



Working Paper Espacio Público

Ciudades con mayores espacios públicos son ciudades más amenas

Elaborado por: Kelina Puche, directora ejecutiva y
Stefannia García Lacouture, coordinadora de investigaciones.

Dentro de la agenda de desarrollo sostenible propuesta para el 2030 por la Organización de Naciones Unidas (ONU) se establecieron 17 metas del desarrollo sostenible, entre las cuales la meta 11 busca “*hacer que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles* (United Nations, 2015)”. En el cumplimiento de dicha meta se propone como objetivo el proveer acceso universal a espacios públicos y zonas verdes seguras, para todos los ciudadanos, con el objetivo de que este acceso repercuta en un incremento de la calidad de vida.

Los espacios públicos se refieren a las áreas o lugares accesibles para todos sin importar género, raza, etnia, edad o nivel socioeconómico, estos incluyen lugares de reunión tales como plazas, parques y espacios de conexión, como las aceras y las calles (UNESCO, 2017). Estos espacios ayudan a construir un sentido de comunidad, identidad cívica y cultural, facilitan el capital social, el desarrollo económico y la revitalización de una comunidad (Andersson, 2016). La vitalidad y el uso continuo del espacio público como un bien público conduce a entornos urbanos que están bien mantenidos, sanos y seguros, convirtiendo las ciudades en lugares atractivos para vivir y trabajar (Martinez-Bäckström et al., 2015).

Para que estos espacios cumplan con su propósito de mejorar la calidad de vida de las ciudades este, debe ser de libre acceso para todos, en unas proporciones mínimas. En Colombia, el Decreto 1504 de 1988 del Presidente de la República establece en su artículo 4 que el índice mínimo de espacio público efectivo al que deben apuntar en el largo plazo los Planes de Ordenamiento Territorial es de 15 m² por habitante, sin embargo, la Agencia Hábitat de Naciones Unidas considera como suficiente un mínimo de 10 m² por habitante a fin de mantener un nivel adecuado de acceso a espacios comunitarios. No obstante, estos requerimientos varían conforme al tamaño de la población de un territorio dado que los centros de desarrollo urbano atienden demandas de espacio de municipios vecinos al concentrar una mayor cantidad de actividad económica. Estas particularidades son tenidas en cuenta en el documento Visión Colombia II Centenario planteado por el Departamento Nacional de Planeación y los Ministerios de Colombia en 2010, en este se plantea que para las ciudades de más de 100.000 habitantes las proporciones de espacio público por habitante deberán pasar de los 4 m² por habitante que en promedio se ubicaban en 2010, a los 10 m² por habitante en 2019, a fin de cumplir con la funcionalidad de estos espacios.

En este sentido el Distrito Industrial y Portuario de Barranquilla muestra un rezago importante. De acuerdo al Plan de Ordenamiento Territorial (POT) de Barranquilla del 2012 el espacio público por habitante en la ciudad se ubicaba en 0,86 m² por habitante en 2011, ubicándose como la segunda ciudad de más de 100.000 habitantes con la menor proporción de espacio público en el país, después de Maicao y la primera con más de 500.000 habitantes de acuerdo al Informe Nacional de Calidad

Ambiental Urbana (ICAU) del Ministerio de Ambiente. La Secretaría de Control Urbano y Espacio Público de Barranquilla atribuye esta baja proporción de espacio público en la ciudad al asentamiento de comerciantes en el centro de la ciudad, la apropiación de espacio público por parte de privados mediante la extensión de linderos de terrenos, o la invasión del mismo por parte de población migrante como los venezolanos, así como al deterioro de los espacios públicos como parques, plazas y plazoletas y con este el acceso y la voluntad de uso de las mismas.

Ante esta situación y el grave déficit de espacio público, el POT de Barranquilla impuso planes de corto, mediano y largo plazo, que a 2030 permitieran mejorar este indicador hasta alcanzar una meta de 6 m² por habitante teniendo como horizonte el mínimo recomendado de 10 m². En el corto plazo se esperaba que para 2015 la proporción de espacio público por habitante llegara a 1,2 m²/hab, en el mediano plazo para 2023 esta debería ubicarse en los 2,3 m²/hab y en el largo plazo para 2031 cumpliera con la meta de los 6 m²/hab. Para alcanzar estos objetivos las estrategias adelantadas por la alcaldía se concentraron en dos ámbitos la recuperación de espacio público y la generación del mismo.

En cuanto al ámbito de recuperación este se concentró en la retoma de espacio público que las actividades de comercio en el centro de la ciudad habían invadido. En este ámbito se pueden identificar tres estrategias claves dentro de los programas: la vigilancia e inspección recurrente del uso de espacio público, la creación de centros de comercio para el correcto desarrollo de esta actividad en las áreas invadidas y la reglamentación del uso del espacio público consagrado en el Decreto 0093 de 2005 de la Alcaldía de Barranquilla.

Dentro de la estrategia de vigilancia se enmarcan las actividades que diariamente realizan los agentes de control urbano de la Alcaldía para prevenir la invasión de espacio público, y evitar la reincidencia, mantener las condiciones del mismo y penalizar su uso indebido. En estas acciones se enmarcan los proyectos de la alcaldía de “Peatonalización de vías en el centro”, “Andenes para que andemos” y “El centro es tuyo” entre otros. De acuerdo a Bufarani (2012) este tipo de acciones permiten desarticular conflictos ante la presencia de situaciones indeseadas en el espacio público, al mismo tiempo que contribuyen a mantener el valor del espacio y destacarlos dentro de las políticas urbanas municipales.

En cuanto a la estrategia de creación de centros de comercio para el desarrollo de la actividad comercial, es decir, la organización de los comerciantes ambulantes. La creación de centros de comercio como “Casa Vargas”, “Metroplaza”, “Galería de artesanos del estadio Romelio Martínez”, “Puestos de comercio de la plaza de San Nicolás” y la “Plazoleta de Comercio del Boulevard Simón Bolívar en la calle 19” han contribuido a la recuperación de espacio público con sentido de comunidad para la interacción ciudadana. No obstante, el uso comercial del espacio público no es negativo en su esencia.

“La potencialidad comercial del propio espacio público forma parte sustancial de la interacción ciudadana y, por lo tanto, de la formación de ciudad; pero no debe traspasarse el umbral en que todo se diseña para que este sea el objetivo exclusivo de todo aquel que pise el lugar. Si alcanzamos ese

punto, es cuando podemos considerar una plena centro-comercialización del espacio público, lo que haría desaparecer instantáneamente todo el carácter patrimonial, histórico, social, cultural y funcional que lo ha caracterizado y lo reduciría a un efímero espacio de consumo”.

García-Doménech (2015)

En este sentido corresponde a las administraciones públicas del territorio mantener el uso del espacio público dentro de las finalidades deseadas. De acuerdo a García-Doménech (2015), para ello se cuentan con herramientas como la explotación comercial de la ciudad a través de tasas y concesiones de ocupación utilizando diferentes fórmulas de autorización de la explotación mediante tributos fiscales regulados. Así, por ejemplo la alcaldía de Barranquilla mediante el Decreto 0093 de 2005 reglamenta parcialmente el uso de espacio público por parte de vendedores informales delimitando las áreas de uso y estableciendo la necesidad de un permiso para la explotación del espacio público, constituyendo un primer paso para la reglamentación de este tipo de actividades en la ciudad. No obstante, el costo de estos permisos se reglamentó a través del Acuerdo 09 de 1988 por el Concejo Distrital y a la fecha no se conoce una versión actualizada de sus valores, asimismo las sanciones por el incumplimiento en estos permisos se limitan al desalojo del comercio, y no incurren en penalidades de mayor severidad, por lo que existen margen para mejorar el funcionamiento de esta reglamentación a fin de que cumpla con su objetivo.

De acuerdo a la Secretaría de Control Urbano la explotación del espacio público en la ciudad es la principal problemática para la recuperación del mismo, como sucede en la mayor parte de ciudades donde un porcentaje importante de la población se ocupa en actividades informales. Entre estas ciudades se encuentra el Distrito Federal en México, donde la actividad comercial en el barrio de Tepito se apropió del espacio público. De acuerdo a Oriard Colín (2015), las ventas ambulantes producen configuraciones de espacio complejos, flexibles, comercialmente eficientes y fuertemente arraigados, por lo que la integración del funcionamiento de estos espacios debe ser controlada por las gobernaciones municipales.

“En particular, las plazas de mercado son elementos que atraen la población, que densifican el uso del espacio público y la movilidad urbana, generando congestión, deterioro espacial, contaminación ambiental alrededor de su entorno mediato e inmediato; estos elementos deben estar consignados en los tratamientos urbanos desde el enfoque del diseño urbano para solucionar los conflictos presentes y proporcionar las condiciones apropiadas para mejorar los entornos y el potencial de estos sectores como núcleos de centralidad zonal.”

(Baquero Duarte, 2011)

En el caso del mercado de Tepito las ventas ambulantes generan problemas de inseguridad, invasión del espacio y pérdida del sentido comunitario del mismo, al igual que ocurre con las ventas ambulantes concentradas en el centro de Barranquilla. En este sentido algunas de las medidas que para el caso de Tepito resultaron efectivas incluyen, la integración de los vendedores en los procesos de decisión de los espacios públicos y la recolección constante de información de la estructura cambiante de estos mercados. Para Oriard Colín (2015) la solución no puede ser recurrir a la prohibición total de estas

ventas, pues las calles como espacios comerciales tienen potencial para mantener negocios exitosos y proveen una fuente de ingresos permanentes para grupos sociales vulnerables.

Así mismo, la estrategia de reubicación de los vendedores informales desde zonas comerciales consolidadas a mercados ubicados por fuera de estas zonas, ha mostrado ser poco efectiva (Bromley, 2000), por ejemplo, para Bogotá se encuentra que si bien los vendedores reubicados muestran mejorías en las condiciones de trabajo, perciben menores ingresos que en su localización callejera, dada la reducción de su clientela (Donovan, 2004). En Medellín la reubicación de los vendedores a bazares en el centro de la ciudad, no incluyó la dotación de capital físico y humano adecuado, para que estos bazares les permitiesen a los vendedores continuar recibiendo beneficio económico de su nueva ubicación (Vergara, 2009).

En su lugar, como sugiere (Tokman & Délano, 2001) se debe facilitar la oferta de espacios adecuados para el ejercicio de esta actividad comercial promoviendo la organización de los vendedores al nivel de mercado con el propósito de lograr economías de escala que mejoren la rentabilidad de su inversión. De igual modo, el Departamento Nacional de Planeación (DNP) propone que se debe proveer espacios para la organización y adecuado manejo de estas ventas informales, especialmente en los casos en que éstas se refieren a productos alimenticios como verduras, frutas y carnes. Dentro de Barranquilla estas ventas de frutas, verduras y carnes se concentran alrededor de la Calle 30, en la zona que conecta el centro de la ciudad con el sur, y además de representar un riesgo de salud al obviar las condiciones fitosanitarias necesarias, atraen un flujo de personal que no solo ocupan de manera inadecuada el espacio público, sino que además generan desperdicios que contaminan estos espacios y dificultan el pesado flujo vehicular.

Para mitigar este tipo de problemáticas varias estrategias han resultado ser exitosas. Así, por ejemplo, en el aspecto de salubridad las autoridades locales de India ofrecieron programas de entrenamiento en manejo adecuado de alimentos y realizan controles regulares de seguimiento mejorando las condiciones fitosanitarias en las que los vendedores manejan los alimentos (Sonawane, 2017). En cuanto a la ocupación indebida de espacio en Dublín la creación de mercados temporales de fines de semana o de noche a la medida de las necesidades de cada zona, mostró una mejora en el uso del espacio público (Dublin City Council, 2012). En Ámsterdam se sugiere que este tipo de estrategias de mercados de pequeña escala que aparecen en diferentes sitios de la ciudad contribuyen a transformar espacios abiertos en espacios públicos en los que se logra incentivar el sentido de comunidad (Janssens & Sezer, 2013).

En el aspecto de la contaminación de los espacios producto de la comercialización de alimentos, también se encuentran experiencias destacables mediante la monetización en el uso de los desperdicios. Baste como muestra, el planteamiento de estrategias para el aprovechamiento de los residuos sólidos orgánicos en la plaza de mercado de Fontibón, Bogotá D.C., en donde por medio de procesos de compostaje se pueden producir fertilizantes para la venta (Salamanca Castro, 2014), estrategia que en Tanzania redujo los riesgos para la salud que este tipo de mercados en el espacio público implican (Yhdego, 1992). Sin embargo, este manejo de desechos debe realizarse a partir de

clasificaciones uniformes de los desechos, una coordinación adecuada de la cooperación con las autoridades ambientales y de espacio a diferentes niveles, y un área de disposición adecuada como recomienda la Unión Europea (European Commission, 2016).

Para hacer frente a las dificultades de movilidad que el comercio en el espacio público genera, el caso del sector comercial de San Andresito de la 38 ubicado en la localidad n°16 de Puente Aranda de la ciudad de Bogotá ofrece una solución sencilla. En esta localidad la implementación de parqueaderos públicos gratuitos mejoro el flujo vehicular de la zona y disminuyó la ocupación de los andenes aliviando la congestión generada por la actividad comercial (Bonilla Herrera, 2018). Asimismo, la provisión de rutas de transporte público en cercanías del mercado, conjugadas con ciclo rutas y estrategias de ampliación de carriles en horas picos mostraron ser una solución adecuada para uno de los mercados más populares en Vietnam (Giddings, 2016).

No obstante, todas estas medidas deben ser acompañadas por la provisión de espacios adecuados para la comercialización de alimentos. De acuerdo con el Departamento Nacional de Planeación (2018), la dotación de una plaza de mercado para una ciudad con la cantidad de habitantes de Barranquilla debe implementarse en un predio con unas dimensiones aproximadas de 41m de ancho x 64m de largo, es decir, de un área aproximada de 2.600m², en los cuales se provean 56 locales en 8 módulos y tres módulos adicionales de servicio que cuenten con capacidad de albergar productos fríos y secos, adicionalmente en este espacio se debe contar con batería de baño público y áreas administrativas y técnicas. Este equipamiento debe ser provisto por cada 15.000 habitantes en el territorio, y de acuerdo a cálculos del DNP el costo máximo de estas instalaciones asciende a \$5.295.331.034, trabajos como el de (Watson & Studdert, 2006) sugieren que la mejor ruta para obtener la inversión necesaria para este tipo de proyectos es la asociación público privada.

Ahora bien, la provisión y reglamentación de estos espacios para el desarrollo de actividades comerciales debe ir acompañado como lo plantea Páramo et al. (2018) de programas de educación ciudadana o de urbanidad que inculquen las reglas que deben guiar el comportamiento de las personas en relación con el cuidado del ambiente urbano y la promoción de la participación de los ciudadanos en su protección. De ahí, que el respeto por la funcionalidad del espacio público contribuye a mantener los niveles de calidad con los que son provistos y genera un sentido de comunidad entre los habitantes de un territorio (Monayar, 2011).

En general, la política implementada para la solución de la invasión de espacio público por ventas informales debe responder a contextos específicos, dado que el incremento de la informalidad en estos espacios está más relacionado a los procesos socioeconómicos generales de cada región, que a las políticas particulares implementadas para su solución. Según (Martínez, Rennie Short, & Estrada, 2017) no todos los vendedores callejeros son vulnerables en algunos casos las ganancias son superiores a las del mercado formal les permiten cubrir necesidades básicas e incluso ahorrar, por tanto las políticas aplicadas a este tipo de vendedores deben reflejar estas diferencias y considerar las capacidades de los comerciantes para subsistir al afrontar los costos de la formalidad.

No obstante, en cuanto al ámbito de generación de espacio público, la Alcaldía Distrital ha creado espacios claves que han elevado el sentido de pertenencia de los habitantes con la ciudad y su funcionamiento como comunidad. Dentro de estos espacios se encuentran el parque del bicentenario, el monumento a las mariposas de Gabriel García Márquez y tal vez el más representativo de estos espacios el Gran Malecón del Río que se creó sobre la calle 79 en el centro de eventos Puerta de Oro, y se espera conectar con la primera parte de este malecón creado en inmediaciones de barrio Barlovento al lado del corredor portuario. Además, se crearon diversos espacios deportivos con motivos de los juegos centroamericanos, que hoy son de uso libre por los habitantes e incentivan estilos de vida saludable.

Pero pese a todos estos esfuerzos, Barranquilla todavía lejos de cumplir con la meta propuesta de espacio público por habitante en el corto plazo, pues de acuerdo a reportes de la Secretaria Distrital de Control Urbano al tener en cuenta el espacio público recuperado y generado, el indicador paso de 0,86 mts² por habitante en 2011 a 0,95 mts² en 2017, cuando la meta inicialmente planteada para 2015 era de 1,2 mts², es muestra de un atraso claro, en el cumplimiento de la expectativa de largo plazo de satisfacer el estándar recomendado por las Naciones Unidas de 10 mts².

A pesar de avanzar por buen camino con los distintos programas de recuperación y construcción de espacio público, los retos todavía permanecen. Las estrategias de recuperación y generación de espacios deben intensificarse y avanzar de forma más rotunda en este frente. Para esto se plantean diversas recomendaciones:

1. Designación clara del espacio público mediante decretos u ordenanzas por parte de la administración distrital, en la que se delimiten los territorios que por invasión u conjugación de vendedores callejeros funcionan como espacios comerciales, y las estrategias de desalojos no hayan mostrado ser efectivas.
2. Implementación de censos básicos y permisos especiales para el desarrollo de actividades comerciales en espacios abiertos y públicos
3. Actualización en los costos de estos requisitos y permisos especiales, e implementación de modalidades de crédito en contrapartida de mercancía para el pago de los mismos.
4. Incremento en la severidad de las penalidades impuestas a aquellos comerciantes que no cumplan con los permisos necesarios para operar.
5. Organización de los comerciantes en cooperativas representativas que se involucren en la toma de decisiones del espacio público.
6. Campañas de manejo adecuados de alimentos a vendedores informales.
7. Chequeos regulares del cumplimiento de los manejos adecuados de alimentos.
8. Creación de mercados itinerantes en zonas de acuerdo a la necesidad.
9. Espacio para disposición de desechos orgánicos y su transformación en productos como fertilizantes.
10. Provisión de parqueaderos públicos en zonas de comercio.
11. Reorientación de rutas de transporte público a cercanías de mercados públicos informales.



12. Provisión de infraestructura adecuada para el desarrollo de actividades comerciales como plazas de mercados.
13. Campañas de cultura ciudadana para generar identidad al espacio público

Anexo 1

Tabla 1. Espacio público efectivo por habitante (2013).

Ranking	Ciudad	m2/hab
1	Maicao	0,78
2	Barranquilla	0,86
3	Cúcuta	1,05
4	Apartado	1,32
5	Dosquebradas	1,34
6	Soledad	1,56
7	Girón	1,6
8	Barrancabermeja	2,01
9	Tunja	2,09
10	Envigado	2,1
11	Pasto	2,4
12	Bello	2,46
13	Ibagué	2,55
14	Tuluá	2,61
15	Cali	2,75
16	Cartago	2,79
17	Tumaco	2,8
18	Manizales	2,84
19	Fusagasugá	2,87
20	Cartagena	2,88
21	Pereira	3,12
22	Yopal	3,15
23	Duitama	3,25
24	Facatativá	3,5
25	Itagüí	3,58
26	Riohacha	3,68
27	Floridablanca	3,7
28	Medellín	3,8
29	Bogotá	4,5
29	Bucaramanga	4,5
31	Zipaquirá	4,62
32	Palmira	4,7
33	Neiva	5,17
34	Armenia	5,73
35	Girardot	5,91
36	Piedecuesta	5,95
37	Valledupar	10,2



38	Soacha	10,85
----	--------	-------

Fuente: Informe Nacional de Calidad Ambiental Urbana, 2013 – Ministerio de Ambiente

Bibliografía

- Andersson, C. (2016). Public Space and the New Urban Agenda (*), 1, 5–10.
- Baquero Duarte, D. L. (2011). Las plazas de mercado como catalizadores urbanos, 124.
- Barranquilla, A. de. Plan de Ordenamiento Territorial 2012 (2012). Barranquilla.
- Bonilla Herrera, J. C. (2018). El Mercado como integrador del espacio público. *Universidad Católica de Colombia*. Retrieved from [https://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/16280/1/El Mercado como integrador del espacio público.pdf](https://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/16280/1/El_Mercado_como_integrador_del_espacio_p%C3%BAblico.pdf)
- Bromley, R. (2000). Street vending and public policy: A global review. *International Journal of Sociology and Social Policy*, 20(1–2), 1–28. <https://doi.org/10.1108/01443330010789052>
- Bufarani, M. (2012). Vivir en el espacio público: consideraciones sobre las políticas de control urbano. *Nómadas*, (37), 231–239. Retrieved from <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=105124630017>
- Departamento Nacional de Planeación. (2018). *Construcción y dotación de una plaza de mercado*.
- Departamento Nacional de Planeación, & Ministerios de Colombia. (2010). *Visión Colombia II Centenario*. Retrieved from https://archivo.cepal.org/pdfs/GuiaProspectiva/visionColombiaIIcentenario_2019comple.pdf
- Donovan, M. G. (2004). La guerra por el espacio en Bogotá: la "recuperación" del espacio público y su impacto sobre los vendedores ambulantes. *Territorios*, 109–1046. Retrieved from <http://www.redalyc.org/pdf/357/35701206.pdf>
- Dublin City Council. (2012). *Your city Your Space, Dublin City Public Realm Strategy*. Dublin. Retrieved from <https://www.dublincity.ie/sites/default/files/content//Planning/Documents/YDYVPublicRealmFinal.pdf>
- European Commission. (2016). *The efficient functioning of waste markets in the European Union*.
- Giddings, C. (2016). *Traditional Fresh Markets and the Supermarket Revolution: A Case Study on Châu Long Market*. Retrieved from https://digitalcollections.sit.edu/isp_collection
- Janssens, F., & Sezer, C. (2013). “Flying Markets” activating public spaces in Amsterdam. *Built Environment*, 39(2), 245–260. <https://doi.org/10.2148/benv.39.2.245>
- Martinez-Bäckström, N., Andersson, C., Garau, P., Camargo, W. F., Camarinhas, C., Chabbi-Chemrouk, N., Zamorano, L. (2015). *Global Public Space Toolkit from Global Principles to Local Policies and Practice*. Retrieved from www.unhabitat.org/ghsnumber:HS/034/15E
- Martínez, L., Rennie Short, J., & Estrada, D. (2017). The urban informal economy: Street vendors in Cali, Colombia. *Cities*, (66), 34–43. Retrieved from https://ezproxy.uninorte.edu.co:6375/S0264275116307508/1-s2.0-S0264275116307508-main.pdf?_tid=01cb218d-5f9b-43d9-b5e6-0cd71e5f5aa0&acdnat=1539030317_92a60dfb4ed21828dc1dc5eb5b71500a
- Monayar, V. (2011). Informalidad urbana y acceso al suelo. Acciones y efectos de la política habitacional en la ciudad de Córdoba-Argentina. *Territorios*, (24), 113–130.
- Oriard Colín, L. R. (2015). Street vending and its ability to produce space the case of the Tepito market in Mexico City downtown area. *University College London*, (May).
- Páramo, P., Burbano, A. M., Jiménez Domínguez, B., Barrios, V., Pasquali, C., Vivas, F.,... Moyano, E. (2018). La habitabilidad del espacio público en las ciudades de América Latina. *Avances En Psicología Latinoamericana*, 36(2), 345.

- <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/apl/a.4874>
Presidente de la República. Decreto 1504 (1998). Bogotá. Retrieved from <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=1259>
- Salamanca Castro, E. M. (2014). *Estrategias para el aprovechamiento de los residuos sólidos orgánicos en la plaza de mercado de Fontibón, Bogotá D.C.* Universidad de Manizales. Retrieved from http://ridum.umanizales.edu.co:8080/xmlui/bitstream/handle/6789/1931/Salamanca_Castro_Eduard_Mauricio_2014.pdf?sequence=1
- Sonowane, S. T. (2017). Problems and Solutions of Vendors – A Case Study. *International Journal of Innovative Research in Science, Engineering and Technology*, 6(1). <https://doi.org/10.15680/IJRSET.2017.0601062>
- Tokman, V. E., & Délano, M. (2001). *De la informalidad a la modernidad* (1 edición). Santiago de Chile: Oficina Internacional del Trabajo. Retrieved from [https://books.google.com.co/books?id=n_66AAAAIAAJ&q=De+la+informalidad+a+la+modernidad"+V%EDictor+E.+Tokman+\(Director\).+Santiago,+Oficina+Internacional+del+Trabajo,+2001.&dq=De+la+informalidad+a+la+modernidad"+V%EDictor+E.+Tokman+\(Director\).+Santiago,+Oficina+Internacional+del+Trabajo,+2001.&dq=De+la+informalidad+a+la+modernidad"+V%EDictor+E.+Tokman+\(Director\).+Santiago,+Oficina+Internacional+del+Trabajo,+2001.&dq=De+la+informalidad+a+la+modernidad"](https://books.google.com.co/books?id=n_66AAAAIAAJ&q=De+la+informalidad+a+la+modernidad)
- UNESCO. (2017). Inclusion through Access to Public Space. Retrieved August 23, 2018, from <http://www.unesco.org/new/en/social-and-human-sciences/themes/urban-development/migrants-inclusion-in-cities/good-practices/inclusion-through-access-to-public-space/>
- United Nations. (2015). *TRANSFORMING OUR WORLD: THE 2030 AGENDA FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT*. Retrieved from [https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/21252030 Agenda for Sustainable Development web.pdf](https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/21252030%20Agenda%20for%20Sustainable%20Development%20web.pdf)
- Vergara, M. (2009). Conflictividad urbana en la apropiación y producción del espacio público. *Bitacora* 14, (1), 141–160.
- Watson, S., & Studdert, D. (2006). *Markets as sites for social interaction: Spaces of diversity*. Bristol. Retrieved from <https://www.jrf.org.uk/sites/default/files/jrf/migrated/files/1940-markets-social-interaction.pdf>
- Yhdego, M. (1992). Storage, Collection and Disposal of Kariakoo Market Wastes in Dar Es Salaam, Tanzania. *Waste Management & Research*, 10(2), 131–140. <https://doi.org/10.1177/0734242X9201000202>