentaje declara haber sufrido robo, estos se producen de manera esporádica, dada la ubicación céntrica de los quioscos analizados. (Pedro Montt, Calle Valparaíso, Arlegui)

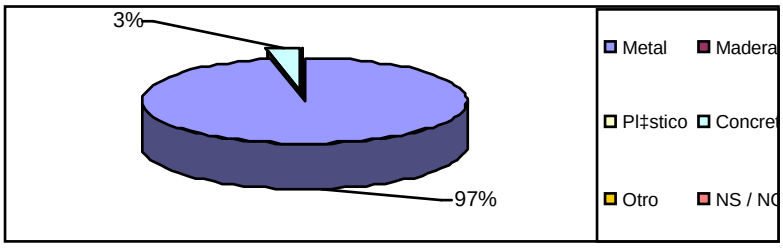
2.-Los daños sufridos por el quiosco producto de robos son mayores que los sufridos por las condiciones climatológicas.

3.- Las medidas de seguridad tomadas por los suplementeros son nulas y/o deficientes.

ASPECTOS ESTRUCTURALES

43.- ¿De qué materialidad está compuesto mayormente el quiosco?

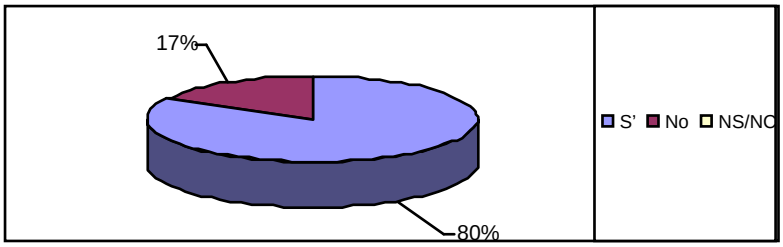
Metal	97%	29
Madera	0%	0
Plástico	0%	0
Concreto	3%	1
Otro	0%	0
NS / NC	0%	0
		30



Casi la totalidad de los quioscos analizados se componen mayormente de metal (97%) afianzado en una base de cemento. Solo se encontró uno elaborado de concreto.

44.- ¿Considera que su quiosco tiene una estructura resistente?

Sí	80%	24
No	17%	5
NS/NC	0%	1



La gran mayoría (80%) concuerda en que su quiosco tiene una estructura resistente pues muchos tienen más de 20 años como se indica en la pregunta 1. Solo se quejan de la corrosión del material.

CONCLUSIONES PRELIMINARES ASPECTOS ESTRUCTURALES

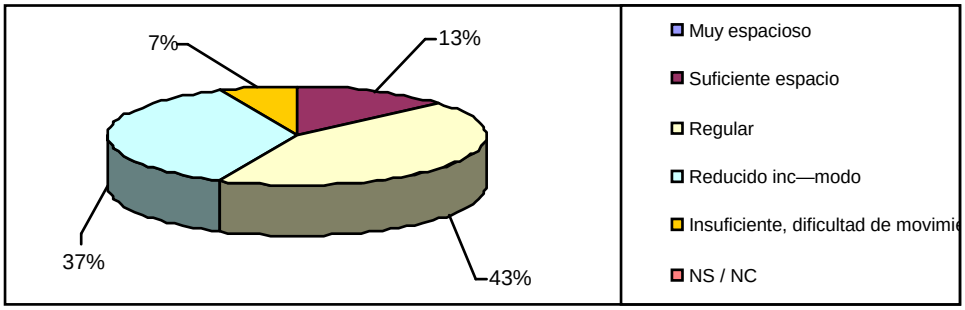
1.- El material utilizado tiene directa relación con la durabilidad esperada de este.

2.- Un punto positivo del quiosco valorado por los usuarios es su resistencia.

ASPECTOS ESPACIALES

45.- ¿Cómo calificaría el espacio de circulación?

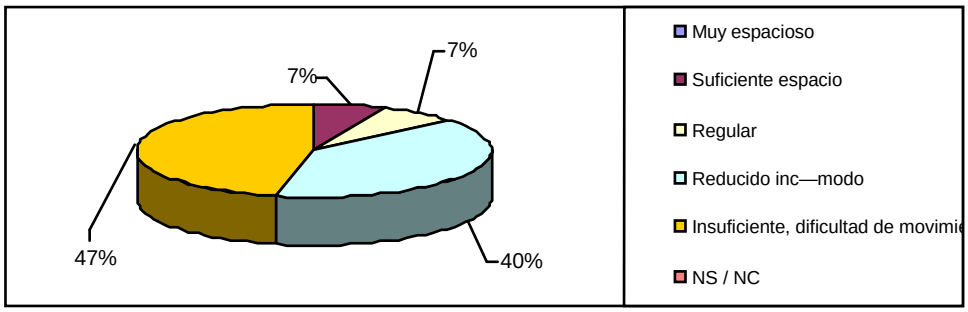
Muy espacioso	0%	0
Suficiente espacio	13%	4
Regular	43%	13
Reducido incómodo	37%	11
Insuficiente, dificultad de movimiento	7%	2
NS / NC	0%	0
		30



Se observa una tendencia hacia las alternativas "regular" y "reducido incómodo", las que concentran el 80% de las preferencias. Sólo un 13% considera que el espacio para circular es suficiente manifestando que se han acostumbrado a lo reducido del espacio.

46.- ¿Cómo calificaría el espacio interior?

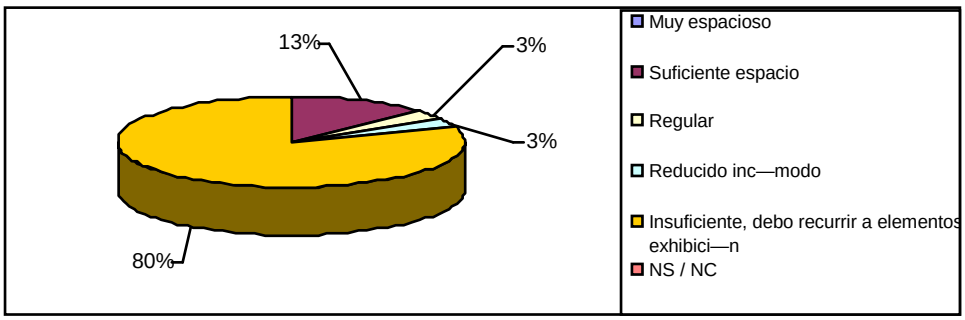
Muy espacioso	0%	0
Suficiente espacio	7%	2
Regular	7%	2
Reducido incómodo	40%	12
Insuficiente, dificultad de movimiento	47%	14
NS / NC	0%	0
		30



Un 87% califica de manera negativa el espacio interior del quiosco ya sea como "reducido incómodo", o como "insuficiente, dificultad de movimiento".

47.- ¿Cómo calificaría el espacio de exhibición de diarios y revistas?

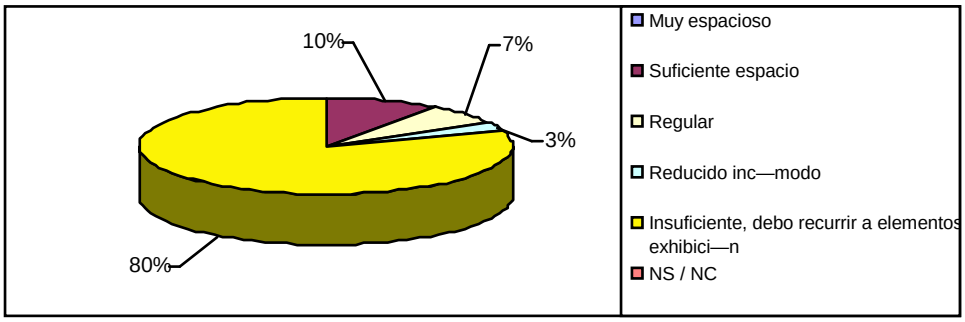
Muy espacioso	0%	0
Suficiente espacio	13%	4
Regular	3%	1
Reducido incómodo	3%	1
Insuficiente, debo recurrir a elementos anexos de exhibición	80%	24
NS / NC	0%	0
		30



En esta pregunta la respuesta es categórica, un 80 % califica como insuficiente el espacio para exponer diarios y revistas a pesar de que los quioscos fueron diseñados para ello, señalando que deben recurrir a otros elementos para exponer adecuadamente todos su productos.

48.- ¿Cómo calificaría el espacio para contener y exhibir otros productos?

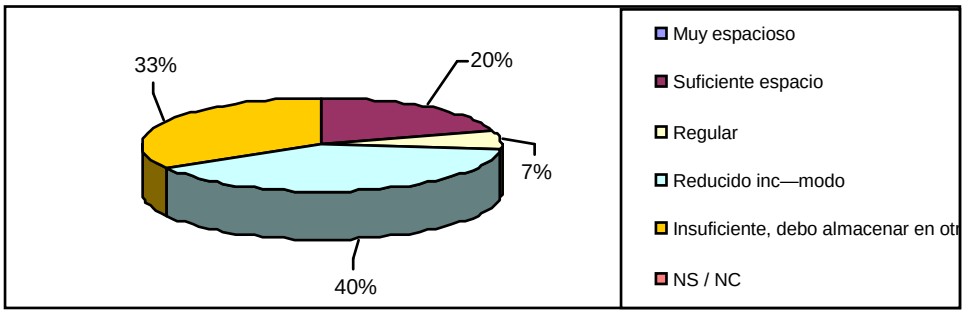
Muy espacioso	0%	0
Suficiente espacio	10%	3
Regular	7%	2
Reducido incómodo	3%	1
Insuficiente, debo recurrir a elementos anexos de exhibición	80%	24
NS / NC	0%	0
		30



Al igual que la pregunta anterior, no queda duda que el espacio para exponer productos es insuficiente, tal como lo manifiesta el 80% de los encuestados, debiendo recurrir a exhibidores anexos, tales como vitrinas, repisas fabricadas por ellos mismos, etc.

49.- ¿Cómo calificaría el espacio para guardar y almacenar mercaderías?

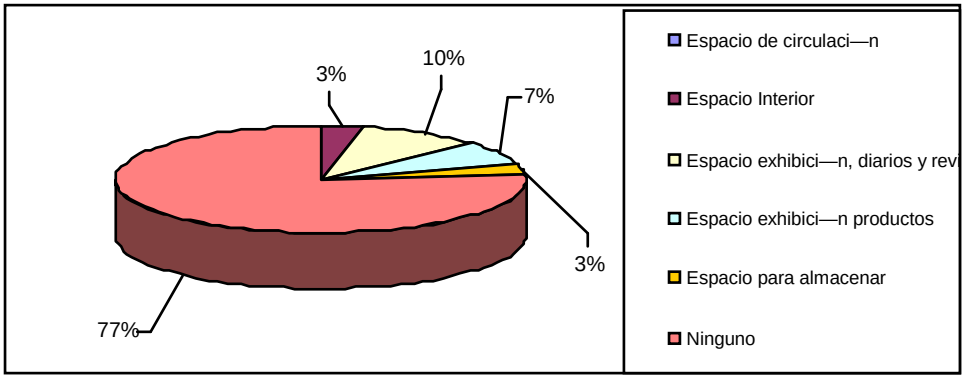
Muy espacioso	0%	0
Suficiente espacio	20%	6
Regular	7%	2
Reducido incómodo	40%	12
Insuficiente, debo almacenar en otro lugar	33%	10
NS / NC	0%	0
		30



La tendencia se inclina hacia las opciones "reducido incómodo" e "insuficiente", debiendo almacenar parte de la mercadería en otro lugar, preferentemente el propio hogar como se menciona en la pregunta 29. Es importante mencionar que muchos encuestados señalaron que se han adecuado a la capacidad del quiosco, comprando de pocas cantidades.

50.- De los espacios mencionados, ¿cuál según su punto de vista es el que le resulta más adecuado?

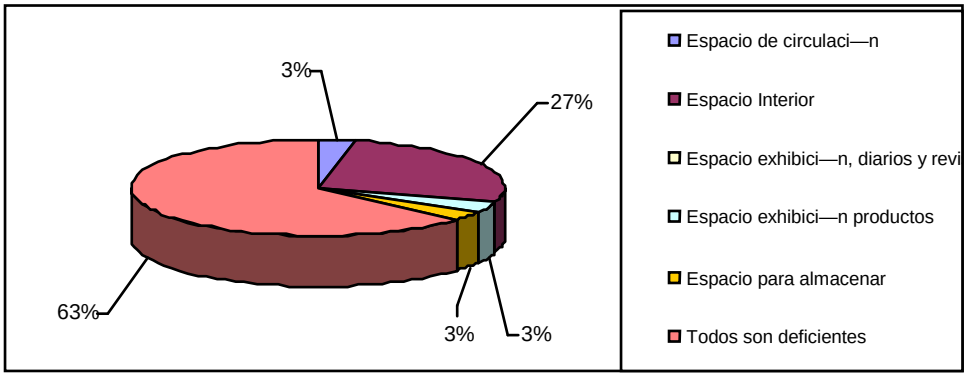
Espacio de circulación	0%	0
Espacio Interior	3%	1
Espacio exhibición, diarios y revistas	10%	3
Espacio exhibición productos	7%	2
Espacio para almacenar	3%	1
Ninguno	77%	23
		30



La gran mayoría (70%) afirma que ninguno de los espacios del quiosco le parecen adecuados.

51.- De los espacios mencionados, ¿cuál según su punto de vista es el que le resulta menos adecuado?

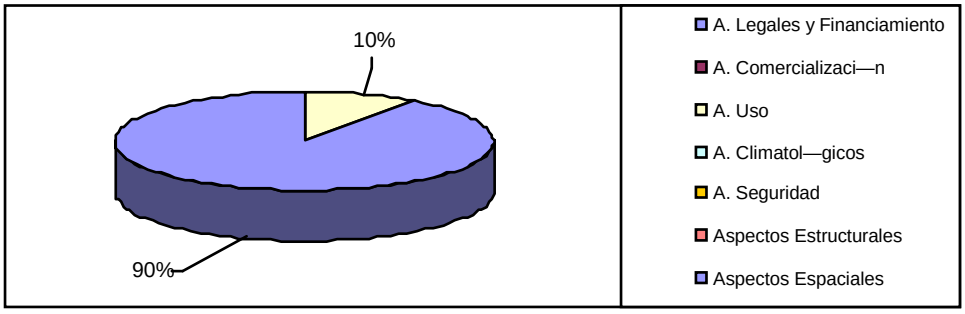
Espacio de circulación	3%	1
Espacio Interior	27%	8
Espacio exhibición, diarios y revistas	0%	0
Espacio exhibición productos	3%	1
Espacio para almacenar	3%	1
Todos son deficientes	63%	19
		30



En consecuencia con la pregunta anterior, un altísimo porcentaje (63%) declara que todos los espacios son deficientes, debiendo incorporar esta alternativa en la encuesta.

52.- Finalmente ¿si pudiera cambiar algo a su quiosco, qué le cambiaría?

A. Legales y Financiamiento	0%	0
A. Comercialización	0%	0
A. Uso	10%	3
A. Climatológicos	0%	0
A. Seguridad	0%	0
Aspectos Estructurales	0%	0
Aspectos Espaciales	90%	**27**
		30



No hay duda de que los aspectos espaciales no han sido resueltos eficientemente pues un 90% de los encuestados manifiesta que si pudiera cambiarle algo, lo primero que haría sería "agrandarlo" , "que fuera más grande para que cupieran 2 personas", "de forma cuadrada para no perder espacio en las esquinas", "más grande para almacenar" "que tuviera una extensión en el techo". Ante la pregunta ¿cuánto lo agrandaría?,la respuesta recurrente es un 50% más. Mientras que un 10% menciona aspectos de comercialización como por ejemplo "que se exhiban mejor las cosas"

CONCLUSIONES PRELIMINARES ASPECTOS ESPACIALES

1.- No queda duda de que según la percepción de los propios suplementeros el aspecto peor resuelto corresponde al aspecto espacial. De los 5 espacios identificados, 3 son calificados como insuficientes y 2 como reducido incómodo.

2.- Los espacios peor evaluados son los de exhibición tanto de productos como de diarios y revistas.

3.- En general, el hombre se ha adaptado al espacio, y no el espacio al hombre.

RELACIONES ENTRE FAMILIAS DE PREGUNTAS

ASPECTOS LEGALES Y FUNCIONAMIENTO

	Muy bueno	Bueno	Regular	Malo	Muy Malo
1.- Permanencia en la labor	40 años	30 a 40 años	20a 30 años	10 a 20 años	1 a 10 años
2.- Proceso regular de obtención	80%-100%	60%-80%	40%-60%	20% a 40%	0 -20%
3.- Ayuda para financiamiento.	80%-100%	60%-80%	40%-60%	20% a 40%	0 -20%
4.- Costo mantención.	- de $10.000	10.000 - 20.000	20.000 - 30.000	30.000 - 40.000	+ de 40.000
5.- Nivel de capacitación	80%-100%	60%-80%	40%-60%	20% a 40%	0 -20%
6.- Pertenencia a sindicato	80%-100%	60%-80%	40%-60%	20% a 40%	0 -20%
Promedio Total A. Legales y Fin.			3		

ASPECTOS DE COMERCIALIZACIÓN

	Muy bueno	Bueno	Regular	Malo	Muy Malo
1.- Cumplimiento productos	80%-100%	60%-80%	40%-60%	20% a 40%	0 -20%
2.- Cumplimiento carga semanal	80%-100%	60%-80%	40%-60%	20% a 40%	0 -20%
3.- Carga diaria	4 - 6 hrs	6 - 8 hrs	8 - 10 hrs	10 - 12 hrs	12 o más
4.- Nivel de ventas último año	Notorio aumento	Escaso aumento	Se han mantenido	Escasa disminución	Notoria disminución
5.- Autosuficiencia quiosco	80%-100%	60%-80%	40%-60%	20% a 40%	0 -20%
Promedio Total A.			3		

ASPECTOS DE USO

	Muy bueno	Bueno	Regular	Malo	Muy Malo
1.- Rutina laboral eficiente	2 pasos	3 pasos	4 pasos	5 pasos	6 pasos
2.- Optimización tiempos	10 - 20 min	20 - 30 min	30 - 40 min	40 - 60 min	60 o más
3.- Integración de principios	Muy alta	Alta	Media	Baja	Muy baja
4.- Diseño quiosco ajustado a uso	Muy alta	Alta	Media	Baja	Muy baja
Promedio Total A. de Uso			5		

ASPECTOS CLIMATOLÓGICOS

	Muy bueno	Bueno	Regular	Malo	Muy Malo
1.- Desempeño ante lluvias	Muy bueno	Bueno	Regular	Malo	Muy malo
2.- Desempeño ante viento	Muy bueno	Bueno	Regular	Malo	Muy malo
2.- Desempeño ante bajas	Muy bueno	Bueno	Regular	Malo	Muy malo
3.- Desempeño ante altas	Muy bueno	Bueno	Regular	Malo	Muy malo
5.- Desempeño ante polvo	Muy bueno	Bueno	Regular	Malo	Muy malo
6.-Nivel de daños	Muy baja	Baja	Media	Alta	Muy alta
Promedio Total A. Climatológicos			3		

ASPECTOS DE SEGURIDAD

	Muy bueno	Bueno	Regular	Malo	Muy Malo
1.- Frecuencia robos	Muy baja	Baja	Media	Alta	Muy alta
2.- Daños por robos	Muy bajos	Bajos	Medio	Altos	Muy altos
2.- Medidas de seguridad	Muy altas	Altas	Medias	Bajas	Muy Bajas
3.- Sensación de seguridad	Muy alta	Alta	Media	Baja	Muy baja
Promedio Total A. Seguridad			4		

ASPECTOS ESTRUCTURALES

	Muy bueno	Bueno	Regular	Malo	Muy Malo
1.- Durabilidad material	Muy alta	Alta	Media	Baja	Muy baja
2.- Resistencia material	Muy alta	Alta	Media	Baja	Muy baja
Promedio Total A. Estructurales			2		

ASPECTOS ESPACIALES

	Muy bueno	Bueno	Regular	Malo	Muy Malo
1.- Espacio de circulación	Muy espacioso	Suficiente	Regular	Reducido	Insuficiente
2.- Espacio Interior	Muy espacioso	Suficiente	Regular	Reducido	Insuficiente
2.- Espacio exhibición art. lectura	Muy espacioso	Suficiente	Regular	Reducido	Insuficiente
3.- Espacio exhibición otros	Muy espacioso	Suficiente	Regular	Reducido	Insuficiente
5.- Espacio de almacenamiento	Muy espacioso	Suficiente	Regular	Reducido	Insuficiente
Promedio Total A. Espaciales			4		

Aspectos Analizados	Evaluación
Aspectos Legales/Funcionamiento	3 / Regular / A
Aspectos de Comercialización	3 / Regular / A
Aspectos de Uso	5 / Muy Malo /
Aspectos Climatológicos	3 / Regular / A
Aspectos de Seguridad	4 / Malo / Casi
Aspectos Estructurales	2 / Bueno / Casi
Aspectos Espaciales	4 / Malo / Casi
Promedio	3 / Regular / A veces

Muy Malo / Nunca	5
Malo / Casi Nunca	4
Regular / A veces	3
Bueno / Casi Siempre	2
Muy Bueno / Siempre	1

Como se puede ver en la tabla de evaluación cualitativa de la encuesta, los resultados, en general, indican un resultado regular, lo que confirma lo observado. Los aspectos peor evaluados son los de uso, seguridad y los aspectos espaciales.

3.-ORDENANZA PARA EL OTORGAMIENTO DE PERMISOS EN LA VÍA PÚBLICA RESPECTO DE QUIOSCOS Y CARROS MÓVILES.

ADMINISTRATIVO

Decreto Nº 3660 /

VALPARAISO, 28 JUN 1990

VISTOS: La Providencia D.A.O. Nº 3955 de fecha 7 de Mayo de 1990; el Acuerdo del Codeco Nº 60 de fecha 23 de Mayo de 1990; la Resolución Nº 1050 de la Contraloría General de la República de 1980; la Ley Nº 18.695; el Decreto Supremo Nº 223 de 1990; y, en mi calidad de Alcalde de Valparaíso,

D E C R E T 0 :

ORDENANZA PARA EL OTORGAMIENTO DE PERMISOS EN VIA PUBLICA RESPECTO DE KIOSCOS Y CARROS MOVILES.

DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 1º: La instalación Y funcionamiento de kioscos y carros móviles estacionados en la vía pública, para el ejercicio de actividades comerciales, se regirán por las disposiciones de la presente Ordenanza.

Artículo 2º: Para los efectos de la presente Ordenanza, se entenderá por :

a) Kioscos : Cabinas de material ligero o provisorio y desarmables, en cuyo interior pueda permanecer una persona, con el fin de desarrollar a respectiva actividad comercial.

b) Carros móviles : Medio de transporte sobre ruedas, propulsado por tracción humana o mecánica, desde el cual o en cuyo interior se realicen actividades comerciales.

c) Vía pública: Las calles, Plazas y demás bienes nacionales de uso público.

d) Permisionario: La persona que obtenga de la Municipalidad autorización para ocupar vía pública con el fin de instalar y explotar comercialmente un kiosco o carro móvil.

Artículo 3º Para ejercer el comercio estacionado en la vía pública, en kioscos o carros móviles , será necesario que el interesado, previamente, acredite el cumplimiento de los requisitos que establece esta Ordenanza y haya obtenido y cancelado el permiso de ocupación de vía pública y la patente y/o derechos correspondientes.

Artículo 4º Los permisos de ocupación que otorgue la Municipalidad para los objetos indicados en esta Ordenanza, serán esencialmente precarios y en consecuencia, ellos podrán ser modificados o dejados sin efecto en cualquier momento, sin derecho a indemnización.

CARACTERISTICAS Y EMPLAZAMIENTO DE LOS KIOSCOS 0 CARROS MOVILES Y GIROS COMERCIALES QUE PODRAN DESARROLLARSE

Artículo 5º: Los kioscos no podrán tener una dimensión superior a 0,80 metros de ancho, por 2,00 metros de largo y 2,50 metros de alto y su modelo o diseño y especificaciones técnicas serán los que determine la Municipalidad.
Esta última podrá exigir, discrecionalmente, que los kioscos en que se ejerza una misma actividad comercial o que se emplacen en determinados lugares de la ciudad o que se encuentren en otra situación diversa, se sujeten a un modelo o diseño y a especificaciones técnicas uniformes o similares.

Artículo 6º: Los kioscos podrán ser dotados de luz eléctrica, a costa del interesado, siempre que este último cumpla los requisitos y obtenga la autorización respectiva del organismo o empresa distribuidora de energía eléctrica correspondiente.

Artículo 7º: En los kioscos sólo se podrá expender diarios; revistas; cigarrillos y artículos afines directamente relacionados con los anteriores; boletos de loterías o sorteos legalmente autorizados y confites envasados.

Sin perjuicio de lo anterior, en los kioscos ubicados en cerros y subidas de cerros de la ciudad, se podrá, además, vender menestras, artesanías y productos de consumo básico u ordinario y prestar servicios de reparación de bienes de escaso valor e importancia.

Artículo 8º: Los carros móviles tendrán el diseño o modelo y las características técnicas que determine la Municipalidad, la que podrá exigir condiciones uniformes para todos o algunos de ellos o autorizar el uso de carros de características especiales.

Artículo 9º: En los carros móviles podrán venderse confites envasados y dulces; maní; cereales inflados y similares; barquillos y helados envasados.

Artículo 10: La Municipalidad podrá, en casos calificados, autorizar el expendio de productos o artículos distintos a los establecidos en los artículos 7º y 9º en las condiciones que ella determine.

Artículo 11º: Sin perjuicio de las demás prohibiciones y restricciones contenidas en esta Ordenanza y en las disposiciones legales y reglamentarias, los kioscos no podrán emplazarse a menos de veinte metros de las esquinas.

Asimismo, los kioscos y carros móviles, no podrán situarse a menos de 50 metros de otro kiosco o carro, respectivamente, o del acceso a edificios públicos, tales como hospitales, establecimientos de educación y templos.

No obstante lo anterior, la Municipalidad podrá aumentar dichas distancias, "cuando las circunstancias lo requieran. .

REQUISITOS PARA EL OTORGAMIENTO DEL PERMISO DE OCUPACION DE VIA PUBLICA Y TRAMITACION DE LA SOLICITUD.

Artículo 12: Para obtener el correspondiente Permiso de ocupación de vía pública, los interesados deberán reunir los siguientes requisitos

a) Tener a lo menos 18 años de edad.
b) No haber sido condenado por delito merezca pena aflictiva.
c) No encontrarse en posesión de otro Permiso municipal de ocupación de bien nacional de uso público, cuyo objeto sea el ejercicio de actividades idénticas 0 similares a las previstas en esta Ordenanza.
d) No haber sido titular de un permiso municipal anterior, que haya sido revocado o dejado sin efecto por incumplimiento grave de las obligaciones del permisionario, tales como el no pago de los tributos y derechos municipales; expendio de artículos 0 productos no autorizados u otras que calificará privativamente el Municipio.
e) No poseer patente municipal de comerciante.

Artículo 13 Las Personas interesadas en obtener el respectivo permiso, deberán Presentar una solicitud ante el Director de Rentas, Patentes y Mercados, en las que señalarán los siguientes antecedentes :

a) Su individualización, incluyendo nombres y apellidos, cédula de identidad y domicilio.
b) Motivos que fundamentan su petición.
c) Artículos o productos precisos que expenderá
d) Si la actividad se desarrollará en un kiosco o carro móvil y el lugar en que se emplazará.

Junto con la solicitud, deberá acompañarse los siguientes documentos ;

a) Fotocopia de la cédula de identidad.
b) Certificado de antecedentes en que conste no registrarse condena por delito que merezca pena aflictiva.

Artículo 14º Recibida la solicitud , la Dirección de Rentas, Patentes y Mercados verificará que ella cumpla las exigencias descritas en el artículo precedente y los requisitos previstos en las letras c), d) y e) del artículo 12.

Artículo 15º Con el informe favorable de la citada Dirección , ésta remitirá directamente los antecedentes a la Dirección de Obras para que emita pronunciamiento sobre la aptitud del emplazamiento y el de las características y díselo del kiosco o carro móvil propuestos; y posteriormente a la Dirección de Tránsito, para que informe la incidencia que su instalación tendría en el tránsito vehicular y/o peatonal del sector y el cumplimiento de lo establecido en el artículo 11.

La Dirección de Obras confeccionará el modelo, planos y especificaciones definitivas que deberá reunir dicho kiosco o carro.

c) Autorización sanitaria, cuando se trate del expendio de artículos o productos que requieran contar con la aprobación previa de la autoridad de salud.

d) Croquis del lugar en que se instalará el kiosco o carro móvil.

e) Fotografía o bosquejo, según los casos, del kiosco o carro móvil que se pretende instalar> con indicación de sus medidas y características generales.

Artículo 16 Los informes evacuados por las Direcciones Municipales a que se refiere el artículo anterior, deberán ser analizados por la Dirección del Área Operativa, Si ésta los aprueba, los remitirá al Alcalde para su resolución quien, si también decide acceder a la solicitud, requerirá el respectivo acuerdo del Consejo de Desarrollo Comunal.

Artículo 17 Una vez autorizado el permiso requerido, la Dirección del Área Operativa dictará el Decreto Alcaldicio que lo conceda y la Dirección de Rentas, Patentes y Mercados calculará y girará los derechos por ocupación de vía pública y los tributos municipales que procedan en conformidad a las disposiciones respectivas.

En ningún caso el interesado podrá instalar el kiosco o carro móvil, sin haber cancelado, previamente, los derechos y tributos municipales girados de acuerdo a lo señalado en el inciso precedente.

De igual forma, la instalación de los kioscos y carros deberá ser inspeccionada y autorizada por la Dirección de Obras, antes de que entre en funcionamiento, debiendo la citada Dirección verificar que se hayan observado las condiciones de emplazamiento, diseño y características aprobadas por el Municipio, según corresponda.

OBLIGACIONES Y PROHIBICIONES DE LOS PERMISIONARIOS

Artículo 18 Las personas que obtengan un permiso de ocupación de vía pública para los efectos previstos en esta Ordenanza, quedarán sujetos al cumplimiento de las siguientes obligaciones

a) Ejercer personalmente la actividad comercial autorizada. Para verificar el cumplimiento de esta obligación, los permisionarios deberán, en todo momento, estar en posesión y exhibir cuando les sea requerido por la autoridad, su cédula de identidad; el permiso de ocupación y la patente municipal al día, y la autorización sanitaria vigente, cuando ésta sea procedente
b) Tratándose de kioscos, mantenerlos en funcionamiento y abiertos al publico, a lo menos de Lunes a Sábado de cada semana.

Cuando por enfermedad, ausencia transitoria u otros motivos Justificados, el interesado necesitaré mantener su kiosco cerrado por más de 7 días, deberá comunicar por escrito dicha circunstancia a la Dirección de Rentas, Patentes y Mercados.

c) Observar un trato cortés y respetuoso hacia el público usuario.
d) Mantener en buen estado de conservación la estructura y pintura del respectivo kiosco y carro móvil.
e) Cancelar oportunamente los tributos y derechos municipales por la ocupación de vía pública y el ejercicio de la respectiva actividad comercial.
f) Mantener permanentemente aseado el sector adyacente al kiosco o carro móvil.
g) Cumplir estrictamente las disposiciones de la presente Ordenanza.

h) Requerir la previa autorización municipal para colocar Publicidad, de cualquier naturaleza que sea, en los kioscos y carros móviles y pagar los derechos de propaganda que en cada caso correspondan.

Artículo 19º Los permisionarios quedarán sujetos; a las siguientes prohibiciones:

a) Transferir, ceder o traspasar, a cualquier título, el permiso municipal otorgado.
b) Expender otros artículos o productos o realizar actividades comerciales distintas a las que esta Ordenanza autoriza respecto de kioscos o carros móviles o a las que, en casos calificados, permita el Municipio además de las anteriores.

c) Ocupar una mayor superficie o espacio que los autorizados para el kiosco o carro móvil.
d) Adosar, colgar, agregar o instalar en la parte exterior, del kiosco o alrededor del carro móvil, objetos, muebles, cajones o elementos destinados a exhibir mercaderías o productos o a cualquier otra finalidad; o hacer uso de árboles, postes, bancos, muros, cierros y demás elementos de infraestructura urbana, con iguales fines.
e) Botar desperdicios en la vía publica.
f) Instalar propaganda no autorizada previamente por el Municipio.
g) Alterar el diseño Y especificaciones técnicas aprobadas por el Municipio y cambiar o trasladar de ubicación el kiosco o carro móvil, sin autorización Municipal.

TERMINO DE LOS PERMISOS

Artículo 20 El respectivo permiso llegará a su término ;

a) Cuando lo disponga el Municipio.
b) Por fallecimiento del permisionario.
c) Por incumplimiento a cualquiera de las disposiciones contenidas en la presente Ordenanza.
d) En el evento que el kiosco se mantenga sin funcionar por más de 15 días, salvo que el interesado haya comunicado dicha circunstancia al Municipio y éste haya autorizado el cierre temporal del kiosco, en conformidad a lo establecido en el artículo 18, letra b).

Artículo 21° El término de permiso de ocupación de bien nacional de uso público obligará al interesado a retirar de la vía pública el kiosco o carro móvil, dentro del plazo de 10 días contados desde la notificación del decreto que así lo disponga. El incumplimiento de dicha obligación, facultará al Municipio para proceder a su inmediato retiro, incluyendo las mercaderías, especies y demás objetos que se encontraren en su interior.

Artículo 22° Las infracciones a la presente Ordenanza, serán conocidas por el respectivo Juzgado de Policía Local y sancionadas con una multa de una a tres unidades tributarias mensuales.

Junto al denuncio, se pondrán a disposición del Juzgado de Policía Local las instalaciones, mercaderías, especies Y demás elementos utilizados en la ejecución de la infracción.

Artículo 23° Inspectores Municipales y Carabineros de Chile fiscalizarán el cumplimiento de las disposiciones de la presente Ordenanza.

Artículo 24° Derógase el Decreto Alcaldicio N° 1118 de 31 de Diciembre de 1968.

Artículo transitorio : Los actuales titulares de permisos de ocupación de vía pública a que se refiere esta Ordenanza, tendrá el plazo que en cada caso indique el Municipio, para dar cumplimiento a los requisitos y obligaciones que ella establece.

REGISTRESE, anótese y comuníquese.

HERNAN PINTO MIRANDA, Alcalde de Valparaíso. OSCAR SUAREZ BIZARRO, Secretario Municipal (S).

Lo que comunico a UD. para su conocimiento y fines consiguientes.

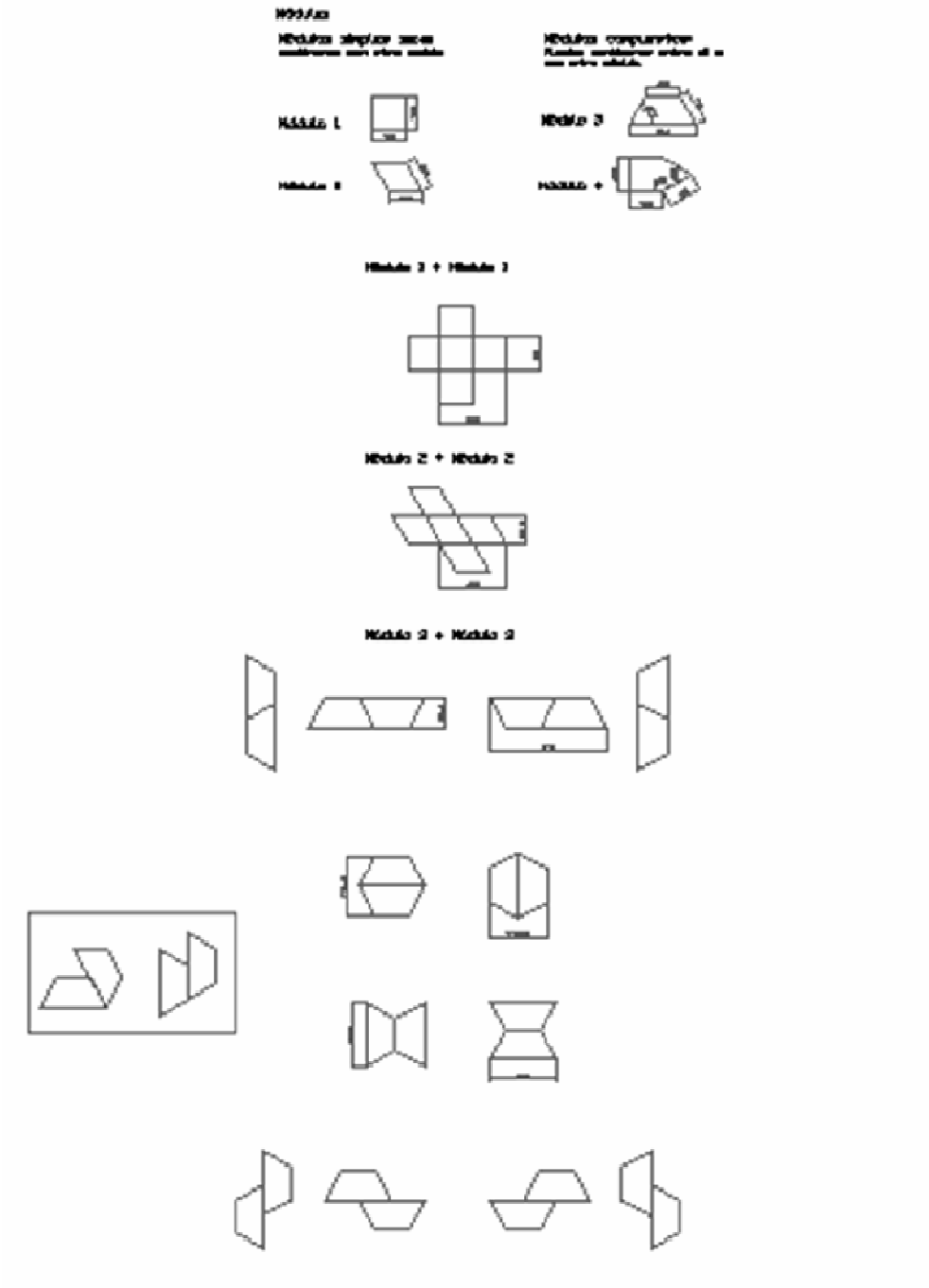
Saluda a UD.,

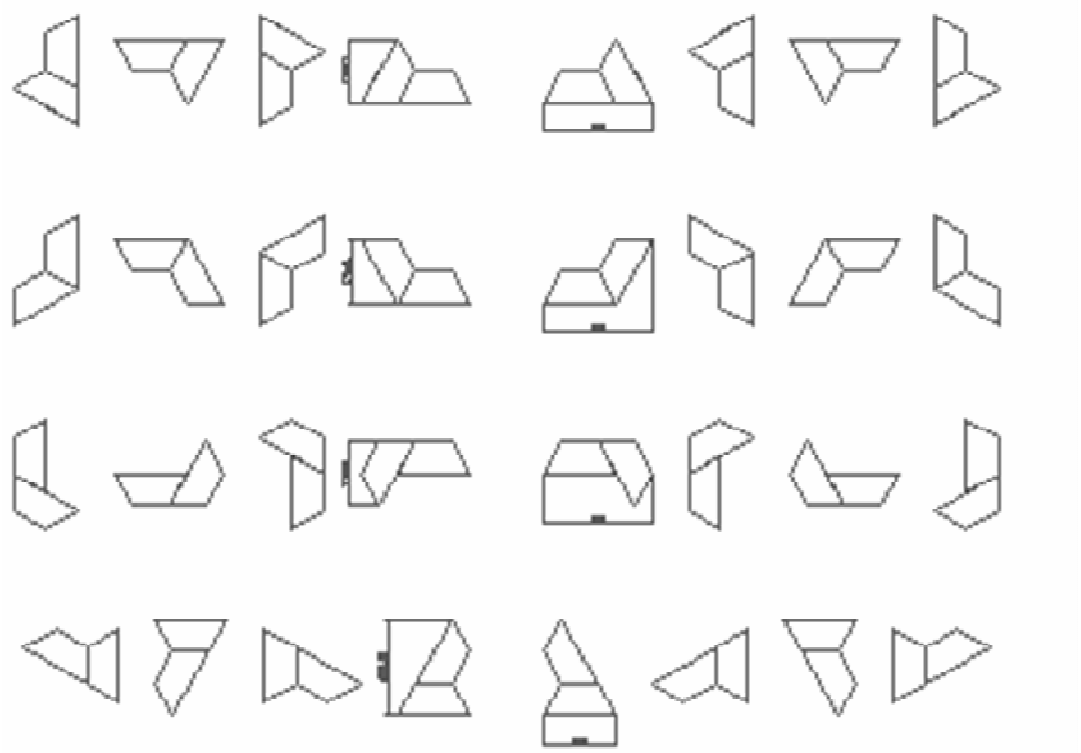
Secretario

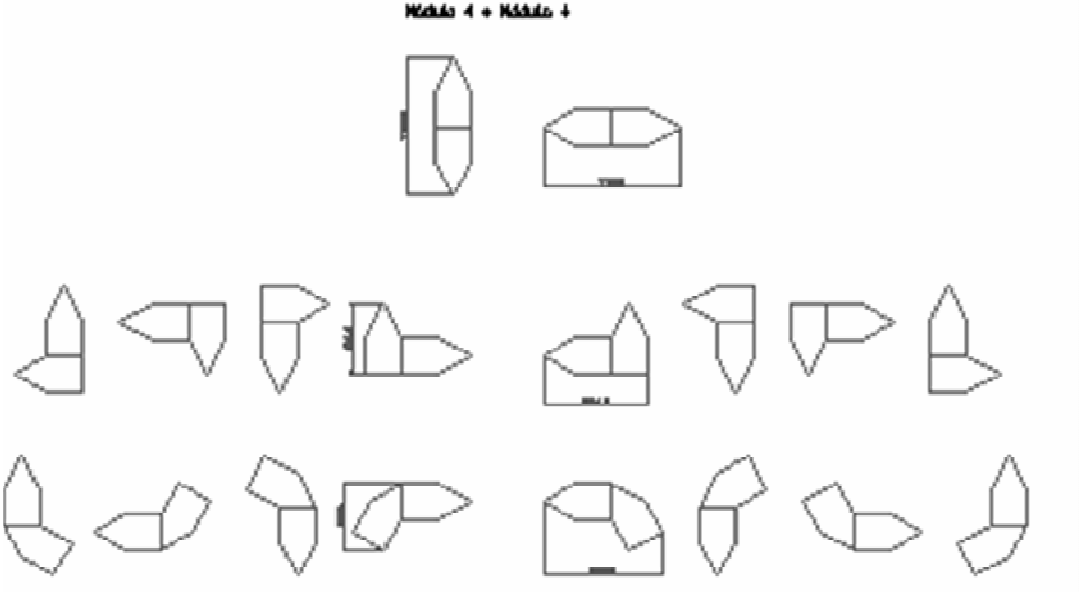
Transcrito a;
Alcaldía
Sec. Municipal
Secplac
Fiscalía Contraloría
Área Operativa
Área Adm. y Fzas.
Área Social Rentas
R-92/90

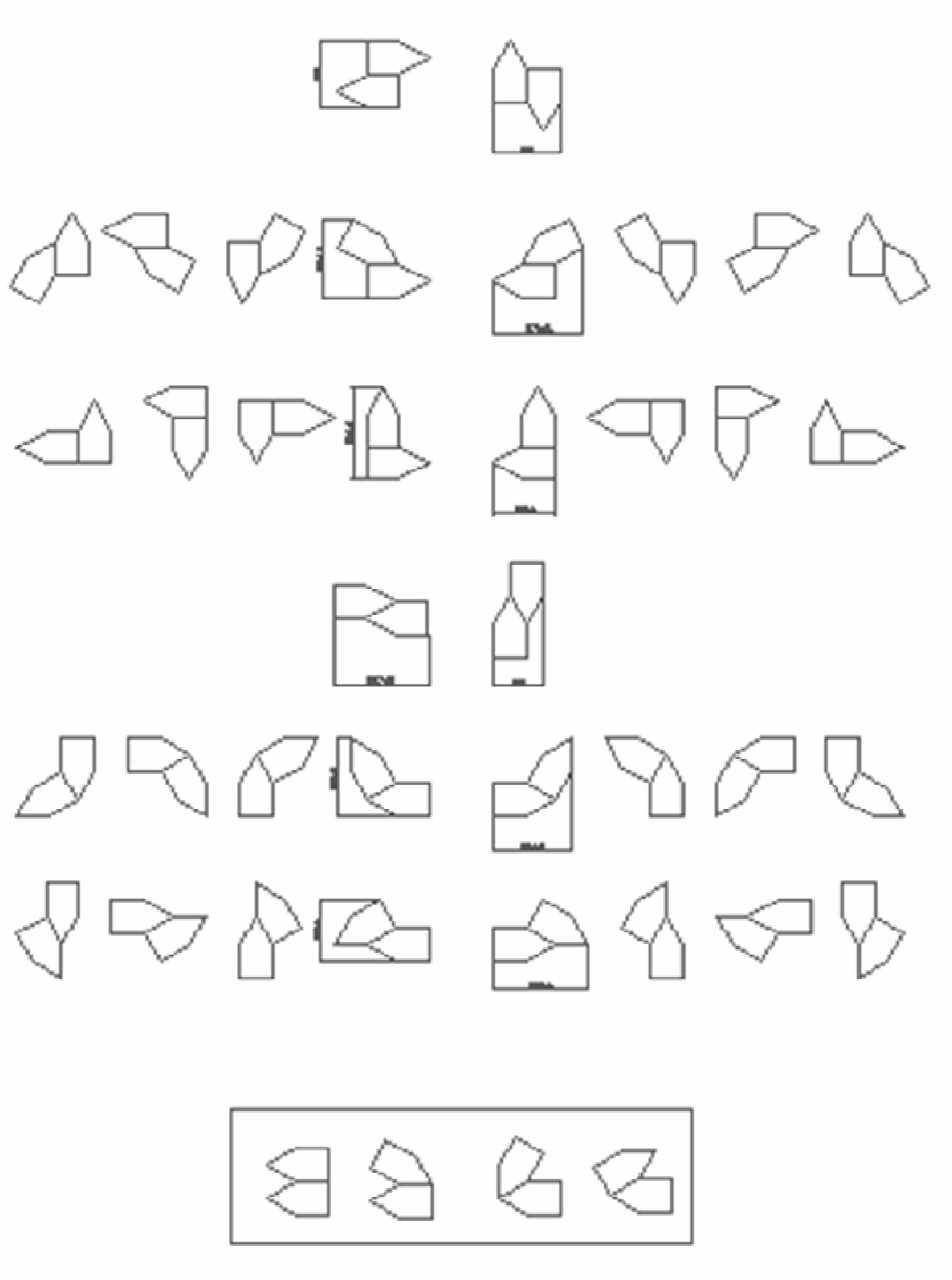
PLV/OSP/sfs.

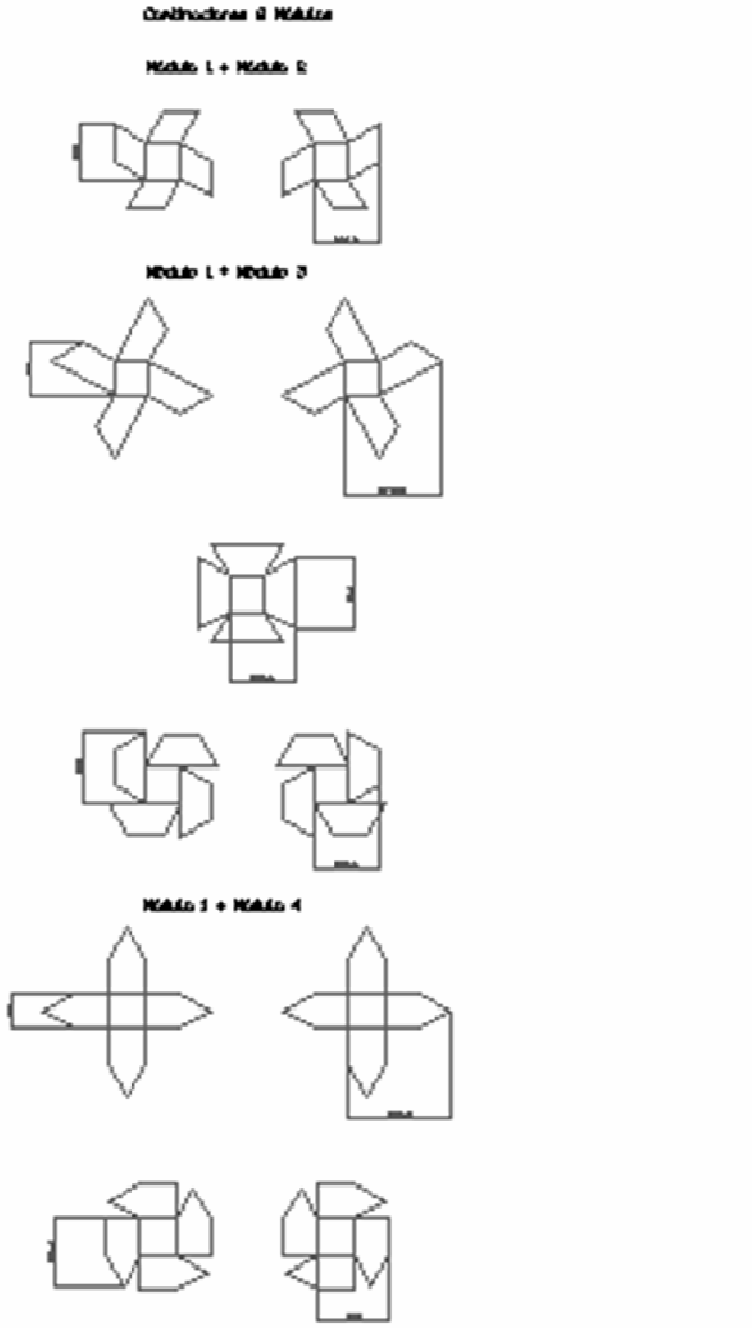
4.-COMBINACIONES DE PLANTAS MODULARES.

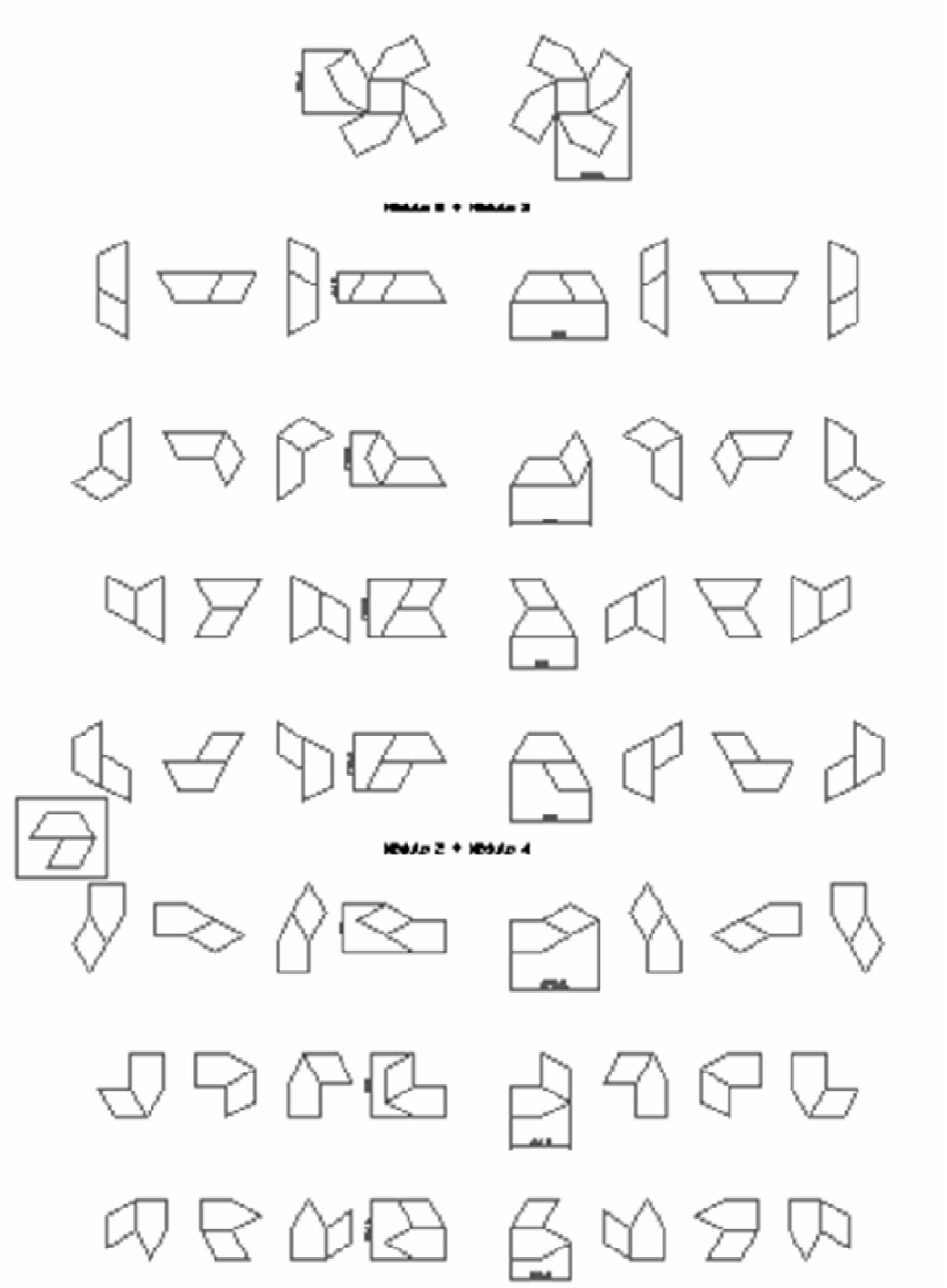


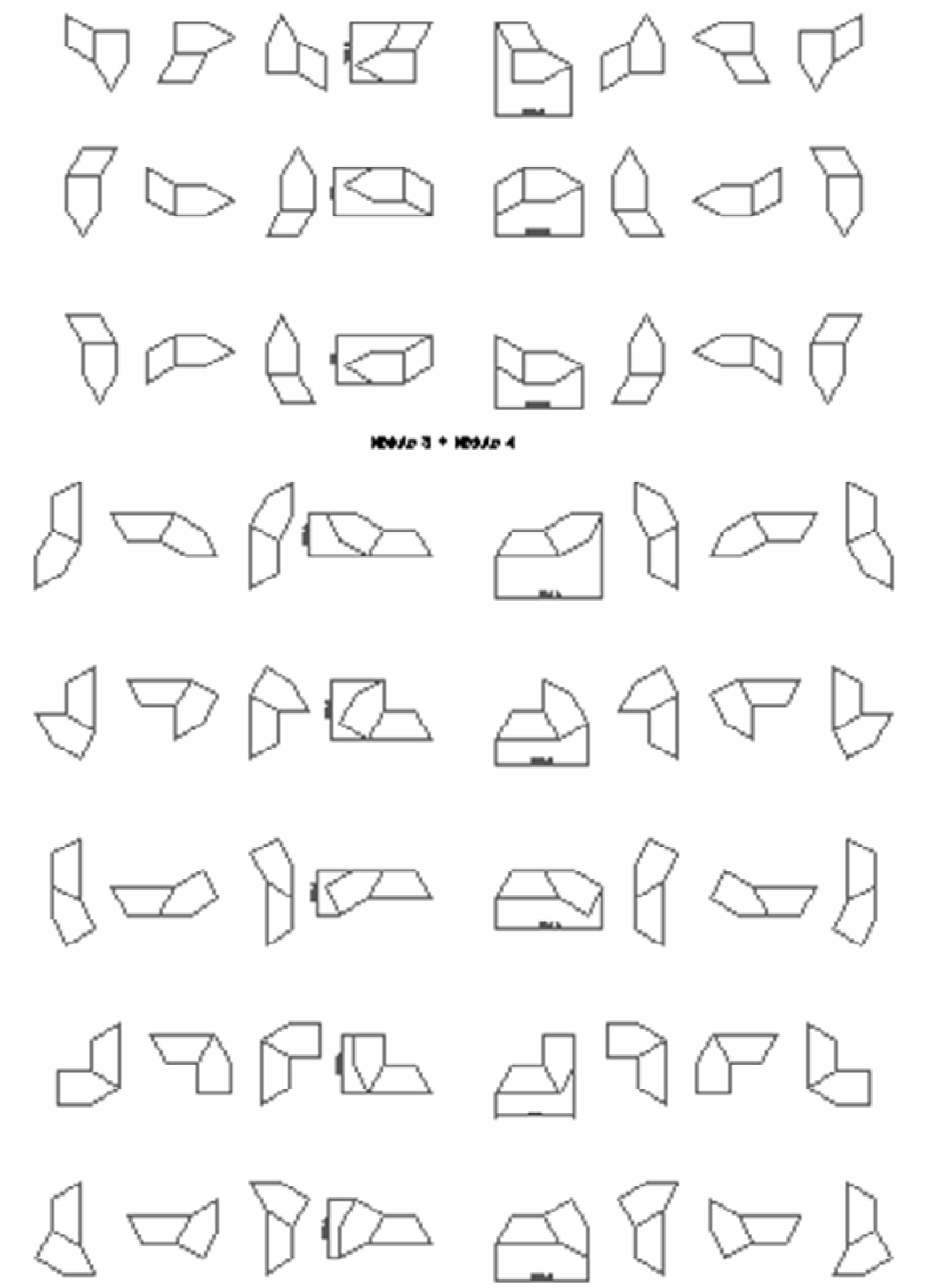


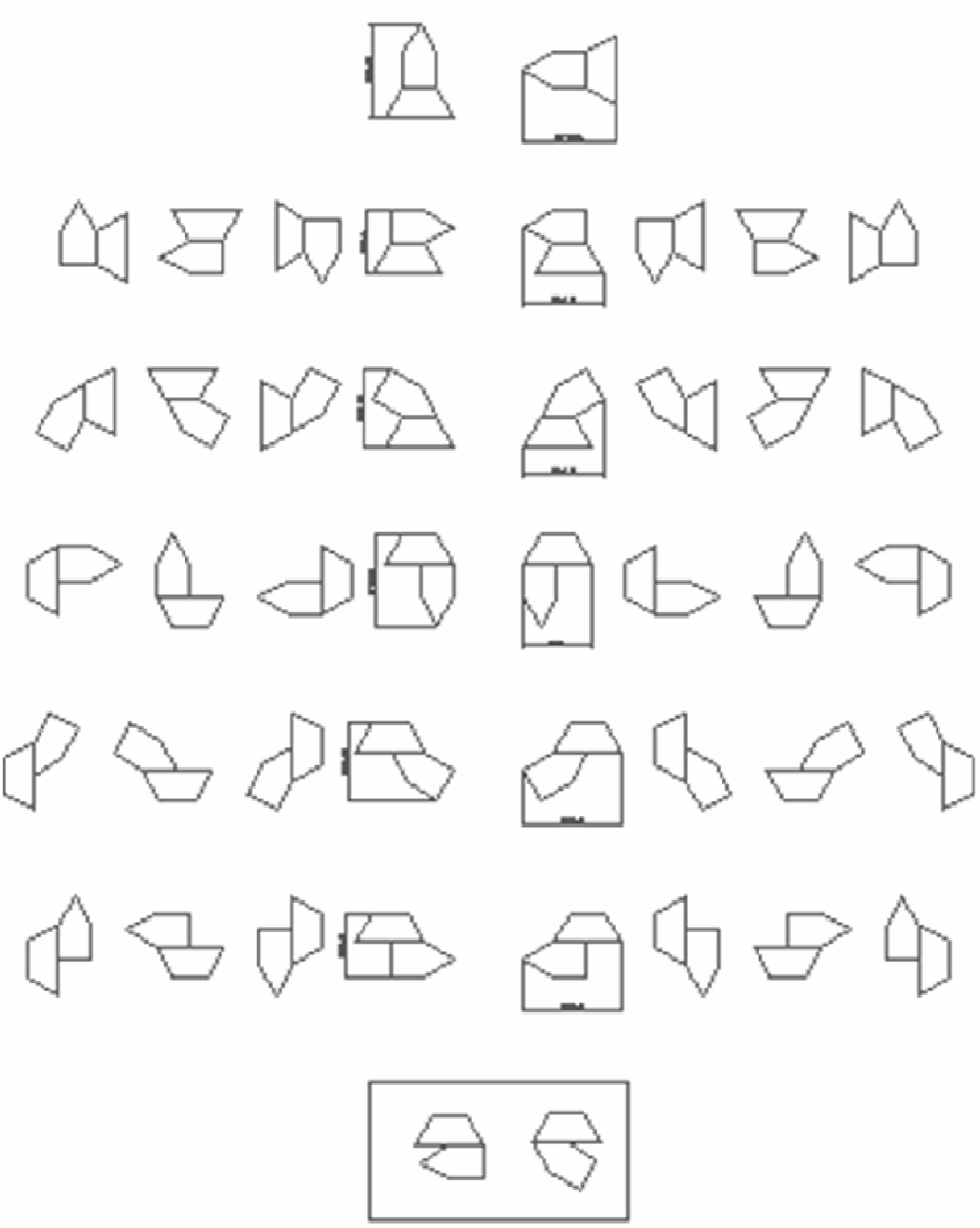












BIBLIOGRAFÍA

- "Diccionario de la lengua española", vigésima segunda edición
- "Diccionario de geografía urbana, urbanismo y ordenación del territorio", Grupo Aduar
- "Diccionario de Arquitectura y Urbanismo", Mario Camacho Cardona
- "Espacios públicos urbanos", José Martínez Sarandeses, María Agustina Herrero Molina, María Medina Muro;
- "Guía de diseño para el espacio público", Ministerio de Vivienda y Urbanismo, Chile, año 2003 Francisco Harrison Ogalde, y Bruce Swain Smith,
- "Elementos urbanos: mobiliario y microarquitectura", Josep María Serra Editorial Gustavo Gili, S.A.,1996.
- "Ordenanza para el otorgamiento de permisos en vía pública respecto de kioscos y carros móviles de la municipalidad de Valparaíso", Municipalidad de Valparaíso.
- Construmática, www.construmatica.com
- Cursos Universidad de Chile, Facultad de Arq., Urbanismo y Diseño Industrial https://www.u-cursos.cl/fau/2008/0/DIP-201/2/material_alumnos/previsualizar?id_material=3350
- Municipalidad de Valparaíso, www.municipalidaddevalparaiso.cl

A mis padres

A pesar de que las palabras se hacen pocas, no puedo dejar de dedicarles las siguientes:

Les agradezco

el amor demostrado de manera incondicional a través de la guía, apoyo y motivación

el espíritu de superación y autocrítica que inculcaron en mi y que, hoy me impulsa a finalizar este ciclo

la constante preocupación demostrada innumerables veces

la sensación de seguridad que inspira en mi el tenerlos cerca

Espero que en esta nueva etapa me acompañen también.