



**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR – LOJA
FACULTAD PARA LA CIUDAD, EL PAISAJE Y LA ARQUITECTURA**

TESIS DE GRADO PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE ARQUITECTO

**INTERVENCIÓN DEL MERCADO MUNICIPAL DE
MALACATOS, EN EL CANTÓN Y PROVINCIA DE LOJA**

Autora

María Belén Hidalgo González

Director

Arq. William Sánchez, Mg. Sc.

Loja - Ecuador

2019

*Agradezco primeramente a Dios,
por permitirme estar aquí.*

*A mi director de tesis,
Arq. Mg. Sc. William Sánchez,
por guiarme para poder
culminar mi etapa universitaria.*

María Belén Hidalgo G.

A mis padres Darwin y Neli.

*A toda mi familia,
quienes fueron un pilar fundamental
en mi carrera universitaria.*

*A mis angelitos,
Mateo y Victoria.*

María Belén Hidalgo G.

Resumen

El actual mercado municipal Malacatos fue construido en el año 1986, en la administración del alcalde Dr. Bolívar Guerrero Armijos, debido al crecimiento de la población hizo que se construyera la nueva infraestructura que respondía a sus necesidades espaciales, la parroquia contaba con una población de 6 038 habitantes según (INEC, 1990), en la actualidad esta población ronda las 8 500 personas con una tasa de crecimiento anual de 1,6 %.

El Mercado municipal Malacatos está situado en el centro de la parroquia, en un terreno de 1 147,8496 m² dentro de la propuesta se genera la ampliación de dicha infraestructura obteniendo un área disponible de 1 716,731 m², donde se plantea los espacios necesarios para un Mercado salubre y confortable para bienestar de los comerciantes y consumidores.

Se propone la reubicación de la feria libre integrándolo al mercado para eliminar problemas generados por la ubicación actual. La propuesta proyecta una infraestructura que sea funcional, tomando en cuenta las necesidades de los usuarios y las actividades que realiza la población para la interacción social y económica de la parroquia con el objetivo de satisfacer las demandas actuales y futuras de la parroquia Malacatos.

Palabras claves: mercado, feria libre, integración, potencialización.

Abstrac

The current municipal market Malacatos was built in 1986, in the administration of the mayor Dr. Bolivar Guerrero Armijos, due to the population growth caused to build the new infrastructure that responded to their spatial needs, the parish had a population of 6,038 inhabitants according to (INEC, 1990), at present this population is around 8,500 people with an annual growth rate of 1.6%.

The Municipal Market Malacatos is located in the center of the parish, on a plot of 1,147.8496 m². Within the proposal the expansion of said infrastructure is generated, obtaining an available area of 1733.3268 m², where the necessary spaces for a healthy market are considered. and comfortable for the well-being of merchants and consumers. It is proposed the relocation of the free fair integrating it to the market to eliminate problems generated by the current location. The proposal projects an infrastructure that is functional, taking into account the needs of the users and the activities carried out by the population for the social and economic interaction of the parish in order to meet the current and future demands of the Malacatos parish.

Keywords: market, free fair, integration, potentialization.

INTERVENCIÓN DEL MERCADO MUNICIPAL DE MALACATOS, EN EL CANTÓN Y PROVINCIA DE LOJA

Índice de contenido

Problemática	13
Justificación	15
Objetivos	17
Objetivo general	17
Objetivos específicos.....	17
Metodología	18
Capítulo 1	19
Marco teórico conceptual	19
1.1. Definición de mercado.....	19
1.2. Antecedente histórico de los mercados municipales.....	19
1.2.1. Clasificación de mercados	21
1.2.2. Tipos de mercados.....	22
1.2.3. Clasificación de los mercados por su actividad	25
1.3. Funcionamiento del mercado por categorías	28
1.3.1. Locales de primera categoría	29
1.3.2. Locales de segunda categoría	29
1.3.3. Locales de tercera categoría	29
1.4. División del mercado por zonas	29
1.4.1. Zona húmeda.....	29
1.4.2. Zona semi-húmeda	30
1.4.3. Zona seca	30
1.5. Importancia higiénica en los mercados	30
1.6. Definición de feria libre	31
1.6.1. Influencia de la feria libre en los mercados	32
1.6.2. Las ferias comerciales como espacio de trabajo y socialización	33
1.7. Situación socio económica.....	33
1.7.1. Economía informal.....	33
1.7.2. Economía de los mercados	34
1.8. Apropiación de la calle en ferias libres.....	35

1.9. Cadena de intermediación de los productos	36
1.10. Marco legal	37
1.10.1. Norma técnica ecuatoriana (INEN) para diseño de un mercado saludable	37
Capítulo 2	44
Marco referencial	44
2.1. Mercado municipal en Latinoamérica	44
2.1.1. Mercado “EL Ermitaño”	44
2.1.2. Mercado 9 de Octubre	54
2.1.3. Mercado en San Pablo Oztotepec	62
2.2. Tabla comparativa de referentes	68
Capítulo 3	70
Análisis y diagnóstico	70
3.1. Análisis histórico cultural	70
3.1.1. Antecedente histórico de Malacatos	70
3.1.2. Antecedente histórico del mercado	72
3.1.3. Tradiciones de la parroquia	73
3.2. Análisis socio económico	75
3.2.1. Análisis económico de los mercados y ferias libres	76
3.2.2. Comercio y actividades económicas de la población	77
3.3. Proyección de la población	78
3.4. Análisis urbano	80
3.4.1. Ubicación	80
3.4.2. Clima	81
3.4.3. Temperatura	81
3.4.4. Equipamientos mayores de la parroquia	83
3.5. Análisis del sector	85
3.5.1. Ubicación	85
3.5.2. Vientos	86
3.5.3. Soleamiento	87
3.5.4. Uso de suelo	88
3.5.5. Sistema vial	89
3.5.6. Sectores que abastecen el mercado	100
3.5.7. Control de desechos	101
3.6. Análisis arquitectónico	102

3.6.1. Estado actual de la infraestructura.....	107
3.6.2. Puestos tipo.....	116
3.6.3. Circulaciones	122
3.6.4. Síntesis del estado actual de los puestos.....	124
3.6.5. Análisis formal	125
3.6.6. Estado actual de la feria libre.....	126
3.6.7. División de locales por pisos	127
3.7. Análisis de infraestructura inmediata como expansión	129
3.7.1. Ubicación.....	129
3.7.2. Accesos	130
3.7.3. Zonificación del parque.....	131
3.7.4. Propietario	132
3.7.5. Factibilidad de apropiación	132
3.7.6. Superavit de canchas deportivas.....	133
3.7.7. Área de terreno para propuesta.....	135
3.8. Modelo de Encuesta	136
3.9. Síntesis del diagnóstico.....	138
3.9.1. Conclusiones del diagnóstico	140
Capítulo 4	141
Propuesta arquitectónica	141
4.1. Introducción	141
4.4. Programa arquitectónico.....	142
4.2. Partido arquitectónico.....	144
4.3. Estrategias de diseño.....	145
4.5. Organigrama funcional	146
4.6. Zonificación.....	147
4.6.1. Zonificación General	147
4.6.1. Zonificación específica	148
4.6.2. Perspectivas	150
4.7. Conclusiones	154
4.8. Recomendaciones	155
Anexos.....	156
Resultados de encuestas a Comerciantes	156
Resultados de la Encuesta a Consumidores	161

Bibliografía	166
--------------------	-----

Índice de imágenes

Imagen 1. Vista aérea de la parroquia Malacatos el día domingo	14
Imagen 2. Tipos de mercados municipales	22
Imagen 3. Tipos de mercados municipales	23
Imagen 4. Mercado formal de la parroquia de Malacatos.....	25
Imagen 5. Mercado informal de la parroquia Malacatos.....	26
Imagen 6. Mercado espontáneo en calles de España	27
Imagen 7. Mercado móvil.....	28
Imagen 8. Fachada frontal y lateral izquierda mercado El Ermitaño, Lima-Perú	44
Imagen 9. Mercado El Ermitaño – Lima-Perú.....	46
Imagen 10. Mercado el Ermitaño con su contexto urbano.....	47
Imagen 11. Modelo de estructuración del mercado	48
Imagen 12. Planta baja- modulación de puestos.....	49
Imagen 13. Planta baja- definición de circulaciones.....	49
Imagen 14. Segunda planta-planta libre	50
Imagen 15. Comedor del mercado	51
Imagen 16. Segunda planta del mercado.....	52
Imagen 17. Parte interior del mercado	52
Imagen 18. Fachada frontal y lateral derecha del mercado 9 de Octubre.....	54
Imagen 19. Mercado 9 de Octubre y su entorno.....	55
Imagen 20. Antiguo mercado 9 de Octubre	56
Imagen 21. Mercado 9 de Octubre con su contexto	57
Imagen 22. Circulaciones internas.....	58
Imagen 23. Circulación vertical.....	59
Imagen 24. Ducto central	59
Imagen 25. Segunda y tercera planta	60
Imagen 26. Relación consumidores- comerciantes en el mercado 9 de Octubre	60
Imagen 27. Vista de cubiertas del mercado San Pablo Oztotepec	62
Imagen 28. Contexto del mercado de San Pablo de Oztotepec	63
Imagen 29. División funcional de la parte interna del mercado.....	64
Imagen 30. Circulaciones internas del mercado de San Pablo de Oztotepec	65
Imagen 31. Materiales utilizados en el mercado de San Pablo de Oztotepec	67
Imagen 32. Malacatos año 1980	Imagen 33. Malacatos año 2017
Imagen 34. Iglesia y plaza central 1980	Imagen 35. Iglesia y plaza central 2017.....
Imagen 36. Mercado Malacatos 2010	Imagen 37. Mercado Malacatos 2017.....
Imagen 38. Agricultores de Malacatos.....	76
Imagen 39. Demanda de pobladores visitando mercado y feria libre	77
Imagen 40. Ubicación de la parroquia Malacatos	80
Imagen 41. Equipamientos mayores de la parroquia Malacatos	83
Imagen 42. Equipamientos mayores de la parroquia Malacatos	84
Imagen 43. Ubicación del mercado municipal de Malacatos.....	85

Imagen 44. Vientos del mercado municipal de Malacatos	86
Imagen 45. Soleamiento del mercado municipal Malacatos	87
Imagen 46. Uso de suelo de la población de Malacatos	88
Imagen 47. Uso de suelo comercial	89
Imagen 48. Vías de acceso a Malacatos	91
Imagen 49. Accesibilidad desde la vía de Loja	92
Imagen 50. Accesibilidad desde la vía Vilcabamba	92
Imagen 51. Accesibilidad desde vía El Tambo	93
Imagen 52. Calles de ubicación del mercado y feria libre	94
Imagen 53. Corte vial de la calle Pío Montúfar	94
Imagen 54. Corte vial de la calle Manuel Ignacio Godoy	95
Imagen 55. Conflicto vehicular según los días de la semana	96
Imagen 56. Apropiación de las calles por la feria libre	98
Imagen 57. Planos actuales de la Planta Baja del mercado municipal Malacatos	102
Imagen 58. Planos actuales de la Planta Alta del mercado municipal Malacatos	103
Imagen 59. Zonificación general planta baja mercado municipal Malacatos Esc: Gráfica	104
Imagen 60. Accesos al mercado municipal Malacatos. Esc: Gráfica	105
Imagen 61. Circulación del Mercado Municipal Malacatos Esc. Gráfica	106
Imagen 62. Planta de puesto tipo 1	116
Imagen 63. Puesto tipo 1	116
Imagen 64. Planta puesto tipo 2	117
Imagen 65. Puesto tipo 2	117
Imagen 66. Planta puesto tipo para abarrotes	118
Imagen 67. Puesto tipo para abarrotes	118
Imagen 68. Planta tipo de puestos 1, venta de comida lunes-domingo	119
Imagen 69. Puesto tipo 1 para comedor	120
Imagen 70. Planta Tipo de puestos 2, venta de comida fines de semana	120
Imagen 71. Puestos tipo 2 para comedor	121
Imagen 72. Circulación horizontal, parte interna	122
Imagen 73. Circulación horizontal, parte área libre del Mercado	123
Imagen 74. Altura de edificación, trama de la calle Pío Montufar	125
Imagen 75. Zonificación de la feria libre	126
Imagen 76. Ubicación del parque recreacional de Malacatos	129
Imagen 77. Acceso principal del Centro Turístico Recreacional Malacatos	130
Imagen 78. Acceso secundario del Centro Turístico Malacatos	130
Imagen 79. Grilla de relación de las zonas del mercado	146
Imagen 80. Grilla de relación de los espacios	146
Imagen 81. Zonificación Planta Baja- Esc 150.	148
Imagen 82. Zonificación Planta Alta- Esc 150.	149
Imagen 83. Perspectivas de diseño, actual y propuesta, desde la intersección de la calle Manuel I. Godoy y Pío Montúfar	150
Imagen 84. Perspectiva desde la parte norte	151
Imagen 85. Rampa conectora con parque recreativo y mercado	151
Imagen 86. Acceso principal, sin la feria libre	152
Imagen 87. Acceso principal, día de funcionamiento de la feria libre	152

Imagen 88. Rampa interna del mercado	153
Imagen 89. Perspectiva hacia el parque recreacional	153

Índice de tablas

Tabla 1. Síntesis comparativa de referentes	68
Tabla 2. Crecimiento de la población Malacatos	79
Tabla 3. Temperatura mensual y anual de Malacatos	82
Tabla 4. Temperatura media mensual (°C) de Malacatos	82
Tabla 5. Índice de conectividad por parroquias del cantón Loja	90
Tabla 6. Vehículos por día con un radio de influencia de 300 m al mercado.....	97
Tabla 7. Servicio de transporte para Malacatos	99
Tabla 8. Sectores y barrios que abastecen el mercado municipal de Malacatos	100
Tabla 9. Porcentajes de valoración según autora	107
Tabla 10. Estado actual de la estructura del mercado.....	108
Tabla 12. Estado actual de la mampostería del mercado	109
Tabla 13. Estado actual de las ventanas del mercado	110
Tabla 14. Estado actual de las puertas del mercado	111
Tabla 15. Estado actual del graderío del mercado	112
Tabla 16. Estado actual del mobiliario existente en el mercado	113
Tabla 17. Estado actual de la cubierta existente en el Mercado	114
Tabla 18. Estado de Estructura de los elementos.....	115
Tabla 19. División de puestos por partes, externa e interna.....	127
Tabla 20. Uso de la cancha del parque recreacional	132
Tabla 21. Canchas deportivas con un radio de influencia de 500 m	133
Tabla 22. Área total del terreno	135
Tabla 23. Síntesis de diagnóstico del Mercado Municipal Malacatos	138
Tabla 24. Estrategias de diseño para el mercado municipal Malacatos	145

Problemática

La cabecera parroquial de Malacatos conserva tres importantes hitos: mercado, iglesia y plaza, representativos de la parroquia que, a su vez, poseen una función común “la interrelación de personas”, creando un lugar compacto y útil que se ve beneficiado por la visita de turistas que promueven el comercio.

La función de los mercados no es solamente proporcionar comercio formal y la circulación de mercadería, también llegan a establecer un intercambio socio-cultural, que permite la relación de las personas que habitualmente lo visitan.

El actual mercado municipal Malacatos fue construido en el año 1986, en la administración del alcalde Dr. Bolívar Guerrero Armijos; debido al crecimiento de la población hizo que se construyera la nueva infraestructura que respondía a sus necesidades espaciales, pero dos años después de esta construcción se creó la feria libre al exterior del mercado, con la finalidad de dar espacio al comercio informal.

La administración directa está a cargo del Municipio de Loja, el cual designa a la parroquia un distrito que es el encargado de las gestiones que surjan en Malacatos, lo que provoca la relentización de las tomas de decisiones.

El mercado municipal se encuentra en el centro del pueblo, ubicado en las calles colectoras Pío Montúfar, Manuel Ignacio Godoy y Alejandro Bravo, consideradas vías principales de la parroquia, que tienen la función de distribuir y conectar vialmente con el cantón Loja y las parroquias de Vilcabamba y Catamayo, y para instalar la feria libre es necesario el cierre de estas vías, provocando congestión vehicular que, sumado a la falta de estacionamientos, genera desorden, contaminación visual y auditiva, con un radio de acción de 500 metros, situación que se repite de forma programada todos los días domingos.

Imagen 1. Vista aérea de la parroquia Malacatos el día domingo



Fuente: la autora

Elaborado por: la autora

El mercado lleva 33 años sin ser intervenido, razón por la cual no responde a los requerimientos actuales de la parroquia, que ha sufrido un crecimiento demográfico importante, acción que le permita contar con espacios adecuados para que los comerciantes puedan exhibir correctamente sus productos y atender adecuadamente a sus clientes.

La feria libre es eminentemente agropecuaria, siendo una fuente de ingreso económico muy importante para la parroquia, ya que no abastece solamente a Malacatos sino también a todos los barrios aledaños, e incluso algunas parroquias cercanas como Vilcabamba, pero las condiciones en las que se desarrolla no son las adecuadas, ya que se adueñan de la vía pública aledaña al mercado, lo que provoca obstrucción, desorden, suciedad, informalidad, deterioro de la imagen urbana, estableciendo una competencia desleal con el comercio formal y el cierre de vías importantes que desembocan en congestión vehicular.

La salubridad en los productos es indispensable para garantizar la salud de los consumidores; en la feria libre estos se exponen a la intemperie, bajo un clima subtropical con una temperatura promedio de 20,6 °C que no es la más adecuada para conservar ciertos productos. Según Chavarrías (2014), “los productos como pescado, carne, leche abierta o verdura, deben almacenarse a temperaturas de refrigeración, entre 4 °C y 7 °C, que inhiben el crecimiento de microorganismos patógenos”.

Justificación

La ciudad, entendida como un conglomerado humano que se reúne en un espacio determinado con la finalidad de realizar una amplia variedad de actividades: productivas, culturales, administrativas, comerciales, espirituales, etc., es lógico que los habitantes busquen entre otras cosas la oportunidad de desarrollar una actividad comercial que les permita sobrevivir; esta situación, por su relevancia histórica y actual, da origen al tema de esta investigación, que desea integrar mediante la intervención urbano-arquitectónica en el mercado de Malacatos el comercio formal e informal, dualidad que acompaña el desarrollo de las ciudades latinoamericanas.

La investigación se justifica debido a que, según encuestas y mapeos realizados, Malacatos aproximadamente tiene unas 700 visitas de lunes-viernes, más que duplicándose los sábados y domingos con 1 500 personas; en promedio, al mes recibe unas 8 800 visitas, dato que revela la gran demanda de consumidores que necesitan un lugar adecuado que preste las garantías básicas para realizar sus compras de forma segura, ágil, cómoda y económica; a esta realidad se complementa la oferta de productos agrícolas orgánicos locales, que se realiza a través de los agricultores.

La feria libre se creó en 1988, después de dos años de la construcción del mercado, modificando las conductas de compra de los usuarios que visitaban a diario el mercado, y ahora con la feria libre esperan en su mayoría al fin de semana para hacer sus compras, razón por la cual se justifica esta investigación con la necesidad de comprender el potencial vitalizado y la capacidad de transformación de estos espacios comerciales; cuando se invierte en su mejoramiento, se reglamentan normativas y se utiliza una estrategia que permita solucionar los problemas que genera esta competencia por el espacio entre el comercio formal e informal.

La infraestructura actual del mercado de Malacatos fue construida en el año 1986, cuando la parroquia contaba con una población de 6 038 habitantes. Según el INEC (2010), en la actualidad esta población ronda las 8 500 personas, con una proyección al año 2 030 de 12 000 habitantes, respondiendo a una tasa de crecimiento anual de 1,6 %, además fue construido sin la sensibilidad necesaria para responder a un hecho real de la zona, como es el comercio informal, reflejado en la feria libre, ya que con el pasar de los años se reflejaron problemas, por lo tanto se justifica el desarrollo de una intervención urbano-arquitectónica del mercado de Malacatos, capaz de responder a estas realidades, teniendo en cuenta que sea una infraestructura con las condiciones sanitarias adecuadas para garantizar la salud de los consumidores.

Según Winslow, la salud pública es la ciencia y el arte de prevenir las enfermedades, prolongar la vida, fomentar la salud y la eficiencia física y mental, mediante el esfuerzo organizado de la comunidad para el control de las enfermedades transmisibles y el desarrollo de los mecanismos sociales que aseguren al individuo y a la comunidad un nivel de vida adecuado para la conservación de la salud.

Objetivos

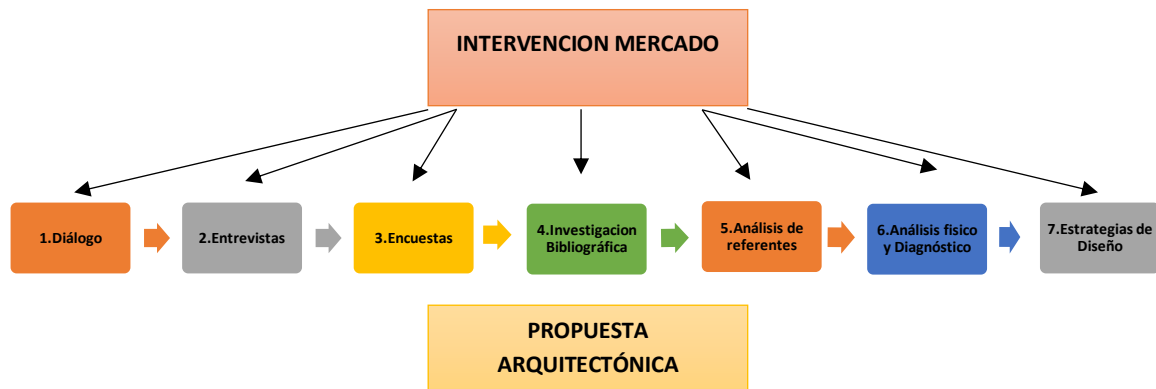
Objetivo general

Desarrollar la intervención urbano-arquitectónica del mercado de Malacatos, integrando la feria libre y el mercado municipal.

Objetivos específicos

- Indagar sobre las características generales de mercados y ferias libres, para conocer las características principales y modo de funcionamiento de los mismos.
- Revisar el marco legal y normativas para infraestructura de mercado.
- Analizar referentes de mercados municipales con integración formal e informal, los mismos que contribuirán en el planteamiento del proyecto
- Evaluar el estado actual del mercado municipal Malacatos y su contexto urbano, el mismo que determinará el nivel de intervención del proyecto.
- Realizar una propuesta urbano-arquitectónico del mercado municipal de Malacatos.

Metodología



- **Dialogar** con las personas que habitan en la parroquia e indagar qué tan importante y útil es el mercado para ellos, así sabremos la demanda de personas que transcurren con frecuencia a este equipamiento.
- **Entrevista** con las autoridades encargadas de la administración del mercado para saber cómo se manejan los espacios y la funcionalidad.
- **Encuestas** a consumidores y comerciantes del mercado municipal Malacatos para tomar en cuenta cómo está su lugar de venta y al comparar qué percepción tienen al visitar este equipamiento, así nos arrojarán puntos de vista distintos a los que evidentemente se puede observar en la infraestructura.
- **Investigación de bibliográfica** y normativas para el tipo de infraestructura.
- **Analizar referentes** de mercados municipales con integración formal e informal, los mismos que contribuirán al sustento del proyecto.
- **Análisis físico constructivo y diagnóstico** del mercado municipal de Malacatos, en este punto sabremos qué es lo que realmente necesita el mercado y todas las fallas que tiene, tanto funcionales, técnicas, administrativas, etc.
- **Aplicar estrategias de diseño** para la integración de la feria libre.

Capítulo 1

Marco teórico conceptual

1.1. Definición de mercado

Según la Real Academia Española (2001) “mercado proviene de latín *mercātus*, es un lugar destinado al efecto y en días señalados para vender, comprar o permutar bienes o servicios”.

“El mercado municipal representa, además, un instituto de distribución donde se establece una relación más directa con las economías familiares y donde se manifiestan virtudes o defectos del sistema comercial” (Papel, Municipio, La & del, n.d).

El mercado es un equipamiento muy importante, ya que es el lugar donde se ayuda a definir la idiosincrasia de una ciudad, parroquia o pueblo, y donde existe la interacción de varias culturas. El concepto sobre mercado en la actualidad ha ampliado su espectro debido a la tecnología y a los nuevos patrones de vida, incrementando nuevos conceptos o “tipos de mercados modernos” como: los mall, supermercados y tiendas.

1.2. Antecedente histórico de los mercados municipales

“En los principales países europeos y en Estados Unidos, esta erosión fue lenta y progresiva. Se prolongó durante más de medio siglo, hasta la práctica liquidación de los sistemas de mercados tal como se habían concebido en la segunda mitad del siglo XIX” (Guardia y Oyon, s.f). Las circunstancias en cada país fueron sin duda distintas, pero los resultados finales fueron bastante coincidentes. En Gran Bretaña, por ejemplo, la construcción de nuevos mercados se concentró principalmente entre 1830 y 1880. La década de 1870 fue la de máxima actividad, pero inmediatamente después se observa una

caída progresiva de estas construcciones, hasta el punto que entre 1910 y 1920 no se construyó ningún nuevo mercado, y fueron muy escasos entre 1920 y 1950. En Nueva York, ante la formación de nuevos barrios uptown, una publicación de 1885 se preguntaba si los mercados estaban definitivamente condenados ante la creciente competencia de los centros privados y tiendas. En éstos, los precios eran sin duda más elevados, pero además de estar cerca de las residencias daban mucho mejor servicio; era mejor el trato a los clientes, conocían mejor sus gustos, y se podía adquirir a cuenta, lo que permitía enviar al servicio a comprar.

Los mercados municipales, en cambio, eran objeto de críticas por su deficiente mantenimiento, su grado de limpieza e higiene y por la ordinariez de sus vendedores. En Filadelfia, el “clerk of the markets” no creía, en 1913, que en aquellos días de teléfono y de tiendas de barrio se pudiera volver a la vieja costumbre de ir al mercado. De hecho, Filadelfia había perdido ya buena parte de su modélico sistema de mercados”.

Valliser (2013) dice que “los mercados municipales en muchas ciudades españolas son el resultado de una tradición histórica de siglos que ha evolucionado desde las plazas extramuros, donde se celebraban ferias e intercambios de todo tipo, hasta la consolidación de espacios comerciales gestionados por el municipio en sus distintos distritos”. Cuestiones higiénicas, de regulación y urbanísticas, fueron extendiendo por las principales ciudades españolas un buen número de estructuras que en su momento representaban los últimos avances tecnológicos en construcción.

El desarrollo económico y la prosperidad que significaron para dichas ciudades fue el comienzo de un importante modelo comercial y de abastecimiento alimentario, que poco a poco se ha visto sustituido por modelos alternativos y por la propia transformación de la ciudad y de los estilos de vida de sus habitantes.

En las últimas décadas, los mercados municipales han ido entrando en ciclos de decadencia, que en ocasiones han provocado su desaparición. Actualmente, un buen número de mercados está experimentando diferentes fórmulas de regeneración que van, desde instalar supermercados que complementen la oferta del mercado hasta la transformación en espacios comerciales orientados al turismo, denominados mercados-gourmet. Esta fórmula está asociada a procesos de gentrificación en barrios históricos y en ellos a menudo el mercado pierde su dimensión de barrio y se transforma en un atractivo para turistas y visitantes, ofreciendo especialidades antes que productos de consumo cotidiano”.

1.2.1. Clasificación de mercados

Según el Plan Maestro y Estudio de Prefactibilidad de Mercados, se clasifican y organizan según su capacidad de producción y consumo.

1.2.1.1. Mayoristas

“Los mercados mayoristas son estructuras físicas donde se realizan intercambios comerciales entre profesionales, reunidos con el objetivo de comprar y vender productos alimentarios frescos y flores” (Green, 2003, p. 23).

Se denominan así a los mercados cuya producción en que realizan sus compras y ventas estas son en cantidades grandes y es donde compran los vendedores de los mercados minoristas, existen estos tipos:

- Central de Mayoreo • Mercado Metropolitano • Mercado Sectorial.

1.2.1.2. Minoristas

Han mantenido un valor constante a lo largo del tiempo, para satisfacer las necesidades de compra de productos de alimentos frescos, siendo uno de los elementos clave del sistema de distribución comercial de las ciudades, tanto en cuanto a la disponibilidad para los consumidores de producto en cantidad y calidad, como en cuanto al nivel de precios, tradicionalmente más favorable en estos establecimientos (Rebollo y Casares, 2006).

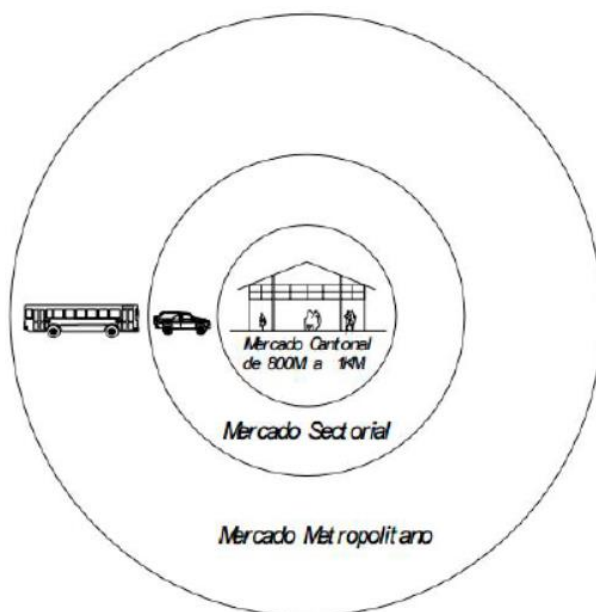
Se denomina así a los mercados cuyas actividades de comercialización se realizan al por menor, entre los que también podríamos incluir dentro de los mercados tipo:

- Central de Mayoreo • Mercado Metropolitano • Mercado Sectorial

1.2.2. Tipos de mercados

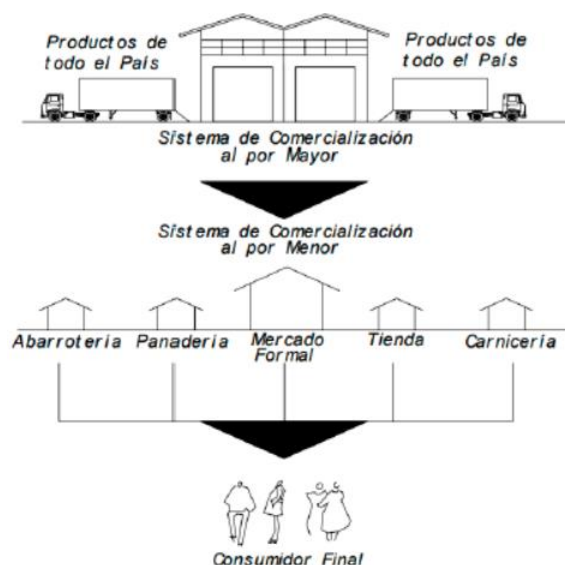
Los tipos de mercados se pueden clasificar por la influencia de la población.

Imagen 2. Tipos de mercados municipales



Fuente: Proyecto Arquitectónico del mercado de San Juan La Laguna

Imagen 3. Tipos de mercados municipales



Fuente: Proyecto Arquitectónico del mercado de San Juan la laguna

1.2.2.1. Mercado metropolitano

Andres (2017), afirma que el mercado metropolitano es una infraestructura donde desempeñan sus actividades en un lugar de gran tamaño, determinadamente en una ciudad parcialmente monumental, en el cual sus productos puedan desplazarse en colosales cantidades.

Éste, por su ubicación estratégica, sirve a usuarios de todos los puntos de una ciudad, los consumidores están dispersos en toda el área metropolitana, que está destinada por su autoridad, cada mercado tiene una área de abastecimiento en la ciudad.

1.2.2.2. Mercado sectorial

Se encuentra en sectores específicos, de acuerdo a su competencia es su radio de rentabilidad. Su demanda proviene de áreas ubicadas a más de un kilómetro, el usuario

puede llegar a pie o en automóvil, está atendido por un sistema de transporte colectivo urbano y extraurbano (Plan Maestro y Estudio de Prefactibilidad de Mercados Minoristas, volumen I, 1998, p. 42).

1.2.2.3. Mercado cantonal

Este tipo de mercado da servicio a personas que habitan en un radio no mayor a un kilómetro (usuarios directos), también llamado mercado de barrio, ya que pueden desplazarse a pie los usuarios hacia el mercado o en automóvil, a una distancia que se recorre en un tiempo no mayor a diez minutos (Plan Maestro y Estudio de Prefactibilidad de Mercados Minoristas, volumen I, 1998, p. 4).

1.2.2.4. Mercado municipal

Los mercados municipales son lugares o edificios de orden público, los cuales están dirigidos a funciones de intercambio comercial. Según Cáceres (2003), “la aglomeración de actividades en torno al comercio es el origen de la vida urbana, donde hay comercio hay vida, turismo, industrias, residencial”.

Es administrado por el gobierno municipal, este vende o renta los locales, no es solamente los que se alojan físicamente en una edificación, sino también en sus calles, donde se producen las ferias libres. De acuerdo a su aspecto físico, pueden clasificarse de la siguiente forma:

1.2.3. Clasificación de los mercados por su actividad

1.2.3.1. Mercados formales

Imagen 4. Mercado formal de la parroquia de Malacatos



Fuente: la autora

Elaborado por: la autora

Funcionan dentro de los edificios de la municipalidad, con condiciones higiénicas y sanitarias adecuadas, pueden ser minoristas o mayoristas (Plan Maestro y Estudio de Prefactibilidad).

1.2.3.2. Mercados informales

Imagen 5. Mercado informal de la parroquia Malacatos



Fuente: la autora
Elaborado por: la autora

Su característica principal es que son un conjunto de comerciantes ubicados en las calles, que no tienen ninguna dependencia y conexión física con un mercado formal. Son mercados que surgieron espontáneamente, obteniendo luego permisos de las autoridades para que se convierta en un comercio legal, a mitad de camino entre la zona de consumo y los mercados formales, causando problemas en las vías de circulación durante la mañana y parte de la tarde (Plan Maestro y Estudio Prefactibilidad de Mercados Minoristas, volumen I, 1998, p. 25).

1.2.3.3. Mercado espontáneo

Imagen 6. Mercado espontáneo en calles de España



Fuente: Dreamstime
Elaborado por: la autora

Grupo de comerciantes pequeños, que inicialmente se forma con ventas de verdura, fruta y algún tipo de granos. El mercado espontáneo se da ya que existe la necesidad de productos en un sector. Tienen la característica de crecer en corto tiempo y tender a convertirse en un mercado informal,

Se ubica en banquetas, áreas abiertas y en algunos casos en arriates, se diferencia con las ferias libres en que no tienen un puesto destinado por un administrador, ellos se

apropian de los lugares públicos con el fin de llegar a convertirlo al final en una feria libre.

1.2.3.4. Mercado móvil

Imagen 7. Mercado móvil



Fuente: Mr-trailers

Elaborado por: la autora

Mercado que se realiza en un camión. Se utiliza para abastecer de alimentos a los asentamientos humanos de escasos recursos, donde no existe ningún tipo de infraestructuras de servicio.

1.3. Funcionamiento del mercado por categorías

De acuerdo al (Plan Maestro y Estudio de Prefactibilidad de Mercados Minoristas, volumen I, 1998, p. 42, los locales se pueden clasificar por las siguientes categorías:

1.3.1. Locales de primera categoría

Compuestos por carnicerías, comedores, artesanías típicas, abarrotes, ropa y calzado.

1.3.2. Locales de segunda categoría

Compuestos por productos lácteos, marinerías, pollerías, misceláneos, refresquerías, pescados y mariscos.

1.3.3. Locales de tercera categoría

Compuestos por verduras y frutas, flores y comida preparada.

1.4. División del mercado por zonas

De acuerdo al (Plan Maestro y Estudio de Prefactibilidad de Mercados Minoristas, volumen I, 1998, p. 44), los mercados se dividen en las siguientes zonas:

1.4.1. Zona húmeda

Es un área que requiere necesariamente de la instalación de agua y drenaje para su limpieza, los productos son de primera necesidad y su característica principal es que su piso frecuentemente permanece húmedo por el residuo que botan los artículos que se venden en esta zona. Los productos que podemos encontrar aquí son: carne, pollo, mariscos, queso y los comedores.

1.4.2. Zona semi-húmeda

Esta área se caracteriza ya que su producto no necesita comúnmente de agua, forman parte de esta zona los productos como: frutas, hortalizas y flores.

1.4.3. Zona seca

Se define área seca ya que los productos no necesitan de agua, su ubicación debe de ser lejos de la zona húmeda, para que los artículos permanezcan en buen estado. Podemos encontrar estos productos: granos y abarotes.

1.5. Importancia higiénica en los mercados

Guardia y Oyon (s.f.) nos dicen que “ los mercados que están en la actualidad no fueron ubicados por un previo estudio sino por un asentamiento que existió, ocupan un área de terreno no apta para el número de habitantes, en el cual compradores y consumidores cumplen con la función de vender-comprar sin estar en las condiciones adecuadas, vendiendo muchas veces productos de baja calidad, ya que no existe un confort térmico para los productos”.

Los mercados informales carecen de condiciones higiénicas, por lo general, en la mayoría de los casos, no existen servicios sanitarios ni agua corriente y, probablemente, no se toman medidas para el manejo de desechos. En la temporada de lluvias o de vientos el área del mercado puede ser extremadamente fangosa y los vendedores estar obligados a exhibir sus productos sobre el piso, con el riesgo de que se contaminen con polvo, lodo o más efectos contaminantes.

Muchos mercados municipales no tienen un registro sanitario frecuente, no obstante que a los usuarios se les cobran derechos. Los mercados innovados deberían minimizar todos estos problemas para reducir el peligro de la contaminación de alimentos, ya que según las normas INEN de Mercados Saludables, en el artículo 4.11, requisitos relativos al control y aseguramiento de la inocuidad, dice: “El mercado debe contar con un programa de control y aseguramiento de la inocuidad, el cual debe ser esencialmente preventivo y cubrir todas las etapas de manipulación y elaboración del alimento, desde la recepción hasta la comercialización”, así las personas que lo consumen no tienden a enfermedades por ingerir los alimentos.

1.6. Definición de feria libre

Para el Diccionario de la RAE (Real Academia Española, 2001), la feria significa “Mercado de mayor importancia que el común, en paraje público y días señalados”, palabras que describen de manera acertada el concepto con el que se conocen a las ferias libres en Ecuador, las cuales se institucionalizaron en el año de 1989.

Las Ferias Libres se denominan como un lugar público, el cual podemos encontrar un vínculo con el aire libre o un espacio abierto. “Se instalan en determinadas calles de la ciudad y abastecen normalmente los sectores populares de nuestras ciudades” (Mora, 2003,). En criterio de la FAO sobre el comercio de las ferias libres está generalmente reglamentado por cada gobierno municipal, los cuales poseen cierta autonomía para adecuar las normas que reglamentan el comercio que se realiza en la vía pública, de acuerdo a las políticas de los municipios.

En las ciudades latinoamericanas, Páez (2004) manifiesta que éstas se encuentran escritas con la tinta inagotable del comercio callejero, que explica precisamente por qué

ellos se dan, en perfecta sintonía, la relación entre lo flexible, libre y dialogante de lo informal con el flujo vertiginoso de la ciudadanía en movimiento.

1.6.1. Influencia de la feria libre en los mercados

Según Barria (2011), “Las ferias cuentan con una larga tradición histórica dentro de la ciudad, sus orígenes se remontan a comienzos de la república, lo que ha permitido que en la actualidad estas sean reconocidas y legitimadas, tanto en la práctica como en los discursos, como parte integral de la configuración urbana”. En este sentido, las ferias libres, aparte de ser una alternativa de economía informal que provee estrategias de supervivencia, se han constituido en lugares de convivencia y de participación comunitaria, en los cuales existe un fuerte sentido de pertenencia respecto al espacio urbano, “dotándolo de nuevas acciones, imaginarios, significados y una serie de otros elementos”.

La feria libre se convierte en una competencia para los vendedores formales, que se encuentran en una infraestructura pagando arriendo todos los días, mientras que los de la feria libre pagan muy poco por estar en un lugar de la vía, ya que tienen días específicos para vender, sin embargo esos días son de mucha afluencia, ya que se encuentra en el imaginario colectivo que los productos que ahí expenden son más frescos y económicos.

Los vendedores en el mercado consideran que las ferias libres son quienes impiden el ingreso de los clientes a sus puestos, ya que se ubican alrededor, esto produce concomitantemente congestión vehicular y peatonal, interrumpiendo incluso el lugar donde pueden parquear los vehículos de los compradores que llegan al mercado.

1.6.2. Las ferias comerciales como espacio de trabajo y socialización

Las ferias comerciales urbanas son, ante todo, un lugar de intercambios comerciales, un espacio de interacción social, de encuentros y socialización. Pero, a su vez, también ofrece a algunas personas un ámbito de trabajo particular: un espacio que hemos definido como difundido, difuso y conflictivo (Busso y Gorban, 2003).

Las ferias libres son casi tan antiguas como los mercados, ya que, al igual que ellos, la historia de las ferias se remonta a los regímenes monárquicos, cuando grupos de artistas y comerciantes se unían para presentar sus espectáculos y productos en la mayoría de los pueblos perteneciente a un determinado reino, y tenían días específicos de funcionamiento, la mayoría de ellas se ejecutaban una o dos veces al año. Pero, también eran consideradas como un lugar público donde a la soberanía comercial del pueblo se añadió una oportunidad de liberación social y cultural.

La feria libre, desde sus inicios, tenía la característica de intercambio de productos que lo hacían en las plazas, luego retomaron las vías, sin embargo, sigue siendo para muchas personas un lugar de encuentro donde específicamente los días domingos, que son las ferias libres, llevan a su familia a la iglesia para luego visitar este espacio de intercambio cultural y social.

1.7. Situación socio económica

1.7.1. Economía informal

Economía informal es el nombre que se le da a un gran número de actividades que están catalogadas dentro del sector informal de la economía. Es producida por un asentamiento de comerciantes que pagan un mínimo impuesto para su negocio, sin embargo, producen

el mayor comercio en la ciudad, ya que la gente al paso va comprando los productos sin tener que ingresar a una infraestructura.

Generalmente, este no brinda a los consumidores un buen servicio en cuanto a higiene se refiere, ya que se encuentran ubicados al aire libre, sin precauciones especializadas, pero muchas veces genera más economía que los propios mercados, ya que la gente tiene preferencia a estos comerciantes informales por el costo de su producto.

El Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), define como pertenecientes al sector informal de la economía a los ayudantes de familia, a los cuales no se les paga un salario, a las empleadas del servicio doméstico, a los trabajadores que se encuentran trabajando por su propia cuenta en actividades propias o familiares (excluyendo trabajadores y técnicos), a los obreros y empleados asalariados del sector privado, y patrones o empleadores vinculados a empresas con diez o menos personas ocupadas. Por el contrario, el empleo formal agruparía a los profesionales y técnicos independientes, los empleados del Estado y los asalariados y patrones de empresas privadas de más de diez personas.

1.7.2. Economía de los mercados

El mercado es considerado equipamiento mayor, ya que abastece a un gran radio de influencia. Los mercados de la ciudad son una clave para el desarrollo económico y la creación de empleo, la cohesión social, vida sostenible y la regeneración urbana.

Para Walliser (2014), “El desarrollo económico y la prosperidad que significaron para dichas ciudades fue el comienzo de un importante modelo comercial y de abastecimiento alimentario, que poco a poco se ha visto sustituido por modelos

alternativos y por la propia transformación de la ciudad y de los estilos de vida de sus habitantes”.

Barría (2011), dice que los mercados públicos se establecen como las incubadoras de las pequeñas empresas más rústicas. Los mercados, desde una feria de las pulgas, hasta un mercado de alimentos de funcionamiento diario, son el paraíso para que algunas minorías, los inmigrantes o incluso las mujeres, puedan formar un negocio. Esto sucede básicamente por estas plazas que son baratas para iniciarse comercialmente, al igual que para las operaciones. Frecuentemente, los vendedores sólo tienen que invertir en una pequeña y económica infraestructura, con bajos riesgos y mínimos recursos. Rara vez los vendedores se endeudan para iniciar este tipo de negocios, la investigación mostró que este tipo de vendedores inicia sus negocios con su propio dinero.

En las últimas décadas, los mercados han ido entrando en ciclos de decadencia que en ocasiones han provocado su desaparición. Actualmente, un buen número de mercados está experimentando diferentes fórmulas de regeneración, que van desde la fórmula mixta de instalar supermercados que complementen la oferta del mercado, hasta la transformación en espacios comerciales orientados al turismo, denominados mercados-gourmet, donde la gente muchas veces prefiere visitar, ya que se encuentran con la última tecnología.

1.8. Apropiación de la calle en ferias libres

Desde el inicio de la era urbana, hasta hoy en día, en las ciudades podemos encontrar zonas con concentración de actividades comerciales que sirven para todo público, tanto de uso cotidiano, como casual y que son una fuente de intercambio social y cultural.

El comercio informal es actividad no regulada, que surge como una necesidad para la gente de escasos recursos, que carece de un espacio físico definido normado en el cual desarrollarse. Esta situación provoca una constante disputa por el espacio público, transformándolo, adueñándose de la vía pública, generando situaciones de desorden, obstrucción, suciedad, informalidad, deteriorando la imagen urbana y, por último, estableciendo una competencia desleal con el comercio formal.

El comercio en vía pública se transforma en un problema, apropiación de espacios públicos, falta de higiene, ruidos, mala imagen, desorden, falta de garantías de productos, muchas de las veces podemos encontrar productos robados, instalaciones inadecuadas y, el principal problema, competencia desleal con establecimientos regulados.

1.9. Cadena de intermediación de los productos

En el Ecuador, cuando se produce un encarecimiento de los productos alimenticios, se lo atribuye básicamente a la acción de los especuladores y a la existencia de una larga cadena de intermediación, entre el productor y el consumidor. Sin negar la validez de estas afirmaciones, se debe reconocer que el fenómeno tiene un nivel de complejidad muy alto. Hay factores mucho más decisivos en la determinación de los precios. En primer lugar, se encuentran los vinculados con la producción y la escasez de productos.

El tamaño de la cadena de comercialización y la especulación son fenómenos que corresponden exclusivamente al ámbito de la circulación de mercancías y que excluye, por lo tanto, los factores relacionados con el proceso de la producción y con los de la macroeconomía.

Aún en el ámbito de la circulación, hay otros elementos que merecen ser tomados en cuenta para el análisis. Entre estos pueden incluirse la distancia entre las zonas de

producción y las de consumo; la distancia entre los centros urbanos de acopio y redistribución de productos y los de expendio al detalle y el tamaño de la cadena de intermediación.

Los productos son más baratos cuando se canalizan por una cadena de distribución corta, compuesta por el agricultor-comprador mayoritario y el vendedor, cuando existen más intermediarios sube el precio y el producto se maltrata al cambiar de manos y no llega al mercado en las mejores condiciones.

1.10. Marco legal

1.10.1. Norma técnica ecuatoriana (INEN) para diseño de un mercado saludable

• Localización, diseño y construcción

- El mercado debe estar alejado de fuentes de contaminación que representen riesgo para la inocuidad de los alimentos, en particular de zonas propensas a inundaciones y zonas industriales.
- El mercado debe contar con infraestructura física, que impida el ingreso de animales y facilite el control de plagas, así como otros elementos del ambiente exterior, como polvo y materias extrañas, con la finalidad de mantener las condiciones sanitarias.
- La construcción debe ser sólida y disponer de espacio suficiente para la instalación, operación y mantenimiento de los equipos y puestos de comercialización, así como para el movimiento del personal, usuarios y el traslado de materiales y alimentos.

- El mercado debe brindar facilidades para la higiene personal.
- El diseño y la distribución del mercado debe permitir un mantenimiento, limpieza y desinfección de la infraestructura, que minimice el riesgo de contaminaciones.
- El mercado debe contar con una guardería para el cuidado de los hijos de los trabajadores/as de los mercados.
- El mercado debe contar con un sistema de drenaje para las aguas lluvias y las aguas residuales.

● **Área y estructuras internas**

- El mercado debe ser distribuido y señalizado de manera que facilite el flujo de trabajo, siguiendo de preferencia el principio de flujo hacia adelante. La señalización debe realizarse de acuerdo a la NTE INEN 439.
- Las áreas internas del mercado deben estar divididas en zonas o giros según el nivel de higiene, dependiendo de los riesgos de contaminación y de los alimentos.
- Los pisos, paredes y techos deben ser contruidos de materiales impermeables, no porosos, que permitan la limpieza y mantenimiento.
- Las paredes de los puestos de comercialización deben tener una superficie lisa de baldosa o pintura lavable, hasta una altura mínima de 2 m.
- En las áreas donde se manipulan y preparan los alimentos, las uniones entre las paredes y los pisos deben ser cóncavas (redondeadas) para facilitar su limpieza y desinfección.
- Las superficies y materiales, particularmente aquellos que están en contacto con los alimentos, deben ser de materiales que no contengan sustancias tóxicas y

deben estar diseñados para el uso previsto, fáciles de mantener, limpiar y desinfectar.

- Los pisos deben ser de material antideslizante y liso, resistente a los golpes, libres de roturas y grietas.
- Los pisos deben tener una pendiente mínima de 2 %, que permita el drenaje de efluentes líquidos provenientes de la limpieza.
- Los techos, falsos techos e instalaciones suspendidas, deben estar contruidos de manera que eviten la acumulación de suciedad, condensación, formación de mohos, desprendimiento de partículas y además faciliten su limpieza y mantenimiento.
- Las ventanas y aberturas deben ser contruidas de manera que eviten la acumulación de polvo o suciedad y, en caso de comunicación con el exterior, estar provistas de malla contra insectos.
- Las puertas deben tener una superficie lisa y no absorbente, de fácil limpieza y, cuando sea necesario, desinfección.
- Los pasillos no deben ser utilizados como áreas de almacenamiento.

● **Iluminación y ventilación**

- La iluminación puede ser natural y/o artificial, debe ser adecuada para permitir la realización de las tareas para que no comprometa la higiene de los alimentos y no alterar la visión de los colores de los alimentos que se venden.
- El sistema eléctrico debe estar en buen estado y contar con un generador alterno de energía eléctrica de encendido automático, de acuerdo a los requerimientos energéticos del mercado.

● Instalaciones sanitarias

- La ventilación puede ser natural o artificial, directa o indirecta, para reducir al mínimo la contaminación de los alimentos transmitida por el aire.
- El mercado debe contar con instalaciones sanitarias, como servicios higiénicos, duchas y vestidores, dotados de facilidades higiénicas, en cantidad suficiente e independiente para hombres y mujeres, de acuerdo a lo detallado en el Anexo A, y con accesibilidad para personas con discapacidad según la NTE INEN 2293.
- Las instalaciones sanitarias deben mantenerse permanentemente limpias, ventiladas y con una provisión suficiente de agua e insumos de higiene personal (papel higiénico, jabón líquido, gel desinfectante, toallas desechables o secadores eléctricos).

● Suministro de agua

- El mercado debe disponer de un sistema de abastecimiento continuo de agua potable, en caso de no contar con el abastecimiento continuo se debe disponer de instalaciones para el almacenamiento, distribución y asegurar la calidad del agua.
- En caso de existir un sistema de abastecimiento de agua no potable debe ser independiente y estar identificado, el agua no potable se podrá utilizar para el sistema contra incendios, generación de vapor, refrigeración y otras aplicaciones similares, que no contaminen los alimentos.

- **Desechos líquidos y drenaje**

- El mercado debe tener un sistema de eliminación de desechos líquidos, que cuente con dispositivos de separación de grasa, instalados individual o colectivamente, previo a la descarga de efluentes, de acuerdo a la normativa vigente. Los drenajes y sistemas de disposición de efluentes deben ser diseñados y contruidos para evitar la contaminación de los alimentos, del agua potable o de las fuentes de agua potable almacenadas en el mercado.

- **Desechos sólidos**

- El mercado debe contar con un sistema de recolección diferenciada interna de desechos (orgánicos e inorgánicos), almacenamiento provisional en un área específica cubierta, con piso impermeable, con ventilación y señalización, accesible para su recolección y su posterior disposición final.
- Los desechos sólidos se deben retirar frecuentemente de los recipientes destinados para este fin, ubicados en los puestos y demás áreas del mercado. Los desechos deben disponerse de manera que se elimine la generación de malos olores, para que no sean fuente de contaminación o refugio de plagas.

- **Requisitos relativos a los equipos y utensilios**

- Los equipos y utensilios para manipulación de los alimentos deben estar en buen estado, ser de materiales que no contengan sustancias tóxicas, ni emanen

olores, sabores, ni que reaccionen con los ingredientes o materiales con los que entren en contacto.

- No se deben utilizar materiales que no puedan limpiarse y desinfectarse.
- Las tablas de cortar deben ser de madera, plástico u otro material, fácil de limpiar y desinfectar. Las tablas de cortar deben ser reemplazadas cuando se evidencie su deterioro.
- Las tablas de cortar de madera deben ser duras y no astillables, se recomienda el uso de pino, caoba, teca, roble, aliso, nogal.

A.1 Baterías sanitarias en comercios y oficinas

Para la dotación de servicios sanitarios en comercios se considerarán las siguientes relaciones:

- Para comercios, con área de hasta 100 m² de área utilizable: media batería de uso privado.
- Para comercios agrupados o no en general, mayores a los 1 000 m² y menores a 5 000 m² de área utilizable, con excepción de las áreas de bodegas y parqueos, serán resueltos con baterías sanitarias de uso y acceso público, distribuidas para hombres y mujeres, a través de la siguiente norma:
 - 1 inodoro por cada 500 m² de área utilizable o fracción mayor al 50 %.
 - 2 lavabos por cada cinco inodoros.
 - 2 urinarios por cada cinco inodoros de hombres, al que se añadirá un urinario de niños por cada dos de adultos.
 - Una estación de cambio de pañales de 0,60 metros x 0,60 metros, que estará incorporada en el área de lavabos de las baterías sanitarias de mujeres.

- Serán ubicados en cada piso, de tener varios niveles.
- Se incluirá una batería sanitaria adicional para personas con movilidad reducida, según lo especificado en la NTE INEN 2293.

Esta norma establece los requisitos y prácticas que deben cumplir los mercados, para la comercialización y/o elaboración de alimentos inocuos, aptos para el consumo humano (INEN, 2013).

Se puede y debe aplicar la norma antes mencionada para la intervención del mercado Malacatos, ya que garantizaría una infraestructura de calidad no solamente en el ámbito arquitectónico, sino también promovería una buena práctica de la actividad de adquisición, recepción, manipulación, preparación, comercialización y almacenamiento.

Capítulo 2

Marco referencial

2.1. Mercado municipal en Latinoamérica

2.1.1. Mercado “EL Ermitaño”

Imagen 8. Fachada frontal y lateral izquierda mercado El Ermitaño, Lima-Perú



Fuente: UNKU

Autores: Arq. Bernardo Aguilar León

Arq. Jorge Zaldívar Suárez

Ubicación: Lima – Perú

El proyecto fue escogido como referente en esta investigación, debido a que su intervención tuvo como finalidad llegar a una integración de los usuarios con los espacios que componen el mercado, mediante espacios flexibles, importante para este proyecto que considera primordial la integración del mercado con la feria libre en un espacio común y flexible.

● Descripción del mercado

Está ubicado en una extensión de 8 803,52 m², la Cooperativa de Servicios Especiales Mercado El Ermitaño Ltda. organiza el concurso para el proyecto del nuevo Mercado “El Ermitaño”, el cual, con cincuenta años de actividad, es el mercado de abasto más antiguo y más importante del distrito de Independencia y Lima Norte; que presenta la urgencia de plantear una reestructuración en la estrategia comercial y en consecuencia de la infraestructura del mercado.

El objetivo es consolidar a este mercado como uno de los centros de abasto más importantes de Independencia y de Lima Norte, contribuyendo de esta manera al desarrollo de la economía local, aportando bienestar dentro del distrito, así como también a la economía de Lima Norte. Este nuevo espacio urbano-comercial, a pesar de ser privado, tiene un componente social muy grande (Bayona, 2017).

● Análisis del contexto

Ubicado en el distrito de Independencia, al norte de Lima, el proyecto se implanta en un terreno con una pendiente moderada, próximo al cerro, el cual condiciona la geomorfología de la zona.

La propuesta se adapta y respeta su entorno, ya que la materialidad en cuanto a forma no causa una alteración visual desagradable para los habitantes, su altura respeta el contexto y se integra evitando la monumentalidad, el uso de suelo a su alrededor es principalmente comercial y alguno residencial, por lo tanto, no perjudica a los moradores ya que desde muchos años atrás este sector se lo conocía como comercial.

Los accesos principales al mercado se encuentran junto a las calles más concurridas, que disponen de amplios retiros, lo que facilita la circulación; además, dos entradas

secundarias que conectan con vías peatonales que responden a la ortogonalidad del edificio, estos accesos se encuentran bien ubicados y son claros, el uso de rampas en los accesos eliminan las barreras arquitectónicas, democratizando el acceso a todo tipo de visitantes, tengan o no una disminución física.

Imagen 9. Mercado El Ermitaño – Lima-Perú



Fuente: UNKU

Frente a esta premisa, se propone un edificio fraccionado en volúmenes de distintas dimensiones, formando un tejido adaptado a la trama barrial a fin de recuperar la escala del entorno inmediato y a nivel peatonal. De esta forma, se plantea una huella de piezas extraídas que marcan las entradas de la edificación en concordancia con la idea de integración interior- exterior (Bayona, 2017).

- **Análisis formal.**

El mercado se diseñó por medio de bloques flexibles de acuerdo a cada función, así obtiene relación con el entorno inmediato por medio de calles peatonales, el cual pueden circular de una forma continua.

Imagen 10. Mercado el Ermitaño con su contexto urbano.

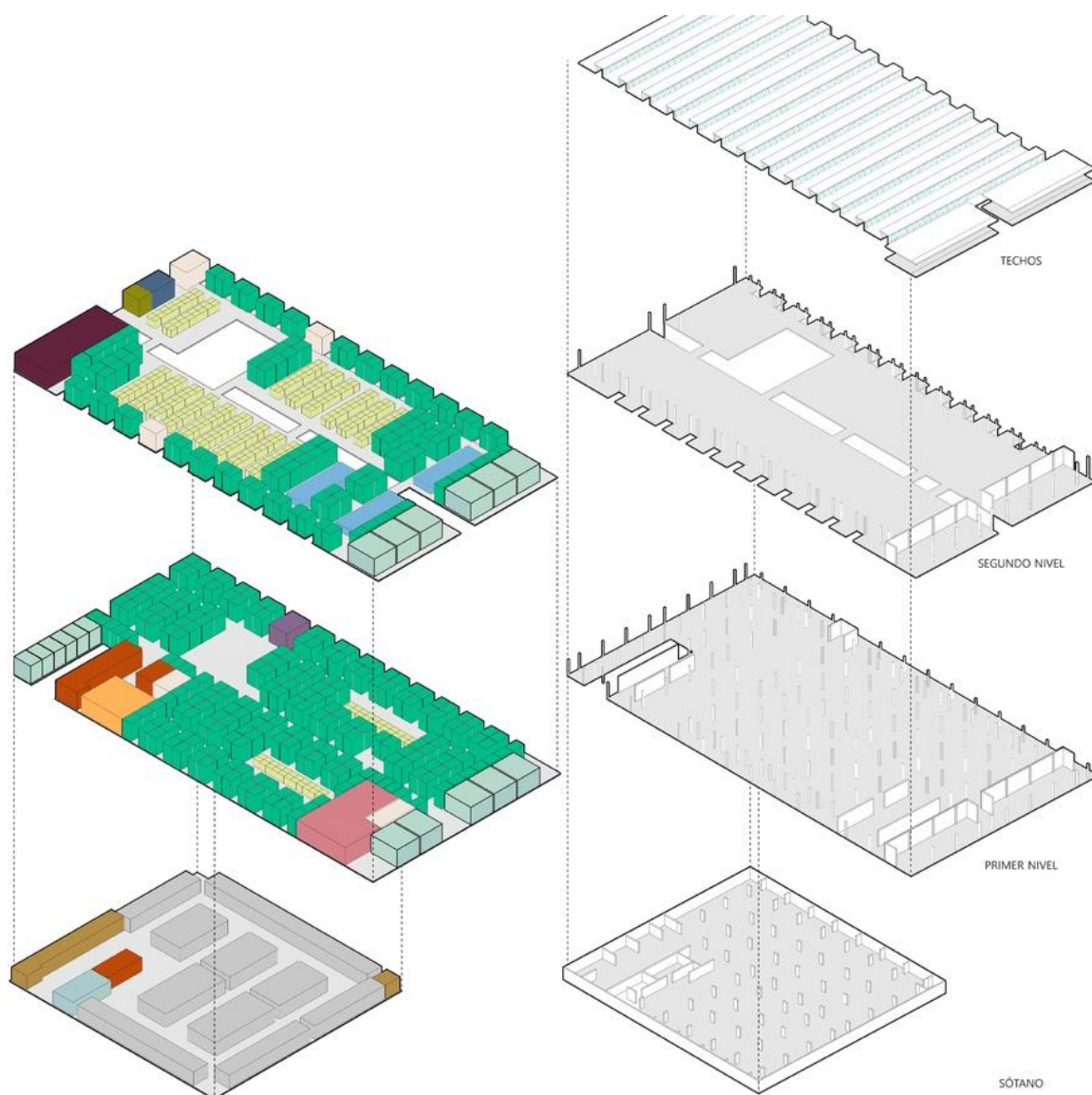


Fuente: UNKU

● **Análisis funcional**

La distribución ortogonal en bloques claramente definidos del mercado, distribuidos de acuerdo a sus productos y servicios, permite a los usuarios tener una visión clara y ordenada de los espacios, haciendo que las circulaciones sean de fácil lectura, que conectan de forma lógica con los ingresos, propiciando la vinculación de comerciantes con los consumidores que desemboca en una experiencia comercial agradable.

Imagen 11. Modelo de estructuración del mercado



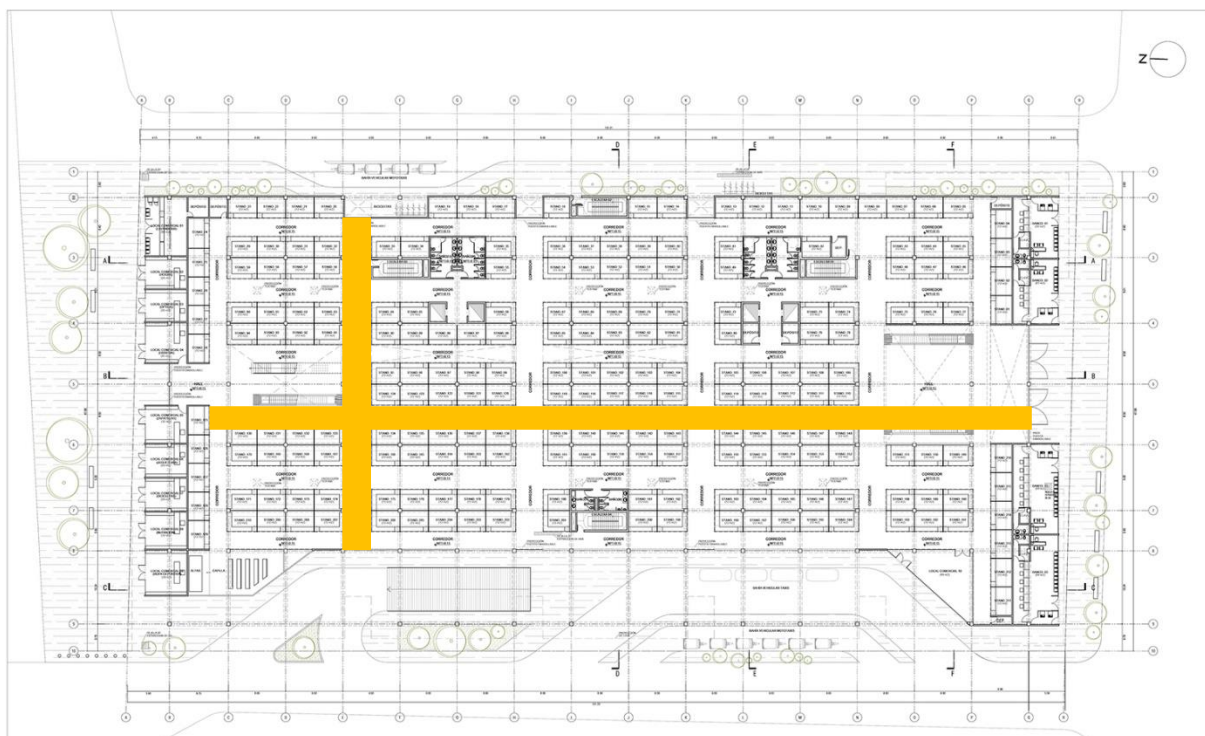
Fuente: UNKU

Imagen 12. Planta baja- modulación de puestos



Fuente: UNKU

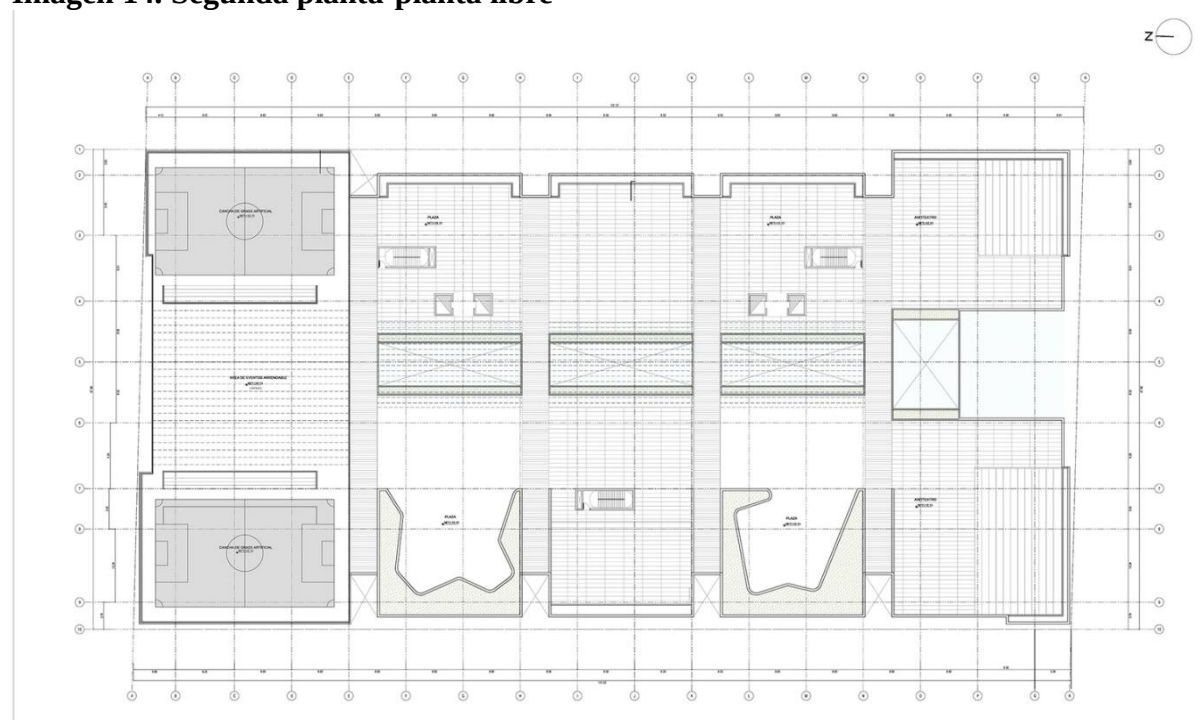
Imagen 13. Planta baja- definición de circulaciones



Fuente: UNKU

Podemos observar en la Imagen 10, la planta seccionada en espacios equitativos para los comerciantes, con circulaciones amplias y bien definidas. Los puestos de venta han sido organizados de acuerdo a los productos que ofrecen, lo que ha permitido ordenarlos por áreas que facilitan a los consumidores la ubicación de los productos que requieren, y de esta manera generar un orden de recorrido fácil y reconocible, haciendo más agradable y rentable la visita a los compradores y vendedores.

Imagen 14. Segunda planta-planta libre



Fuente: UNKU

Imagen 15. Comedor del mercado



Fuente: UNKU

En la segunda planta del mercado, de acuerdo al programa arquitectónico, recoge los comedores, dos canchas de fútbol y un área libre multiuso, lo que constituye como un área de encuentro y recreación social que le brinda al mercado la posibilidad de incluirse en el tejido social más allá del comercio, mejorando sustantivamente las expectativas de negocio y servicio a la comunidad.

● **Análisis técnico-constructivo**

El proyecto se plantea mediante un sistema de construcción conveniente para facilitar tanto lo constructivo como lo económico. El sótano y primer nivel, contruidos mediante losas, vigas y muros de concreto armado, hacen que sea visualmente algo más rígido y seguro por su materialidad, que a la vez reduce costos de pintado y minimiza el mantenimiento a futuro.

Imagen 16. Segunda planta del mercado



Fuente: UNKU

El segundo nivel y la cubierta se construyen mediante un sistema de vigas y columnas metálicas, que visualmente los visitantes aprecian como un espacio más libre y diáfano, constituyéndose en una de las razones por las que se colocó en este lugar el comedor y, debido a su menor carga, pudieron cambiar de materialidad a la estructura para así abaratar costos.

Imagen 17. Parte interior del mercado



Fuente: UNK

Podemos observar, el ambiente interno del área de comedores del mercado está fuertemente marcado por su materialidad, basada en materiales de construcción modernos como vidrio, hormigón, metal y chapas de madera, con un patio central cubierto que busca ser el protagonista y articulador del espacio, dotándolo a la vez de ventilación e iluminación natural que, conjugada con vegetación, se convierte en un lugar de descanso y relajación, donde se puede interactuar y establecer actividades complementarias al comercio.

● Síntesis

Este referente es útil para la presente investigación, ya que se trata de un mercado que apuesta por el bienestar del distrito, respeto por el contexto y fomenta el desarrollo de su economía sin olvidar el componente social, además, por la forma que trabaja la disposición espacial de los puestos de venta, generando ambientes iluminados, ventilados y vinculados, así como de circulaciones amplias y lógicas, que permiten el desarrollo comercial en beneficio de vendedores y compradores.

También, es importante en el proyecto su disposición por eliminar las barreras arquitectónicas y de esta manera democratizar su uso, así como la incorporación en la segunda planta de espacios que permitan brindar servicios complementarios en un lugar que suele ser abandonado en los mercados.

2.1.2. Mercado 9 de Octubre

Imagen 18. Fachada frontal y lateral derecha del mercado 9 de Octubre



Fuente: UNKU
Autor: Boris Albornoz

Ubicación: Cuenca - Ecuador

El Mercado 9 de Octubre está ubicado en el centro histórico de la ciudad, entre las calles Mariscal Lamar y Hermano Miguel. El edificio fue construido a principios de los años 30 del siglo pasado, y recoge los rasgos y características de la arquitectura de la época en la ciudad.

La presencia del mercado generó un cambio del uso de suelo en las construcciones circundantes. Tiendas y bodegas, consignaciones y abacerías fueron estableciéndose, afirmando una tendencia hacia la actividad comercial del sector.

El inmueble donde funciona el mercado ha permanecido inalterado hasta la actualidad. Sin embargo, la presencia de casetas de venta exterior y las baterías higiénicas, ubicadas próximas a la plaza, deterioraban la imagen del mercado.

El centro del mercado se abre con un espacio de circulación que conecta las tres plantas, y posee una gran entrada de luz cenital de forma central, favoreciendo la iluminación del espacio. Los espacios exteriores del mercado quedan liberados y constituyen espacios públicos de calidad para el disfrute de la ciudadanía (Albornoz, 2009).

Imagen 19. Mercado 9 de Octubre y su entorno



Fuente: www.borisalbornoz.com/proyectos/mercado-9-de-octubre/

El objetivo de intervenir este mercado era transformar el espacio y hacer que las personas lo visiten; lo que el arquitecto Albornoz realizó fue el reordenamiento del comercio informal, conservando la fachada exterior de la edificación construida a principios de los años 30 del siglo pasado.

Fue usada desde sus inicios como un mercado, por las necesidades de la ciudad. Un sitio ya considerado comercial por su uso de suelo que tiene alrededor, por la desorganización había permanecido oculto entre plásticos y saquillos de vendedores que ocupaban la plaza y las veredas circundantes, haciendo de su calle un pequeño mercado espontáneo muy alterado, ocasionando problemas de higiene y desorganización.

La infraestructura se integra con la plaza por medio de sus anchas camineras, que llegan a la plaza central, convirtiéndola en un lugar de espera de las personas que acompañan a los compradores.

Imagen 20. Antiguo mercado 9 de Octubre



Fuente: www.borisalborno.com/proyectos/mercado-9-de-octubre

Este proyecto sirve como referente, ya que fue pensado de manera urbana-arquitectónica, integraron en la infraestructura el comercio informal que existía en la calle, dejando espacio público a su alrededor para que la gente le dé el uso adecuado y no existan conflictos por consecuencia de los vendedores ambulantes. El mercado se encuentra en la parte céntrica de Cuenca, formando parte del centro histórico, considerándolo como un sector con grande influencia peatonal y vehicular, que es generado por el comercio que existe.

- **Análisis Formal**

La parte formal del proyecto se rige mucho a conservar la imagen actual que poseía, implementando ventanales que aprovechen iluminación y ventilación natural.

El proyecto de rehabilitación mantiene la vieja edificación con su uso original, mejorando las condiciones de venta para los comerciantes, la higiene, seguridad e infraestructura. El interior del mercado estaba concebido originalmente en un nivel, con la intervención se crean tres niveles, ampliando el área y permitiendo albergar de manera ordenada a todos los comerciantes.

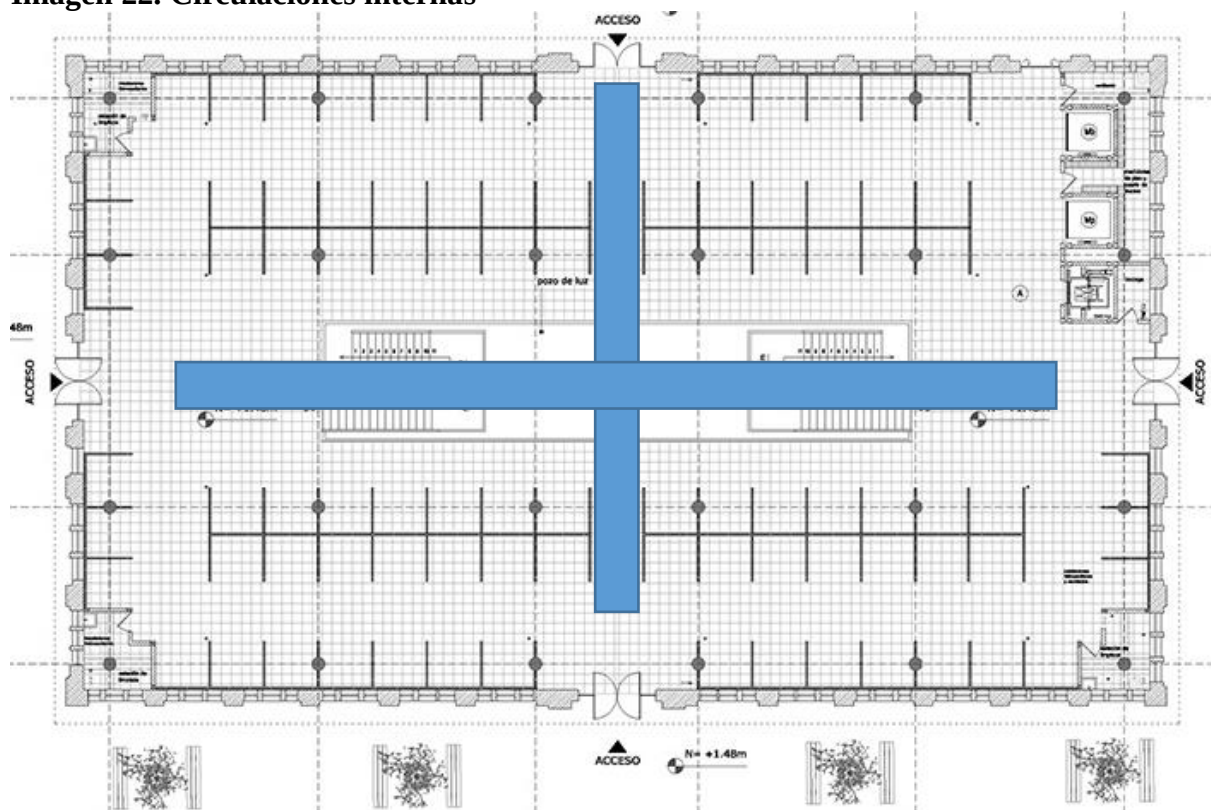
Imagen 21. Mercado 9 de Octubre con su contexto



Fuente: Plataforma Arquitectura.

● Análisis funcional

Imagen 22. Circulaciones internas



Fuente: www.borisalbornoz.com/proyectos/mercado-9-de-octubre/

Se puede observar el orden ortogonal que le dan a la planta, propiciando espacios ordenados, definiendo bien las circulaciones para que los puestos se relacionen entre sí, al igual que define las áreas por pisos, esto hace que la gente dentro del mercado no se desoriente. En la parte central se ha ubicado un ducto, que sirve para iluminar y ventilar naturalmente a todo el espacio interno del mercado, provocando la sensación propia de un lugar abierto que permite mejorar la experiencia de compra.

El mercado tiene cuatro accesos, uno en cada fachada, formando una cruz que divide y organiza el mercado, característica importante y útil, que fija circulaciones claras y funcionales que conectan al mercado con sus cuatro frentes.

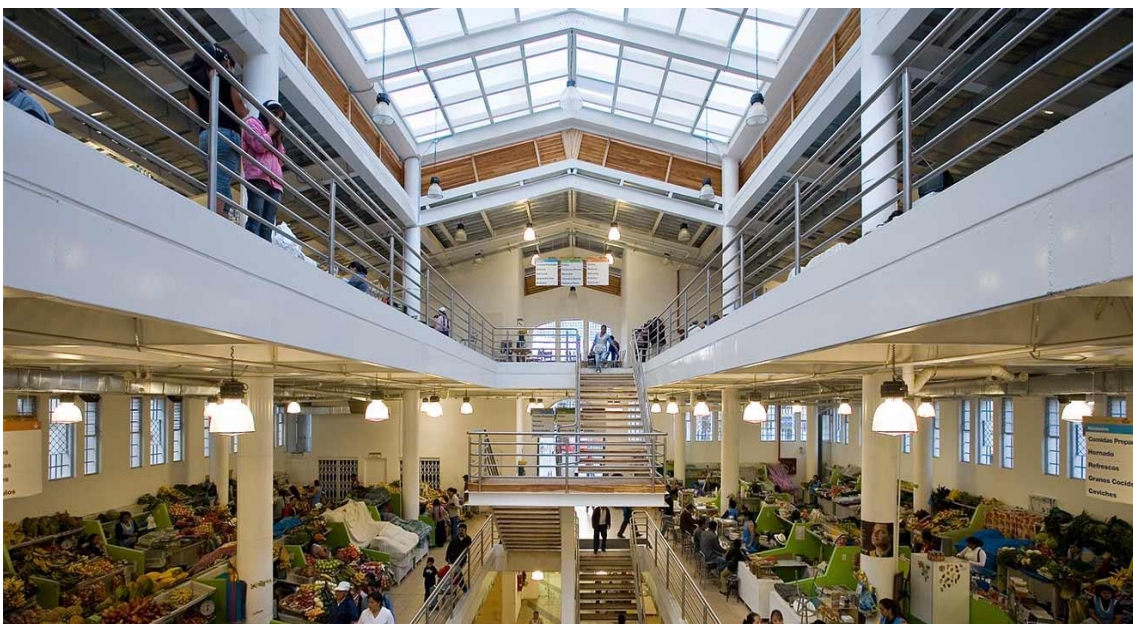
Imagen 23. Circulación vertical



Fuente: www.borisalbornoz.com/proyectos/mercado-9-de-octubre/

La circulación vertical permite mayor fluidez y mejora las visuales, los pasillos sirven de circulación que la gente utiliza para observar e interactuar durante todas las plantas con los mercaderes y sus productos.

Imagen 24. Ducto central



Fuente: www.borisalbornoz.com/proyectos/mercado-9-de-octubre/

Imagen 25. Segunda y tercera planta



Fuente: www.borissalbornoz.com/proyectos/mercado-9-de-octubre/

En la tercera planta se encuentra el patio de comidas, un espacio libre, iluminado y ventilado, que exige a los consumidores que hagan un recorrido por el mercado para poder llegar a este sitio.

- **Análisis técnico constructivo**

Imagen 26. Relación consumidores- comerciantes en el mercado 9 de Octubre



Fuente: www.borissalbornoz.com/proyectos/mercado-9-de-octubre/

La materialidad de la edificación se mantiene principalmente de hormigón, ya que en el análisis estructural fue considerada en estado bueno, en la intervención se integraron nuevos materiales, como el aluminio, vidrio y la madera, respetando su identidad como una edificación con historia y testigo fiel de una época que se adapta a las necesidades actuales de la sociedad a la que se debe.

● Síntesis

Este referente es válido y pertinente, debido a que resuelve con mucha asertividad un problema muy parecido al propuesto en esta investigación, que básicamente busca la integración del comercio formal e informal en un mismo espacio ya desbordado y, a la vez, responde a situaciones culturales muy parecidas a la parroquia Malacatos.

2.1.3. Mercado en San Pablo Oztotepec

Imagen 27. Vista de cubiertas del mercado San Pablo Oztotepec



Fuente: Gordoa, 2014

Autor: Mauricio Rocha

Ubicación: Milpa Alta – México

El mercado se encuentra ubicado en Milpa Alta, cerca del cuartel Zapatista, es una de las regiones mas pobres del distrito de México. En una superficie construida de 1 550 m², la iniciativa de este proyecto fue poder atender a las necesidades de los habitantes de San Pablo de Oztotepec, sabiendo que tiene condicionantes físicas, como su topografía pronunciada en su contexto, otra condicionante fue no tocar los muros de las fachadas sur, oeste, y por parte del Gobierno del Distrito Federal, Delegación Milpa Alta, estableció un corto tiempo de entrega y con un presupuesto limitado.

● Análisis Formal

La propuesta del proyecto en la parte formal se logró adaptar, ya que la infraestructura se establece de colores monocromáticos, prudente para su contexto, existiendo en la parte interna algo enriquecedor y mas vivo, que se crea por los productos de venta en cada local.

Imagen 28. Contexto del mercado de San Pablo de Oztotepec



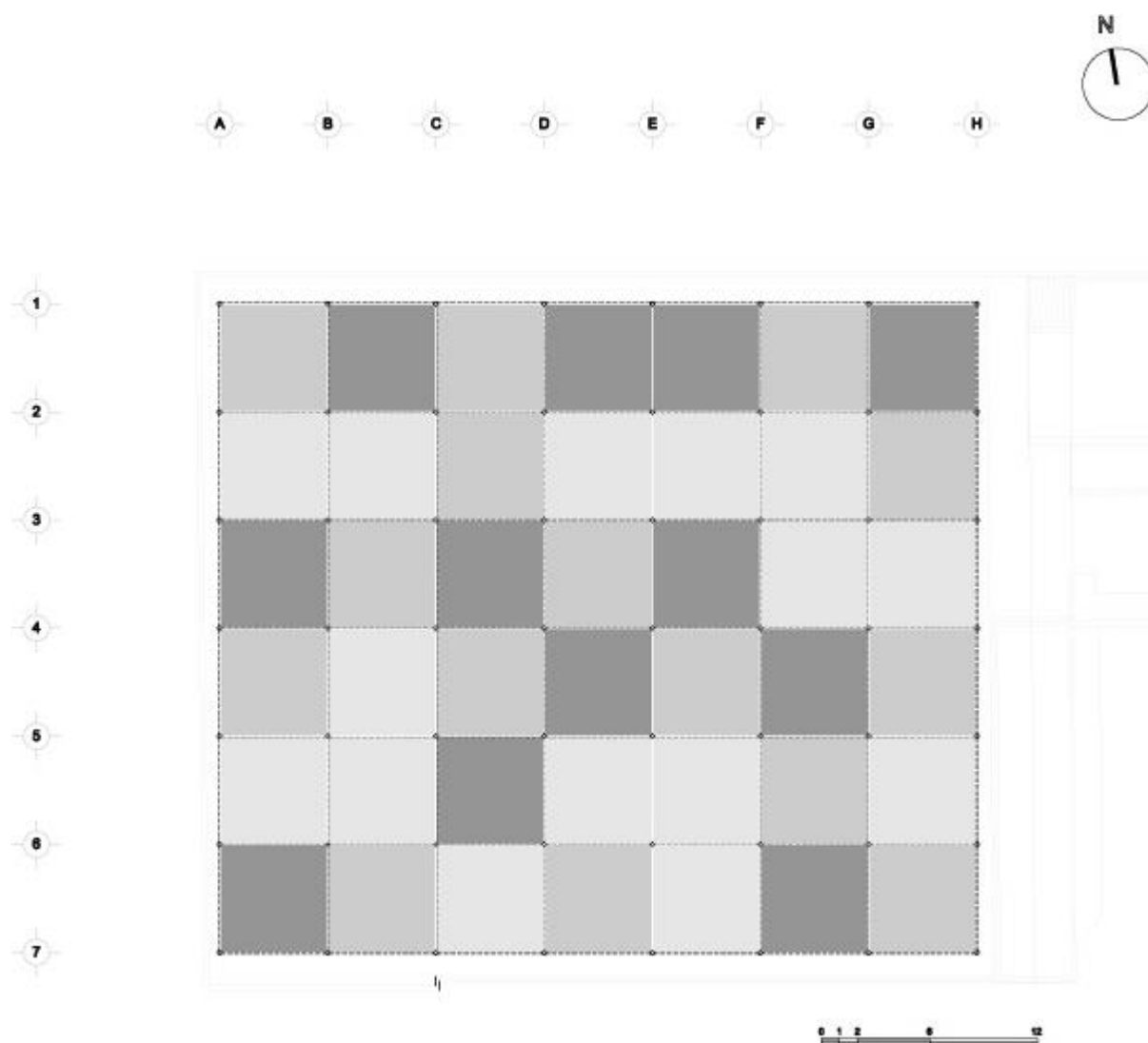
Fuente: Gordo, 2014

La materialidad utilizada en el proyecto concibe que este sea en bloques modulados, desde el exterior trataron que esta infraestructura no minimizar con pasillos de 3 m de ancho el cual sirve de circulación y a su vez de iluminación, los módulos generan a propósito una mezcla de actividades con el fin que los consumidores recorran todo el mercado.

● Analisis funcional

La función interna del Mercado se lleva por una directriz modular de 6 x 6 m, esto se debe a su estructura y responde a un óptimo aprovechamiento, tanto vertical como horizontalmente, ya que su medida comercial es de 12 m. Los locales tienen una medida de 3 x 3 m, teniendo un total de 79 locales comerciales, que se pueden acoplar en un módulo de 6 x 6 m o 3 x 6 m, dependiendo de las necesidades de cada uno.

Imagen 29. División funcional de la parte interna del mercado

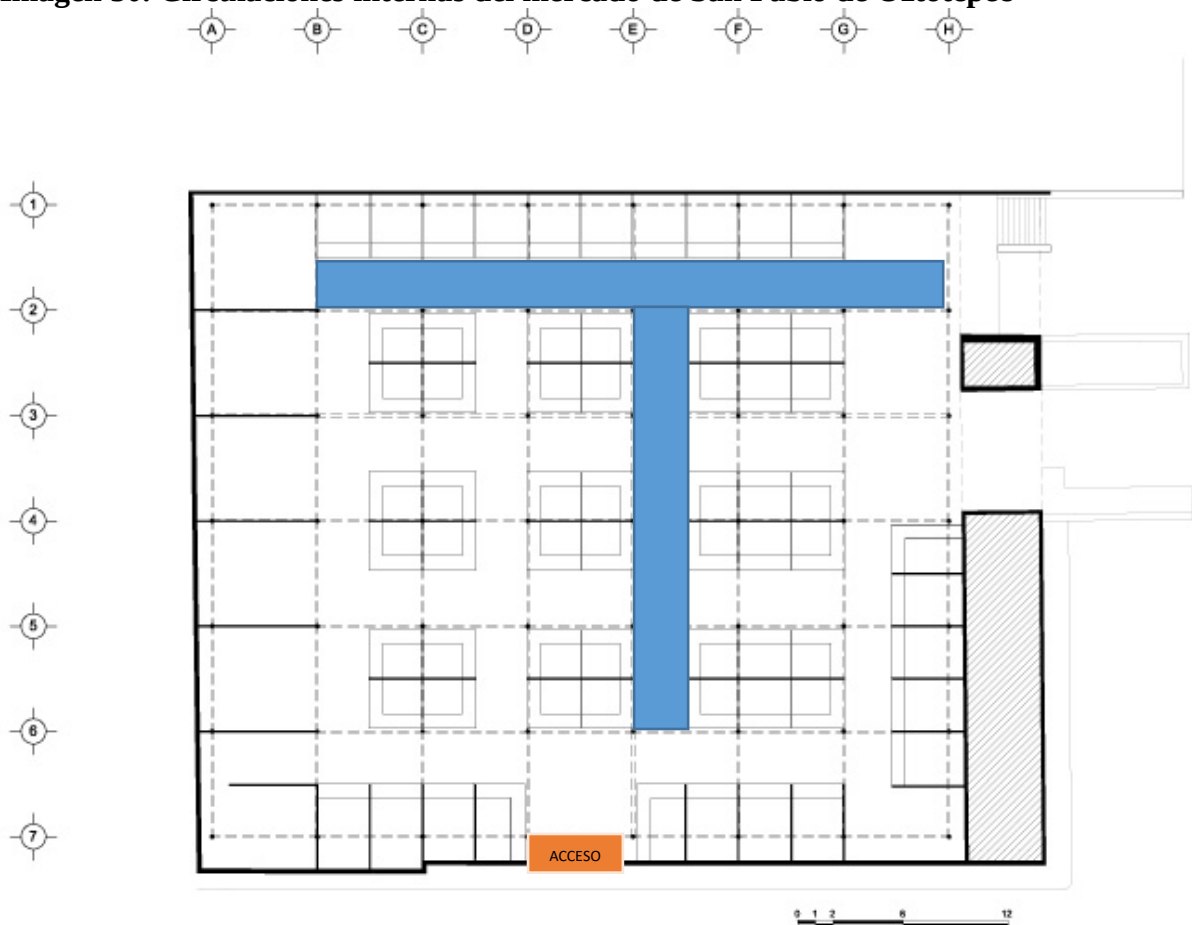


Fuente: (Gordoa, 2014)

● Circulaciones

Se puede observar el orden ortogonal que tiene su planta, propiciando espacios equitativos debido a su división modular, definiendo las circulaciones bastante claras con un ancho de 3 m. El mercado tiene un acceso principal, ubicado en la fachada sur, justamente en la mitad del mercado, esto hace que se divida y organice mejor la parte interna del mercado.

Imagen 30. Circulaciones internas del mercado de San Pablo de Oztotepec



Fuente: (Gordoa, 2014)

● **Análisis técnico constructivo**

Los materiales utilizados en el proyecto responden al presupuesto obtenido, sabiendo que es una infraestructura pública, los materiales requieren de poco mantenimiento, así no se notará el deterioro muy pronto y los gastos no serán frecuentes.

Se utilizó estructura metálica, debido a que es fácil de maniobrarla y rapidez en la construcción, integrados con materiales como bloque vidriado, cristal, concreto.

El sistema de bajada de aguas pluviales se sintetizó al máximo, debido a que el módulo más bajo colecta el agua del módulo más alto y así sucesivamente, concentrando un máximo de 4 módulos por bajada. De esta manera, se compensan las pendientes para un óptimo desagüe, tanto en la estructura como en la lámina, logrando así un efecto visual casi imperceptible (Rocha, 2014).

La cubierta planteada se debe a su crecimiento, el distrito tiene un crecimiento poblacional constante, por ende, la quinta fachada ayudaría a su ampliación ya planificada, con alturas distintas para lograr la iluminación y ventilación por las partes, evitando que los alimentos tengan contacto directo con el sol.

Imagen 31. Materiales utilizados en el mercado de San Pablo de Oztotepec



Fuente: (Gordoa, 2014)

● Síntesis

Este referente para el proyecto genera estrategias, que se pueden tomar en cuenta, su planificación adelantada por medio de la quinta fachada llega a resolver el problema del crecimiento poblacional, al igual que trabajar modularmente se pueden crear espacios de fácil acceso y de circulaciones claras.

2.2. Tabla comparativa de referentes

Tabla 1. Síntesis comparativa de referentes

	EL ERMITAÑO	9 DE OCTUBRE	SAN PABLO OZTOTEPEC
CONTEXTO URBANO	El proyecto se logra integrar con el espacio público, ya que deja una calle peatonal la cual se integra con la infraestructura y permite un espacio comunitario.	Anteriormente los quioscos de la parte exterior del mercado deterioraban la imagen urbana, con la nueva propuesta mejoró este aspecto, además de optimizar la accesibilidad y el espacio público.	La intención fue obtener una arquitectura contemporánea, accesible con el contexto urbano y con su habitabilidad.
CONCEPTUAL	Revitalizar la infraestructura para que el equipamiento sea visitado, así se mejoraría la economía local.	Liberar el espacio público y mejorar la imagen urbana con el reordenamiento del comercio informal.	Atender las necesidades más urgentes de los habitantes, sin que afecte las fachadas laterales, se explotó al máximo la quinta fachada que es para un futuro crecimiento, utilizando colores monocromáticos.
FORMAL	Se diseñó por medio de bloques flexibles de acuerdo a cada función, así obtiene relación con el entorno inmediato (calles peatonales), el cual pueden circular de una forma continua.	La parte formal del proyecto se rige mucho a conservar la imagen actual que tenía, implementaron ventanales que aprovechen iluminación y ventilación natural.	La materialidad utilizada en el proyecto concibe que este sea en bloques modulados con pasillos de 3 m de ancho el cual sirve de circulación y a su vez de iluminación, los módulos generan a propósito una mezcla de actividades con el fin que los consumidores recorran todo el mercado.
FUNCIONAL	Distribución ortogonal en bloques, con circulaciones amplias y bien definidas, su ingreso permite que los usuarios tengan una visión clara y ordenada de los espacios, las circulaciones son de fácil lectura y	Distribución ortogonal, definiendo bien las circulaciones para que los puestos se relacionen entre sí, la parte central se ha ubicado un elemento traslúcido que crea efecto de espacio abierto desde la parte	Distribución modular de 3x3 m, el cual en la parte interna cada uno hace su función de acuerdo a su venta con pasillos de 3 m, no permite el asoleamiento directo hacia los productos, cubriéndolos de persianas metálicas

CONSTRUCTIVO**APORTE AL PROYECTO**

conectan de forma lógica con los ingresos, propiciando la vinculación de comerciantes y consumidores.	interna, pero su función es iluminación y ventilación natural de la infraestructura.	en las fachadas sur y poniente, que impiden el paso directo del sol pero si permiten la luz indirecta natural y ventilación constante.
El proyecto tiene un sistema de construcción que facilita tanto lo constructivo como lo económico. El sótano y primer nivel contruidos mediante losas, vigas y muros de concreto armado hacen que sea visualmente algo más rígido y seguro por su materialidad	La edificación se mantiene principalmente de hormigón ya que el análisis estructural realizado lo estableció, se integraron nuevos materiales como el aluminio, vidrio y la madera, respetando su identidad.	El mercado tiene una estructura metálica, materiales vistos, como bloque vidriado, cristal, concreto y acero que responden al presupuesto obtenido, sabiendo que es una infraestructura pública estos materiales requieren de poco mantenimiento.
Este referente es útil para la presente investigación, ya que se trata de un mercado que apuesta por el bienestar del distrito, revitalizando el equipamiento, pensando en su contexto y mejorando el desarrollo de su economía. Consta la planta baja un espacio flexible en el cual pueden existir varias actividades.	Este referente es válido y pertinente debido a que resuelve con mucha asertividad un problema muy parecido al propuesto en esta investigación, que básicamente busca la integración del comercio formal e informal en un mismo espacio ya desbordado.	Este referente para el proyecto tiene un aporte importante ya que se encuentra una estrategia para resolver el crecimiento poblacional por medio de su quinta fachada, al igual que trabajar modularmente, se pueden crear espacios de fácil acceso y de circulaciones claras.

Fuente: autora.
Elaboración: autora.

Capítulo 3

Análisis y diagnóstico

3.1. Análisis histórico cultural

3.1.1. Antecedente histórico de Malacatos

Se provincializó en los años 1604 y 1690 con el nombre de Valladolid. Sus caminos reales fueron transitados por los aborígenes y los Incas, que conquistaron estas tierras desde el Perú; durante la colonia fue un sitio obligado de tránsito entre Lima y Quito, a través del camino del Inca o Qhapaq Ñan de 6 000 km de longitud, patrimonio mundial, que pasa por este lugar. La primera fundación fue precaria, llegó a tener cabildo, el mismo que estuvo gobernado por Juan de Sandoval en 1548 (Loja, 2012).

Imagen 32. Malacatos año 1980



Fuente:GAD Municipal Malacatos-SquaDrone
Elaboración: autora.

Imagen 33. Malacatos año 2017



Fuente: autor.
Elaboración: autora

Malacatos tiene un proceso de crecimiento urbano muy significativo, el primer equipamiento implantado fue la iglesia, aproximadamente en el año 1860, luego se realizó el mercado municipal, fue cuando los habitantes de la parroquia dejaron de utilizar la pequeña plaza como un lugar de intercambio de productos.

Se puede observar en las fotografías, sobre todo el crecimiento residencial, producto de la migración ciudad-campo y, en la actualidad, por personas jubiladas que ven en Malacatos un lugar idóneo para establecerse por su tranquilidad y clima.

Según el último censo del INEC, el crecimiento poblacional de Malacatos es constante, razón por la cual existe la necesidad de nuevas construcciones que respondan a un plan de crecimiento urbano técnico, para poder acoger a esta creciente demanda de pobladores, siendo un dato muy significativo la población flotante que llega solo los fines de semana a hacer uso de sus viviendas.

En cuanto a la infraestructura vial, Malacatos tiene un gran progreso, conforme crecen los asentamientos se van creando nuevas vías, en la actualidad cuenta con calles asfaltadas y con señalética necesaria, que fue incorporada en los últimos 10 años.

Imagen 34. Iglesia y plaza central 1980



Fuente:GAD Municipal Malacatos.
Elaboración: autora.

Imagen 35. Iglesia y plaza central 2017



Fuente: autora.
Elaboración: autora.

La plaza central es el elemento nuclear de Malacatos, lugar alrededor del cual se encuentran la iglesia, la tenencia política, la junta parroquial, la coordinación parroquial municipal, la policía comunitaria, cajeros de banco, muy cerca del mercado, etc., en resumen las edificaciones más representativas, en ellas se concentran muchas actividades de carácter social, cultural y comercial, para los habitantes es tradición visitar estos tres

espacios Mercado-Iglesia-Plaza, por eso lo conciben como un todo, además de considerarlo como un hito de la parroquia.

3.1.2. Antecedente histórico del mercado

Imagen 36. Mercado Malacatos 2010



Fuente: autora.
Elaboración: autora.

Imagen 37. Mercado Malacatos 2017



Fuente: autora.
Elaboración: autora.

El nuevo mercado unicpal de Malacatos fue rediseñado en el año 1986; el Sr. Carpio, trabajador del GAD parroquial Malacatos, manifestó mediante una entrevista de la investigadora, que la infraestructura siempre estuvo ubicada en este sitio, el primer mercado era de ladrillo, material fabricado en el sitio, que fue derribado ya que el espacio no satisfacía a la demanda poblacional, y que tuvieron que comprar los terrenos a los vecinos para que el equipamiento pueda crecer.

En la actualidad, ya han pasado 32 años, sin ningún tipo de intervención en el mercado para adecuarlo a las nuevas necesidades de la parroquia Malacatos, principalmente, por su crecimiento demográfico, además de deficiencia de espacios óptimos para los puestos de los dependientes, mobiliario en mal estado, cubierta con falta de mantenimiento, mala zonificación de los puestos, barreras arquitectónicas en forma de gradas para acceder a algunas áreas del mercado.

Existe un fenómeno que afecta al mercado de forma directa, al que hay que dar solución, es la presencia del comercio informal en sus alrededores, apropiándose de la vía pública todos los domingos, lo que ha generado un comportamiento social interesante, ya que los consumidores esperan este día para hacer la compra de la semana, dejando al comercio formal entre semana dentro del mercado, casi sin clientes, lo que ha provocado que la mayoría de los puestos del mercado estén abandonados.

3.1.3. Tradiciones de la parroquia

Dentro de la parroquia Malacatos no existe en la actualidad población indígena, debido principalmente al trabajo de las mitas que les obligaron a realizar, razón por la cual tal población ya no es identificable por atuendos o costumbres. Sin embargo, sus pobladores, mayoritariamente mestizos, tienen sus tradiciones heredadas, como su gastronomía, fiestas, cuentos y leyendas, cultivos, fiestas de tipo cívico y religioso propios, que construyen y constituyen su identidad.

3.1.3.1. Fiestas cívicas

El 24 de febrero es el aniversario de Independencia Política de Malacatos, que los pobladores aún conservan la tradición de celebrar en la plaza central, es una fiesta importante por lo que significa, pero por tradición las fiestas religiosas se viven con más intensidad y alegría.

3.1.3.2. Fiestas religiosas

Para Malacatos, la más importante fiesta religiosa es la del culto al Señor de la Caridad, Patrono del Santuario San Felipe de Malacatos, que se conmemora en el mes de agosto de cada año, siendo su día principal el 30 de agosto (PDOT, 2012) , fecha muy importante para el desarrollo económico, turístico y social de la zona, ya que se incrementa sustancialmente la visita de familiares y turistas locales y externos de todo el país, pero principalmente del cantón Loja que, debido a la bondad del clima y la algarabía de las fiestas, lo ponen como destino turístico cada año.

Además, las actividades que se realizan durante la fiesta son de lo más variadas y atractivas, como por ejemplo la feria agrícola, ganadera, artesanal, se destacan los bailes folklóricos, el rodeo montubio, el pregón de fiestas, la tradicional vaca loca, por lo que es responsabilidad de las autoridades locales y regionales brindar todos los utensilios que requieren para cubrir no solo las necesidades de los turistas sino sus expectativas, por lo tanto, es ineludible entre otras cosas mejorar la imagen urbana, proveyendo de espacios adecuados para el desarrollo del comercio formal e informal.

3.1.3.3. Las fiestas religiosas más conocidas en los barrios son

- Barrio Taxiche, que se celebra del 14 al 16 de junio en honor a San Isidro Labrador y San Vicente Ferrer.
- Barrio El Carmen, que celebra del 14 al 16 de julio en honor a la Virgen del Carmen.
- Barrio San José de Ceibopamba, que celebra en el mes de agosto en honor a San José.

- Barrio San Francisco, que celebra en el mes de octubre en honor a San Francisco de Asís.

Estas son las más importantes por repercusión social, Malacatos es un pueblo que aún acostumbra a realizar sus fiestas en la plaza, a orilla de la iglesia, reuniendo a la población para que exista interacción entre todos.

3.2. Análisis socio económico

De acuerdo a los datos de del Censo Nacional (2010), el 41,5 % de la población se dedica a actividades agropecuarias. La parroquia de Malacatos goza de un clima subtropical-seco, ideal para la producción ganadera y agrícola, donde destacan cultivos de ciclo largo, como la caña de azúcar, café orgánico y el banano, y de ciclo corto, el tomate, yuca, pimiento, poroto, zarandaja, pepino, naranja, limón, lima, brócoli, col, etc; plantas medicinales como toronjil, albahaca, cola de caballo, matico, guayusa, manzanilla, etc. Producción de bovinos con sus derivados como leche, quesos, quesillo, carne, que tiene gran demanda en la parroquia.

Todos estos productos antes mencionados tienen una gran aceptación en el mercado local y en el cantón de Loja, razón por la cual se incentiva su producción, que necesita un lugar donde ser comercializado y, como es costumbre en la zona, son los mismos productores en su mayoría los que lo hacen mediante el comercio informal, como una forma de empleo particular, ejerciendo su actividad en los espacios públicos el día domingo, la que por sus características, como poca inversión y pocos requisitos de capacitación, constituye una actividad económica accesible, capaz de otorgar los medios de subsistencia a sus promotores.

Imagen 38. Agricultores de Malacatos



Fuente: Prefectura de Loja.

Elaboración: Autora.

3.2.1. Análisis económico de los mercados y ferias libres

La evolución de las ciudades, sobre todo latinoamericanas, y sus transformaciones del espacio público, que nace como producto de la apropiación competitiva y desorganizada del comercio informal (feria libre) y formal (mercado), generan deterioro en todo sentido, incluso económico, pero no debe ser todo así, ya que con normativas, estrategias y equipamiento que logren la coexistencia de estas dos realidades de comercio, permitirán dinamizar la economía local democratizando las utilidades de la venta de productos, ya que se eliminan o acortan las cadenas de comercialización.

La feria libre suscita una gran demanda de personas que la visitan específicamente los fines de semana, ya que salen a la venta diversos productos propios de la región, vendidos directamente por los agricultores. Servicio que se ve complementado de lunes a viernes por el mercado municipal, al ser el único existente en la parroquia, razón por la cual abastece a todos los barrios y parroquias cercanas, principalmente con abarrotes y comida preparada.

Durante 30 años han coexistido estas dos formas de comercio formal e informal, que ocupan de forma ineficiente espacios públicos, uno la vía y el otro un mercado medio vacío, el problema a solucionar es cómo integrarlos bajo un mismo techo, respetando sus particularidades por el bien de la parroquia.

Imagen 39. Demanda de pobladores visitando mercado y feria libre



Fuente: Autora
Elaboración: Autora.

3.2.2. Comercio y actividades económicas de la población

3.2.2.1. La actividad agropecuaria

La actividad agropecuaria (41,5 % de la PEA) de la parroquia se ve fuertemente amenazada por el avance imparable de la parcelización de las más productivas tierras en fincas recreacionales, usadas en su gran mayoría para los fines de semana y días festivos, sin otra producción que mayor consumo de alimentos y recursos los días que se

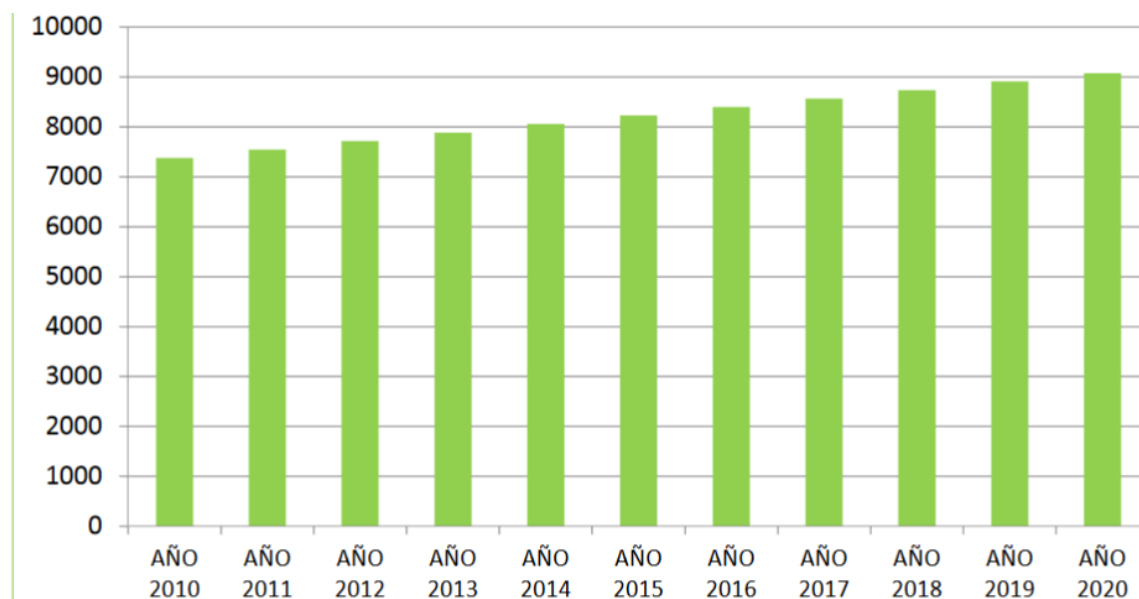
encuentran ocupadas, a esto hay que sumar la pérdida de producción debido al uso indiscriminado de ciertos agricultores de los productos agroquímicos, poniendo en descubierto la negligencia estatal y la diligencia de las empresas agroquímicas por vender sus productos sin mayor asesoría ni ética, peor aun con compromiso ambiental.

Según el censo realizado por el INEC (2010), solo el 0,8 % se dedica a actividades industriales manufactureras (elaboración de la panela y fabricación de ladrillo), esto representa aproximadamente a 200 personas del total de habitantes de la parroquia, debido principalmente a la pérdida de terrenos de cultivo, ya que es mucho más rentable a corto plazo venderlas por parcelas para las quintas recreacionales.

La producción agropecuaria en la parroquia tiene suficiente disponibilidad de agua para riego, para mejorar la producción en terrenos que no disponen de este recurso. Según la Senagua, en Malacatos se encuentran concesionados 2 098,3 l/s, que permiten el riego de 2 976,70 ha, utilizando un caudal continuo de 0,70 l/s/ha, así mismo 5,4 l/s están concesionados para el uso de abrevaderos, sin embargo, existe déficit de infraestructura de riego, especialmente de riego tecnificado a nivel de parcela, lo que condiciona dicha producción.

3.3. Proyección de la población

Desde el 2010 (último censo) hasta el 2020, la población de la parroquia de Malacatos experimentará un crecimiento significativo, de acuerdo a las proyecciones de población del INEC, que va desde los 7 114 (2010) a 9 076 habitantes (2020).

Tabla 2. Crecimiento de la población Malacatos

Fuente: INEC, 2010

Elaboración: Equipo Técnico SATDOT, 2015

La parroquia de Malacatos ha tenido un fenómeno de crecimiento exponencial desde 2001 al 2010 de 1,36 %, mientras que de 1990 – 2001 fue de tan solo 0,37 %, una de las razones más importantes que pueden justificar esta realidad es que esta parroquia es considerada como un referente turístico muy importante en esta región y podríamos decir que a nivel mundial, ya que son cada vez son más las personas locales y extranjeras que la eligen como destino permanente u ocasional de vivienda; en el mercado influye el crecimiento poblacional, ya que el espacio actual no es suficiente porque la demanda de personas se ha incrementado, como también las normativas para un mercado salubre no cumplen con la infraestructura ni las necesidades actuales de la población.

3.4. Análisis urbano

3.4.1. Ubicación

El objeto de esta investigación es la parroquia Malacatos, que se ubica al sur del Ecuador en la provincia de Loja y cantón del mismo nombre, cuya capital administrativa es la ciudad de Loja, cantón que tiene 13 parroquias rurales, siendo una de ellas la parroquia de Malacatos, a tan solo 33 km de dicha ciudad, lugar privilegiado por su clima, calidad de agua y gente de costumbres pacíficas y trabajadoras, que hacen de la vida en este sector un deleite.

Los límites de la parroquia Malacatos son los siguientes:

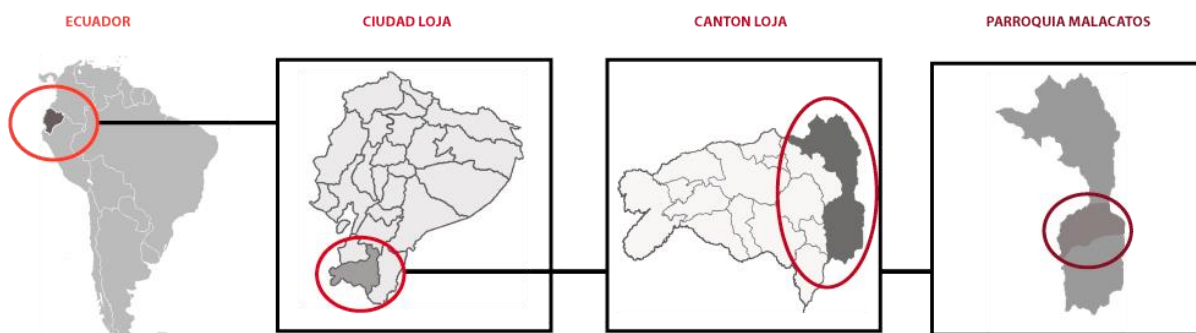
Norte: parroquia urbana San Sebastián del cantón Loja y parroquia rural El Tambo.

Sur: parroquia rural San Pedro de Vilcabamba y Vilcabamba.

Este: parroquia Sabanilla y cantón Zamora.

Oeste: parroquia rural Purunuma y una parte del cantón Quilanga.

Imagen 40. Ubicación de la parroquia Malacatos



Fuente: Autora

Elaboración: Autora

3.4.2. Clima

La parroquia Malacatos cuenta en un 40 % de su territorio con un clima Subtropical-Seco, clima que se origina principalmente por influencia climática del Pacífico y la altitud baja de la cordillera occidental de los Andes que se encuentran al noroeste y oeste de la parroquia, que permite la circulación de masas de aire secas de la corriente de Humboldt de mayo a diciembre y masas de aire húmedas de enero a abril de la corriente de El Niño; estas corrientes originan temporadas bien definidas una seca y otra lluviosa, razón por la cual no se debería realizar ninguna construcción a cielo abierto, por cuatro meses a partir de enero, debido a la abundancia de las lluvias.

Clima muy agradable el de Malacatos, que permite el cultivo de una gran diversidad de alimentos en el campo, así como la posibilidad de efectuar diferentes actividades al aire libre, como el disfrute del agua de las piscinas, hacer deporte, socializar, etc., una de las razones principales por las que es considerada una zona turística importante y de gran demanda.

3.4.3. Temperatura

La temperatura del aire es el elemento del clima al que se asigna mayor importancia, como causa de las variaciones que experimentan el crecimiento, el desarrollo y la productividad de los cultivos agrícolas. Por esta razón, es necesario conocer la disponibilidad (cantidad y duración) y el régimen térmico de una localidad, que con las disponibilidades hídricas (precipitación y humedad edáfica) permitirá cuantificar la aptitud climática regional.

La Tabla 3 evidencia, según el Inamhi, el registro histórico durante un año de la temperatura en el cantón y algunos referentes de otras estaciones para establecer comparativas.

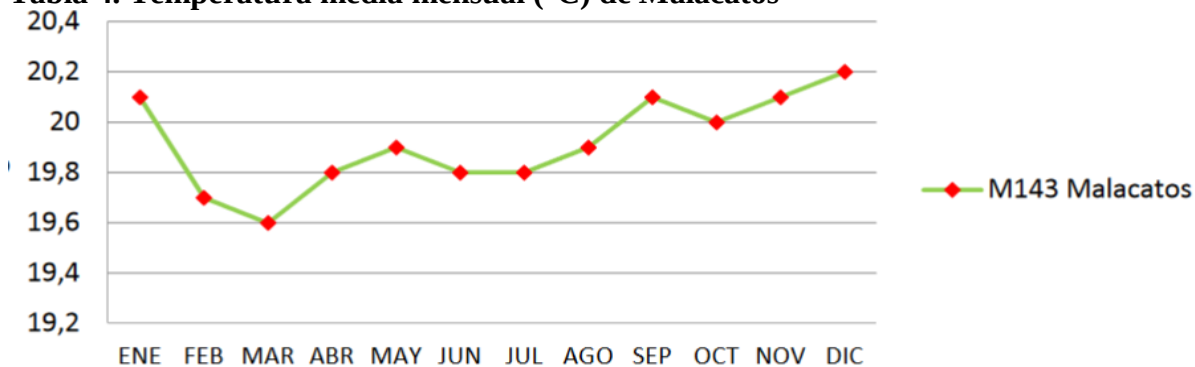
Tabla 3. Temperatura mensual y anual de Malacatos

CÓDIGO	ESTACION	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	MEDIA
M033	La Argelia-Loja	16,1	16,1	16,2	16,4	16,2	15,6	15,1	15,4	16,1	16,5	16,5	16,5	16,1
M143	Malacatos	20,1	19,7	19,6	19,8	19,9	19,8	19,8	19,9	20,1	20	20,1	20,2	19,9
M144	Vilcabamba	20,7	20,6	20,8	20,7	20,6	20,6	20,5	20,8	21,2	21,3	21,1	21	20,8
M147	Yangana	19,5	19,2	19,2	19,4	19,3	19,1	18,4	19	19,5	19,7	19,9	19,5	19,3

Fuente: Información Meteorológica del INAMHI, CURSEN-MAGAP, 2012

Elaboración: Autora.

Tabla 4. Temperatura media mensual (°C) de Malacatos



Fuente: MAGAP, 2012

Elaboración: Equipo Técnico SATDOT, 2015

En síntesis, se puede concluir que la temperatura media, de acuerdo a la Tabla 4, es de 20,3 °C en el 2015 en la parroquia Malacatos, con la consideración lógica que la temperatura disminuye a mayor altura del terreno.

Imagen 42. Equipamientos mayores de la parroquia Malacatos



Fuente: Autora
Elaboración: Autora

La iglesia y el mercado son los equipamientos que le dan la mayor actividad a la parroquia Malacatos por las diligencias que ahí se desarrollan y, además, se encuentran ubicados en el centro de la cabecera parroquial y la relación directa que tienen hacia la plaza, lugar donde las personas acuden a diversas actividades de relación social, económica y cultural, esto se da desde muchos años atrás, ya que siempre la plaza fue un punto focal para los habitantes de la parroquia y los turistas internos y externos que ahí se dan cita.

3.5. Análisis del sector

3.5.1. Ubicación

El mercado municipal de Malacatos, se encuentra ubicado en las calles Pío Montúfar entre Alejandro Bravo y Manuel Ignacio Godoy, en la parte céntrica de la parroquia, considerada una zona consolidada y de uso comercial, a 20 metros de la plaza central, lo que la configura como parte importante del tejido social, cultural y económico, dispone de todos los servicios básicos. Se considera un lugar accesible en vista de que se puede acceder peatonalmente y en carro sin mayor dificultad.

Imagen 43. Ubicación del mercado municipal de Malacatos



Fuente: Autora

Elaboración: Autora

3.5.2. Vientos

Los vientos predominantes en la zona van con la misma dirección que el río Malacatos, condicionado en parte por las construcciones perimetrales de este a oeste, la velocidad del viento presenta valores por encima de 3,7 m/s y llega a alcanzar valores máximos promedio de 10,5 m/s, la dirección de los vientos son óptimos para el mercado ya que fueron tomados en cuenta al momento de implantar dicha edificación y que pueda ventilarse naturalmente en la parte internamente.

Imagen 44. Vientos del mercado municipal de Malacatos



Fuente: Autora
Elaboración: Autora

3.5.3. Soleamiento

El recorrido solar este-oeste incide en la mañana en las edificaciones contiguas, mientras que el sol de la tarde afecta al área de bodegas, que se debe proteger mediante aleros; además, las dos vías circundantes son amplias, y las edificaciones que no sobrepasan los nueve metros de altura permiten ingresar iluminación natural al mercado sin mayores complicaciones.

Imagen 45. Soleamiento del mercado municipal Malacatos



Fuente: Autora
Elaboración: Autora

3.5.4. Uso de suelo

Imagen 46. Uso de suelo de la población de Malacatos



Fuente: Autora
Elaboración: Autora

En la cabecera parroquial de Malacatos el uso predominante de suelo es para vivienda con el 45 %, como se detalla en la Imagen 46, siguiéndole el uso mixto de vivienda y comercio con el 22 %, el cual es ocupado su mayoría en la parte céntrica del pueblo, el porcentaje restante es para el uso exclusivo de comercio con 15 %, servicios 13 %, educativo 4 % y religioso con mínimo porcentaje ocupacional de 1 %, en el límite urbano es exclusivamente para vivienda.

Los equipamientos públicos y privados importantes se encuentran con un radio de influencia de 400 m cerca de la plaza, lo que permite que las personas puedan caminar desde el mercado para hacer sus trámites o diligencias sin ningún problema.

3.5.4.1. Uso de suelo con productos de primera necesidad

Imagen 47. Uso de suelo comercial



Fuente: Autora
Elaboración: Autora

En la parte céntrica del pueblo de Malacatos, como podemos observar en la Imagen 47, se encuentra la zona comercial de uso mixto del suelo ocupando el 65% , en la planta baja existen los negocios y en la planta superior vivienda, primando la existencia de bodegas para la venta de artículos de primera necesidad, el 28% lo ocupan las viviendas existentes y con un 7% los equipamientos mayores.

3.5.5. Sistema vial

Malacatos cuenta con una red vial principal pavimentada de doble carril, la vía colectora estatal E682, que la conecta con el cantón y provincia de Loja, se encuentra en condiciones regulares, debido a que su uso es de alta frecuencia, y por las condiciones

climáticas y geológicas necesita de un constante mantenimiento. La parroquia de Malacatos posee la mayor red vial y en buen estado que las otras 12 parroquias rurales.

3.5.5.1. Accesibilidad a Malacatos

En el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (PDOT, 2015) dice que Malacatos tiene un índice de conectividad de 2,74 %, siendo el más alto en cuanto a parroquias rurales, esto se debe a que posee una mayor cantidad de red vial.

Tabla 5. Índice de conectividad por parroquias del cantón Loja

PARROQUIAS	LONG VIAL	PERIMETRO Km	IND. DE CONECTIVIDAD
JIMBILLA	33,17	52,84	0,86
SANTIAGO	56,37	59,79	1,18
SAN LUCAS	52,8	60,96	2,18
CHANTACO	24,83	27,68	1,31
CHUQUIRIBAMBA	57,72	40,49	2,68
EL CISNE	58,71	64,63	1,51
GUALEL	33,93	54,31	1,66
TAQUIL	102,37	54,96	1,98
MALACATOS	157,72	82,84	2,74
QUINARA	20,84	71,41	0,68
SAN PEDRO DE VILCABAMBA	19,45	53,28	0,74
VILCABAMBA	82,19	78,28	1,27
YANGANA	70,95	81,18	0,89
LOJA	645,75	92,68	8,05
TOTAL	1416,8	866,58	2,22

Fuente: IEE 2012

Elaboración: PDOT - 2014

Como lo muestra la Imagen 46, la población de Malacatos cuenta con tres tramos de la red vial principal que la mantienen muy bien comunicada.

Imagen 48. Vías de acceso a Malacatos



Fuente: Autor
Elaboración: Autor

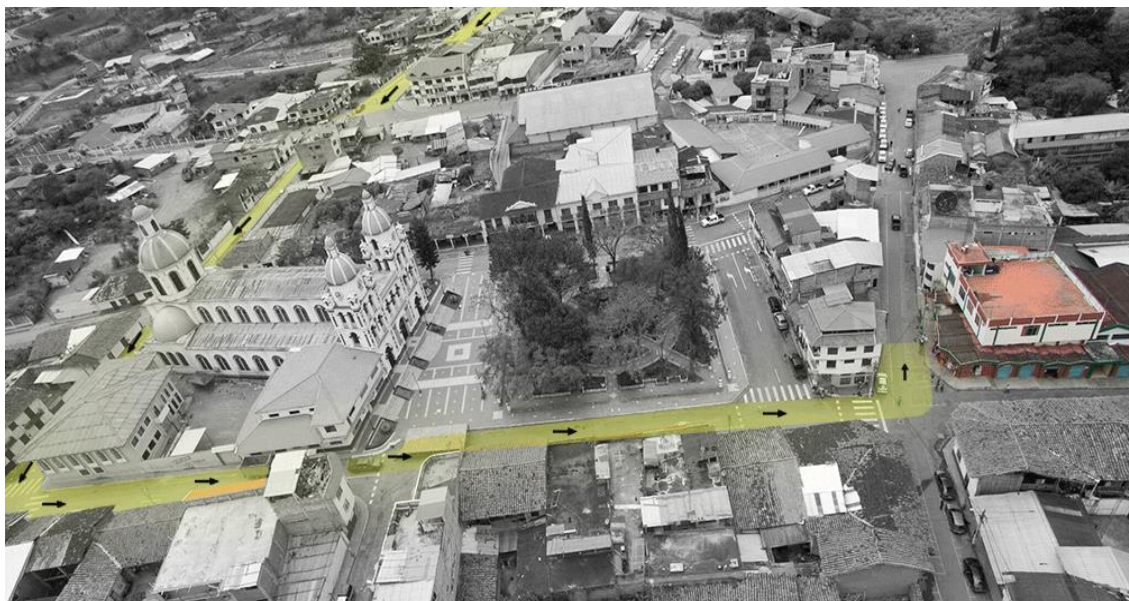
En cuanto a vías de acceso a la población de Malacatos, el primer tramo de vía que va a la ciudad de Loja desde Malacatos es a Tres Leguas, pasando por los barrios Landangui, Chorrillos, Nangora, Potopamba, El Porvenir, Rumishitana y Tres Leguas, que es una vía que tiene una longitud de 14,2 km y 8,2 m de ancho, se encuentra en buen estado, asfaltada y con toda la infraestructura de obras, siendo el Ministerio de Transporte y Obras Públicas a quien le compete su mantenimiento.

El segundo tramo, abarca desde Malacatos vía a Vilcabamba, que pasa por los barrios Taxiche, Cabianga, Y de Cararango, vía en buen estado, con muchas curvas, por lo que hay que manejar con precaución.

El tercer tramo, la vía Malacatos - El Tambo se conecta con la colectora E69, que es la vía de ingreso del Perú por Macará pasando por Sozoranga, Calvas, Gonzanamá, para conectarse con Catamayo, vía asfaltada y en buen estado.

3.5.5.2. Accesibilidad al mercado

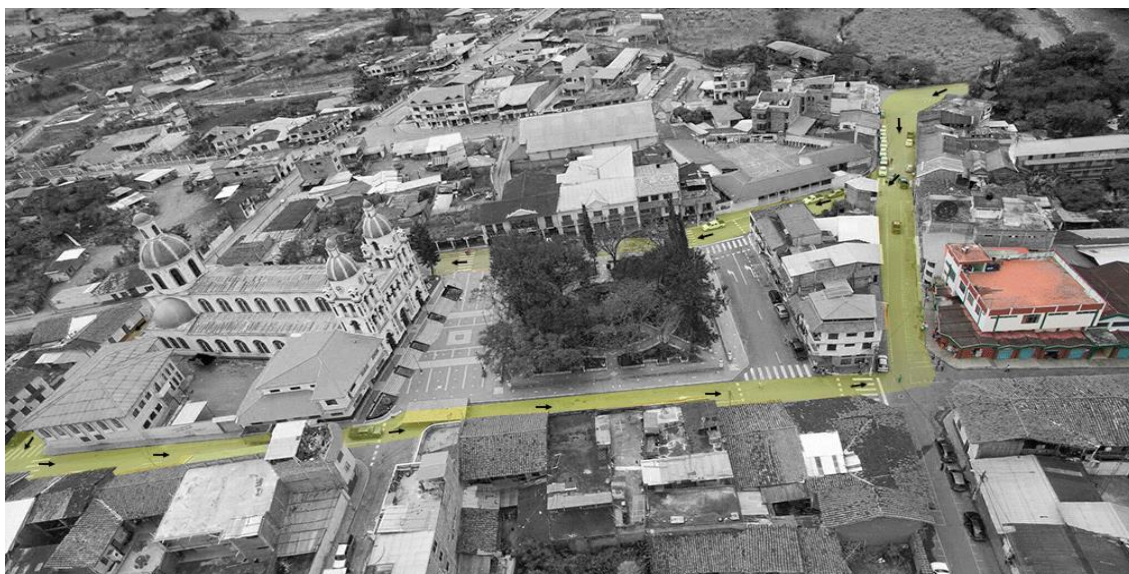
Imagen 49. Accesibilidad desde la vía de Loja



Fuente: Autora
Elaboración: Autora

El acceso al mercado desde la vía de Loja se realiza a través de la avenida Pío Montúfar, con un ancho de vía de 10 m, para luego, en la calle Manuel Ignacio Godoy disminuir a un ancho de 9 m, se gira a la derecha hasta llegar a la calle Montúfar de 9 m de ancho y se llega al mercado.

Imagen 50. Accesibilidad desde la vía Vilcabamba



Fuente: Autora
Elaboración: Autora

El acceso desde la vía Vilcabamba es por la calle Pío Montúfar, que tiene 9 m de ancho hasta llegar a la avenida Pío Jaramillo de 10 m de ancho y luego se baja hasta llegar nuevamente a la calle Pío Montufar, pero en dirección contraria.

Imagen 51. Accesibilidad desde vía El Tambo



Fuente: Autora
Elaboración: Autora

Desde la vía El Tambo se accede fácilmente al mercado, directo desde la calle Pío Montúfar hasta llegar a la calle Manuel Ignacio Godoy, lugar donde se encuentra el mercado de Malacatos.

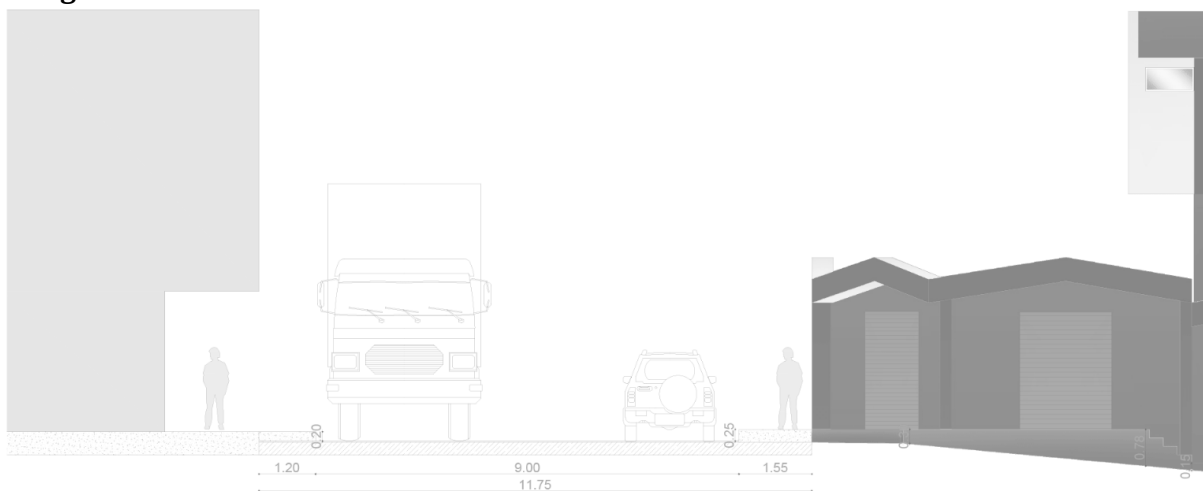
3.5.5.3. Vías locales

Imagen 52. Calles de ubicación del mercado y feria libre



Fuente: Autora
Elaboración: Autora

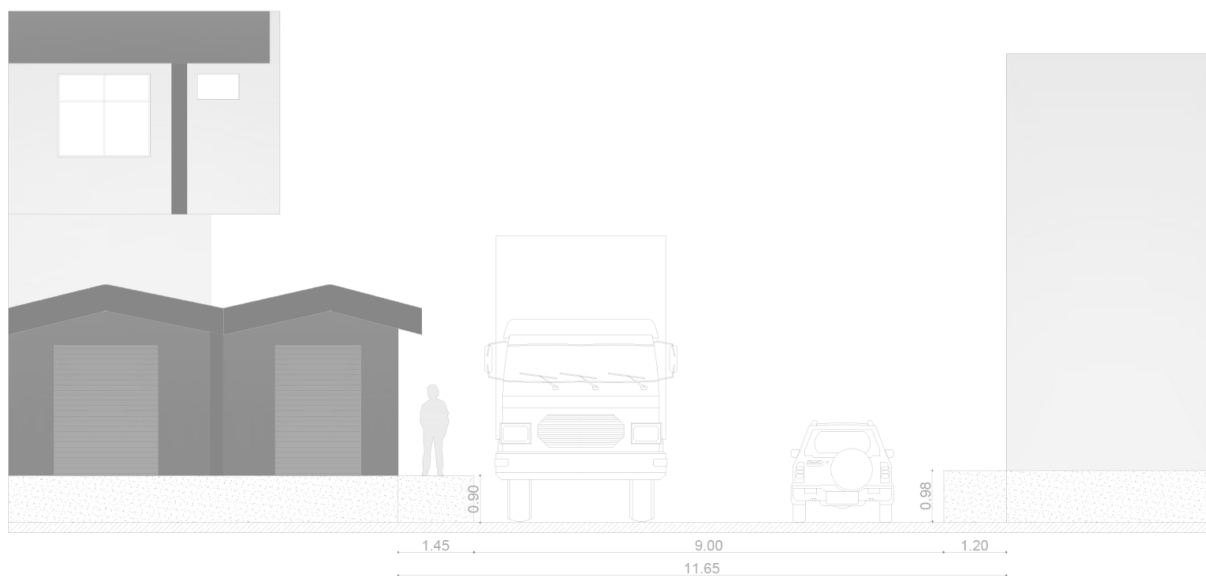
Imagen 53. Corte vial de la calle Pío Montúfar



Fuente: Autora
Elaboración: Autora

La calle Pío Montúfar es considerada la vía principal del mercado, que permite atravesar el poblado de este a oeste, vía que permanece cerrada durante la feria libre todos los domingos, generando caos vehicular, desorden, contaminación acústica y visual, etc., debido a que el fin de semana existe mayor afluencia vehicular y peatonal a esta zona, donde se encuentran los principales equipamientos de la parroquia.

Imagen 54. Corte vial de la calle Manuel Ignacio Godoy



Fuente: Autora
Elaboración: Autora

La calle Manuel Ignacio Godoy es la calle secundaria del mercado, que no posee salida, que conecta con el estadio de forma peatonal, atravesando un puente, sin embargo, su cierre impide ser usado como parqueadero, situación que provocada por la feria aporta al caos vehicular del fin de semana en la zona.

3.5.5.4. Conflicto vial

Imagen 55. Conflicto vehicular según los días de la semana



Fuente: Autora

Elaboración: Autora

De acuerdo al análisis fográfico aéreo y mapeo, realizado durante esta investigación, es evidente el contraste, de lunes a sábado, que se registra actividad mínima en Malacatos, mientras que el día domingo, que es el día que se desarrolla la feria libre, desemboca en caos vehicular y una explosión de actividad comercial, turística, artesanal, recreacional, cultural, religiosa y lúdica.

Tabla 6. Vehículos por día con un radio de influencia de 300 m al mercado

Días	Número de vehículos
Lunes	25
Martes	35
Miércoles	43
Jueves	46
Viernes	52
Sábado	79
Domingo	105

Fuente: Autora

Elaboración: Autora

Imagen 56. Apropiación de las calles por la feria libre



Fuente: Autora
Elaboración: Autora

La feria libre es una fuente importante de puestos de trabajo, reactivación económica e ingresos para la parroquia Malacatos, pero genera a su vez complicaciones en cuanto al tránsito vehicular y apropiación del espacio público por parte de comerciantes informales. Éstos, según mapeos, constituyen el 5 %, en contraste con el número de vendedores formales de la feria libre que son 300. Los comerciantes informales no tienen un lugar específico, pero un 2 % ya ocupa el espacio siempre en el mismo lugar, como es el caso de la venta de comida rápida; existen más informales que recorren el mercado a vender productos, como remedios caseros. No existen vendedores informales que vendan productos de primera necesidad.

3.5.5.5. Transporte público

Las principales empresas de transporte público, que cruzan la parroquia Malacatos, no llegan con su servicio a todos los 51 barrios, sino que transitan principalmente por los barrios centrales.

No existe una parada de autobuses en una ubicación concreta con la infraestructura necesaria, simplemente estos transportes pasan por la vía con dirección a otras parroquias, haciendo paradas de acuerdo a la demanda de los usuarios. El transporte público interbarrial de la parroquia es deficiente, siendo suplido por el servicio privado, que de forma periódica las personas utilizan para movilizarse del centro de Malacatos a los barrios y viceversa, principalmente cuando salen a vender sus productos y cuando hacen las compras para sus hogares.

Tabla 7. Servicio de transporte para Malacatos

Nombre de unidades	Recorrido
Sur Oriente	Loja, Malacatos, Vilcabamba, San Pedro de Vilcabamba, Yangana, Quinara.
Cooperativa de transporte Yanzatza	Loja, Malacatos, Vilcabamba, San Pedro de Vilcabamba.
Cooperativa de transporte Nambija	Loja, Malacatos, Vilcabamba, San Pedro de Vilcabamba, Yangana y Zumba.
Unión Cariamanga	Loja, Malacatos, Vilcabamba, San Pedro de Vilcabamba, Yangana.
Vilcabambaturis	Loja, Malacatos, Vilcabamba, San Pedro de Vilcabamba, Quinara, El Tambo.
Tursur	Loja, Malacatos, Vilcabamba, San Pedro de Vilcabamba, Quinara.
Taxi ruta 11 de mayo	Loja, Malacatos, Vilcabamba, San Pedro de Vilcabamba.

Fuente: PDyOT Parroquial, 2014

Elaboración: Autora

3.5.6. Sectores que abastecen el mercado

De acuerdo al PDOT (2015), Malacatos esta dividido por 8 sectores y 51 barrios, siendo el mercado municipal el único que abastece a todos estos sectores, principalmente de abarrotes, ya que los domingos utilizan la feria libre para abastecerse de comida.

Existe población flotante en la parroquia, su gran mayoría llega el fin de semana desde Loja a sus fincas y se abastecen de alimentos que son comercializados en el mercado, principalmente en la feria libre los domingos.

Tabla 8. Sectores y barrios que abastecen el mercado municipal de Malacatos

<i>SECTOR</i>	<i>BARRIOS</i>
<i>RUMIZHITANA</i>	Rumizhitana, Tres Leguas, Mizquiacu, Granadillos, Santa Gertrudis, El Porvenir, Nangora, Potopamba, La Era, Yamba, Los Lirios.
<i>EL CARMEN</i>	Landangui, Orta, Naranjo, Prado Alto, Prado Bajo, El Carmen, El Sauce.
<i>BELÉN</i>	Belén, Palanda, San Francisco Alto, San Francisco Medio, La Florida, Granja, San José de las Peñas, San José Alto, La Calera.
<i>PEDREGAL</i>	Saguaynuma, Pedregal, Picotas, Cobalera, Jabonillo.
<i>SAN JOSÉ DE CEIBOPAMBA</i>	San José de Ceibopamba, Naranjo Dulce, Santo Domingo, Chinguilamaca.
<i>TRINIDAD</i>	Trinidad, Ceibopamba, Trinidad Alto, Santanilla, Santana, Santa Cruz, Country Club (barrio privado).
<i>TAXICHE</i>	Taxiche, Cabianga, Tariana.
<i>MALACATOS</i>	Barrio Central, La Recta, El Vergel, El Retorno, Mirador, Cementerio.

Fuente: GAD Malacatos
Elaboración: Autora

3.5.7. Control de desechos

Con relación a la eliminación de la basura, según el Censo 2010, el 50,2 % de viviendas de la parroquia tiene el servicio del carro recolector, responsabilidad del Municipio de Loja, en un mismo porcentaje arrojan la basura a terrenos baldíos o quebradas, o la quema y el resto se elimina de otras maneras menos ortodoxas.

Actualmente, el control de desechos en el mercado es realizado de lunes a sábado por los propietarios de cada puesto, sacando a diario la basura; el día domingo llegan personas encargadas de la limpieza para dejar todo en orden y que el colector municipal lleve los residuos.

Los habitantes de la población de Malacatos denuncian que los propietarios de las casas de fin de semana son los que arrojan la basura por el camino o en solares vacíos, mientras que la basura del colector municipal tiene como destino final el botadero ubicado en el sitio la Y, vía a San José. En este sitio se tiene previsto la construcción de una Planta de Tratamiento de Desechos Sólidos.

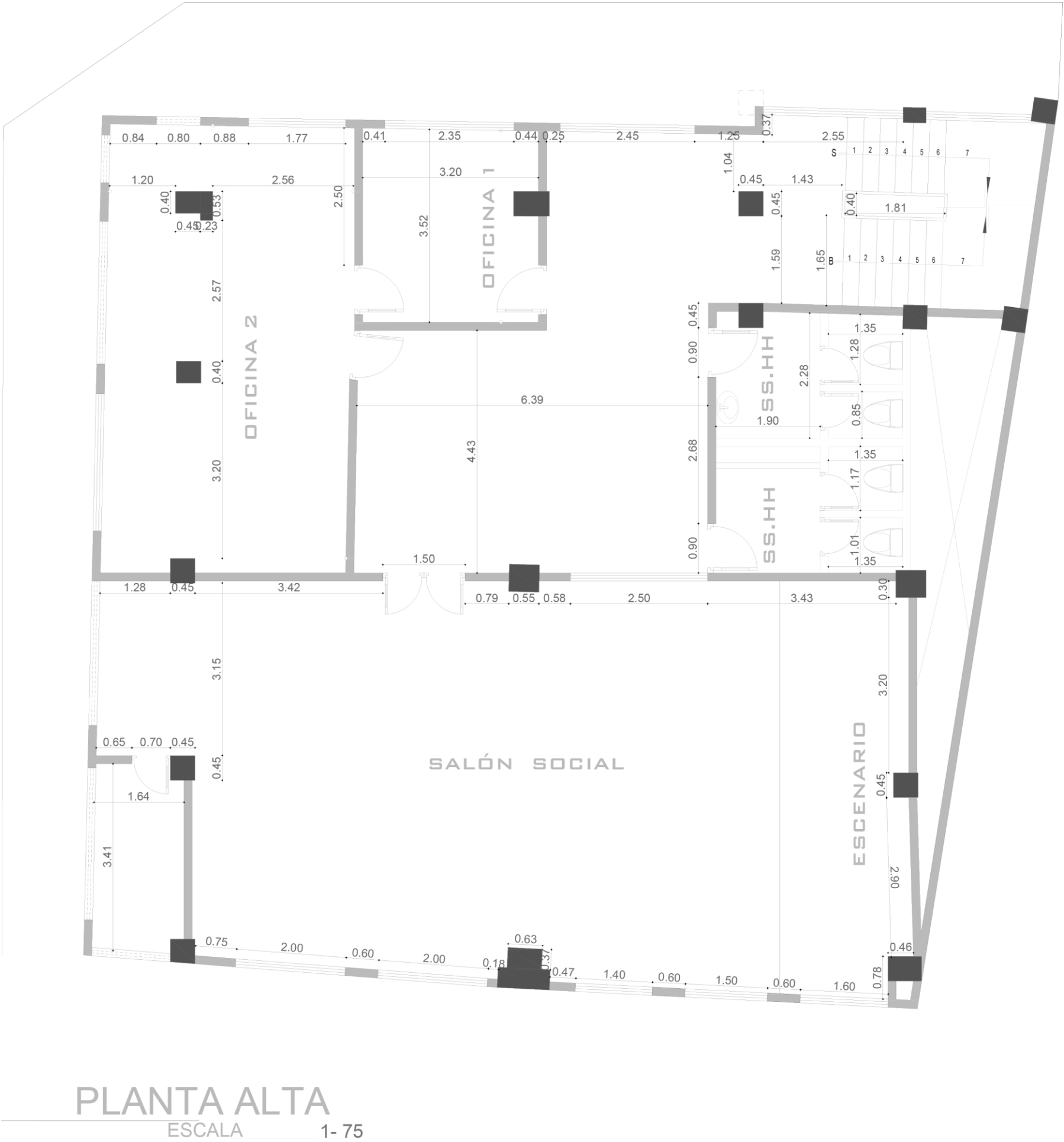
3.6. Análisis arquitectónico

Imagen 57. Planos actuales de la Planta Baja del mercado municipal Malacatos



Fuente: Autora
Elaboración: Autora

Imagen 58. Planos actuales de la Planta Alta del mercao municipal Malacatos.



Fuente: Autora
Elaboración: Autora

Imagen 59.Zonificacion general planta baja mercado municipal Malacatos Esc: Gráfica



El mercado de Malacatos se divide en tres zonas diferenciadas, con la finalidad de entender el proyecto que luego será indispensable para conseguir los objetivos de esta investigación.

Zona húmeda: se encuentran espacios de baños sanitarios- venta de carnes, cocina y área de lavado.

Zona semi-húmeda: se encuentran espacios donde venden queso, mote, tamales.

Zona seca: se encuentran espacios como abarrotes, bodegas y comedor.

La separación de estas tres zonas básicas en un mercado es indispensable para ordenar los espacios y facilitar a los compradores su tarea, también para garantizar la conservación adecuada de los alimentos y productos que ahí se expenden, y en la planta actual del mercado de Malacatos, según la Imagen 59, podemos observar que existe una separación inadecuada de las zonas ya que la zona húmeda y zona seca no deben de tener una relación directa porque ponen en riesgo los productos y el funcionamiento del mercado. Existen 3 accesos en el mercado el principal en la calle Pío Montúfar y los dos accesos restantes en la calle Manuel Ignacio Godoy, el cual se integra con el mercado ya que esta calle funciona peatonalmente.

Los tres accesos son de 2,40 m de ancho, no tienen un fácil acceso para discapacitados el cual según normativas en equipamientos mayores es obligatorio.

Imagen 60. Accesos al mercado municipal Malacatos. Esc: Gráfica



La mayoría de circulaciones del mercado cuentan con una medida de 2,30 m de ancho en promedio, adecuadas para que los consumidores y compradores circulen sin ninguna dificultad, la existencia de desniveles provoca como recurso fácil la construcción de gradas, y de esta manera excluyendo a personas con movilidad reducida negándoles el derecho a desplazarse.

La circulación del ingreso de la parte posterior la instalan como una zona de descarga, ya que no contaba con esta área el mercado, tiene una medida de 7 m, el cual es un espacio desperdiciado para circulación teniendo la necesidad de aumento de espacio para la venta de productos como actividad complementaria de la feria libre.

Imagen 61.Circulación del Mercado Municipal Malacatos Esc. Gráfica



Fuente: Autor
Elaboración: Autor

3.6.1. Estado actual de la infraestructura

El estado actual de la infraestructura será evaluada por medio de porcentajes vertidos por la autora según el estado de conservación de la infraestructura actual.

Se define los términos de la siguiente manera.

Bueno: Se puede conservar el elemento sin ningún inconveniente

Regular: Se debe de dar un tratamiento o refuerzo al elemento.

Malo: Se debe de cambiar el elemento.

Tabla 9. Porcentajes de valoración según autora

<i>BUENO %</i>	<i>REGULAR %</i>	<i>MALO %</i>
<i>100 A 70</i>	70 a 40	Menos de 40

Fuente: Autor

Elaboración: Autor

Con el resultado de las tablas a realizar se diagnosticara el estado actual de toda la infraestructura para poder llegar al nivel de Intervención, arrojando el nivel de conservación.

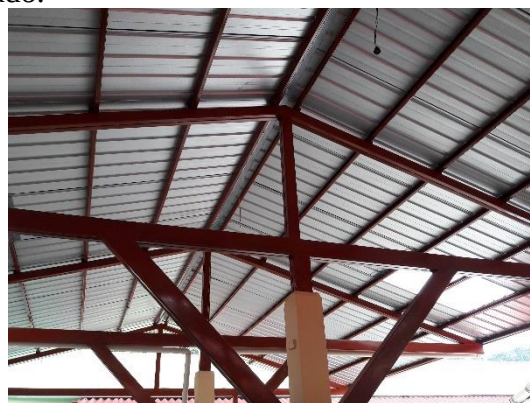
Tabla 10. Estado actual de la estructura del mercado

*Fichas de elementos encontrados en el
mercado municipal Malacatos*



Elemento	Estructura							
Materiales	Madera	Ladrillo	Vidrio	Acero	Hormigón	Aluminio	Tubo de pvc	Cable solido
					X	X		
Descripción del elemento								

La estructura del mercado en la actualidad aún cumple su función, dar soporte al mercado, el material utilizado durante su construcción en 1986 fue el hormigón, material predominante en aquella fecha, con columnas de 60 x 80 cm con una malla de diseño de 600 x 300 cm, es evidente el cambio de cubierta de una parte del mercado por la incorporación del metal como estructura y cubierta que se encuentra en buen estado.



ESTADO DE CONSERVACIÓN DE LA ESTRUCTURA SEGÚN PORCENTAJES

PRIMERA PLANTA	Bueno	80 %			Malo 20 %	
SEGUNDA PLANTA	Bueno	80 %			Malo 20 %	

Tabla 11. Estado actual de la mampostería del mercado

*Fichas de elementos encontrados en el
mercado municipal Malacatos*



Elemento

Mampostería

Materiales

Madera

Ladrillo

Vidrio

Acero

Hormigón

Aluminio

Tubo de pvc

Cable solido

X

Descripción del elemento

La mampostería del mercado de Malacatos es de hormigón, empastadas y pintadas en la actualidad, su estado es bueno pero existe inconvenientes con algunas paredes, ya que no dividen correctamente los espacios según sus necesidades.



ESTADO DE CONSERVACIÓN DE LA ESTRUCTURA SEGÚN PORCENTAJES

PRIMERA PLANTA	Bueno	90 %			Malo 10 %	
	Bueno	90 %			Malo 10 %	
SEGUNDA PLANTA						

Tabla 12. Estado actual de las ventanas del mercado

***Fichas de elementos encontrados en el
mercado municipal Malacatos***



Elemento

Ventanas

Materiales

Madera

Ladrillo

Vidrio

Acero

Hormigón

Aluminio

Tubo de pvc

Cable solido

X

Descripción del elemento

La disposición de las ventanas en la planta baja, a nivel de la losa hacia abajo, con 80 cm de altura sin vidrio con malla para evitar el paso de aves y roedores, permite iluminar pero principalmente ventilar toda la planta, en especial los comedores, en cuanto a la primera planta alta las ventanas son con vidrio y sistema de abertura ,están dispuestas en las oficinas para ventilar pero especialmente para iluminar estos espacios encargados de la administración del mercado.



ESTADO DE CONSERVACIÓN DE LA ESTRUCTURA SEGÚN PORCENTAJES

<i>PRIMERA PLANTA</i>	Bueno	90 %			Malo 10 %	
<i>SEGUNDA PLANTA</i>	Bueno	90 %			Malo 10 %	

Tabla 13. Estado actual de las puertas del mercado

*Fichas de elementos encontrados en el
mercado municipal Malacatos*



Elemento	Puertas							
Materiales	Madera	Ladrillo	Vidrio	Metal	Hormigón	Aluminio	Tubo de pvc	Cable solido
	X			X				
Descripción del elemento								

Las puertas que están en la actualidad en el mercado de Malacatos son de dos materiales, en la planta baja de metal, ya que dan al exterior y por seguridad, mientras que las de la primera planta alta son de madera, recientemente reemplazadas por mal estado.



ESTADO DE CONSERVACIÓN DE LA ESTRUCTURA SEGÚN PORCENTAJES

PRIMERA PLANTA	Bueno	90 %			Malo 10 %	
SEGUNDA PLANTA	Bueno	90 %			Malo 10 %	

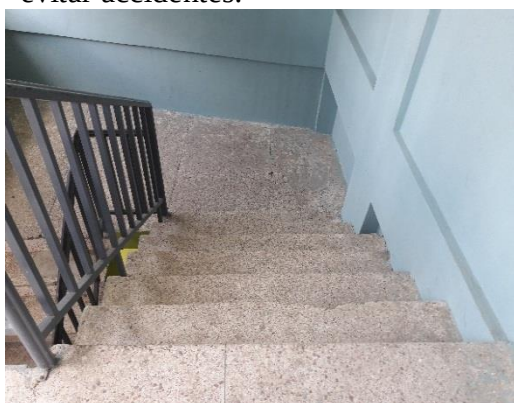
Tabla 14. Estado actual del graderío del mercado

**Fichas de elementos encontrados en el
mercado municipal Malacatos**



Elemento	Graderío							
Material	Madera	Ladrillo	Vidrio	Metal	Hormigón	Aluminio	Tubo de pvc	Cable solido
Descripción del elemento					X			

Las gradas en el mercado cumplen con la función de permitir la circulación vertical en tres lugares: para conectar el área de mercado con las oficinas, el área de comidas con el área de abarrotes, y para salvar los desniveles en la vereda circundante, de forma excluyente, constituyéndose en una barrera arquitectónica que inhabilita el paso a personas con movilidad reducida, incluidas personas de la tercera edad, siendo necesaria la implementación complementaria de rampas o ascensores para salvar este problema, como se observa en la imagen a las gradas les falta mantenimiento para garantizar su correcto funcionamiento y evitar accidentes.



ESTADO DE CONSERVACIÓN DE LA ESTRUCTURA SEGÚN PORCENTAJES

PRIMERA PLANTA	Bueno	40 %			Malo 60 %	
SEGUNDA PLANTA	Bueno	30 %			Malo 70 %	

Tabla 15. Estado actual del mobiliario existente en el mercado

*Fichas de elementos encontrados en el
mercado municipal Malacatos*



Elemento	Mobiliario							
Materiales	Madera	Ladrillo	Vidrio	Metal	Hormigón	Aluminio	Tubo de pvc	Cable solido
	X				X	X		
<i>Descripción del elemento</i>								

El mobiliario que se encuentra actualmente en el mercado está básicamente compuesto de mesones de hormigón recubiertos de chapa metálica, perchas con estanterías de madera, sillas de plástico o de madera, la mayoría por autoconstrucción, cartones y fuentes de plástico improvisados y en mal estado, con medidas mínimas e insuficientes debido principalmente al área reducida que conforma cada puesto de venta, ya que los locales son muy pequeños y no se pueden exhibir, almacenar, manipular todos los productos apropiadamente para desarrollar su trabajo adecuadamente.



ESTADO DE CONSERVACIÓN DE LA ESTRUCTURA SEGÚN PORCENTAJES

PRIMERA PLANTA	Bueno	30 %			Malo 70 %	
SEGUNDA PLANTA	Bueno	90 %			Malo 10 %	

Tabla 16. Estado actual de la cubierta existente en el Mercado

*Fichas de elementos encontrados en el
mercado municipal Malacatos*



Elemento	Cubierta							
Materiales	Madera	Ladrillo	Vidrio	Metal	Hormigón	Aluminio	Zinc	Cable solido
				X	X		X	
Descripción del elemento								

La cubierta del mercado de Malacatos es metálica en su más reciente intervención, y de asbesto-cemento en la parte original, construida sobre una estructura metálica pero como se muestra en las imágenes adolecen del mantenimiento adecuado sumado a su envejecimiento, ha provocado su deterioro que ha producido goteras y estas a su vez están oxidando al metal de la estructura. El diseño de la cubierta no es el adecuado, ya que las limahoyas por falta de un apropiado sistema de drenaje de aguas lluvias y falta de mantenimiento provocan que en invierno el agua se empoce y se desborde hacia el interior del mercado. Existe una cubierta metálica, que fue construida en la ampliación del mercado, que necesita de mantenimiento.



ESTADO DE CONSERVACIÓN DE LA ESTRUCTURA SEGÚN PORCENTAJES

<i>PLANTA DE CUBIERTA</i>	Bueno		Malo	
	40 %		60 %	

Tabla 17. Estado de Estructura de los elementos.

ITEM	ELEMENTO	BUENO	%	MALO	%
1	Estructura	x	80		
2	Pared de ladrillo	X	60		
3	cubierta	X	50		
4	Piso de hormigón en patios			X	70
5	Piso de cerámico			X	80
6	Puertas	X	65		
7	Ventanas	X	65		
8	escaleras			X	80
9	Revestimiento de pared	X	55		
10	Mobiliario			X	90
11	Ventanas	X	65		
TOTAL		BUENO	440	MALO	320

Fuente: Autora
Elaboración: Autora

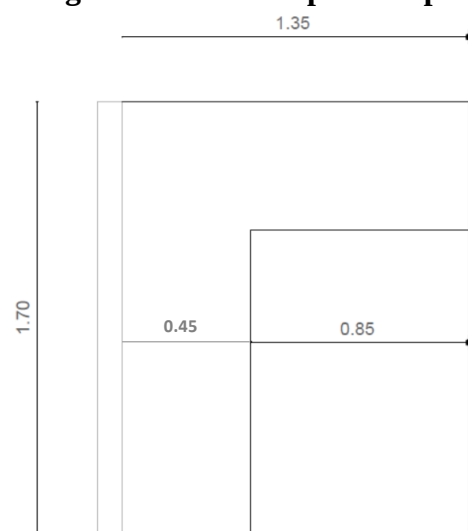
El mercado no cuenta con ningún elemento de valoración, se conservo el 75% de la estructura el cual se encuentra en las condiciones adecuadas para su conservación, el 25% restante fue derrocado ya que no favorece para el desarrollo del proyecto actual.

3.6.2. Puestos tipo

3.6.2.1. Puestos tipo para venta de carne

El mercado municipal de Malacatos cuenta con dos tipos de puestos en la parte interna, donde se pueden vender las carnes de: aves, carnes blancas, carnes rojas y mariscos.

Imagen 62. Planta de puesto tipo 1



Fuente: Autora
Elaboración: Autora

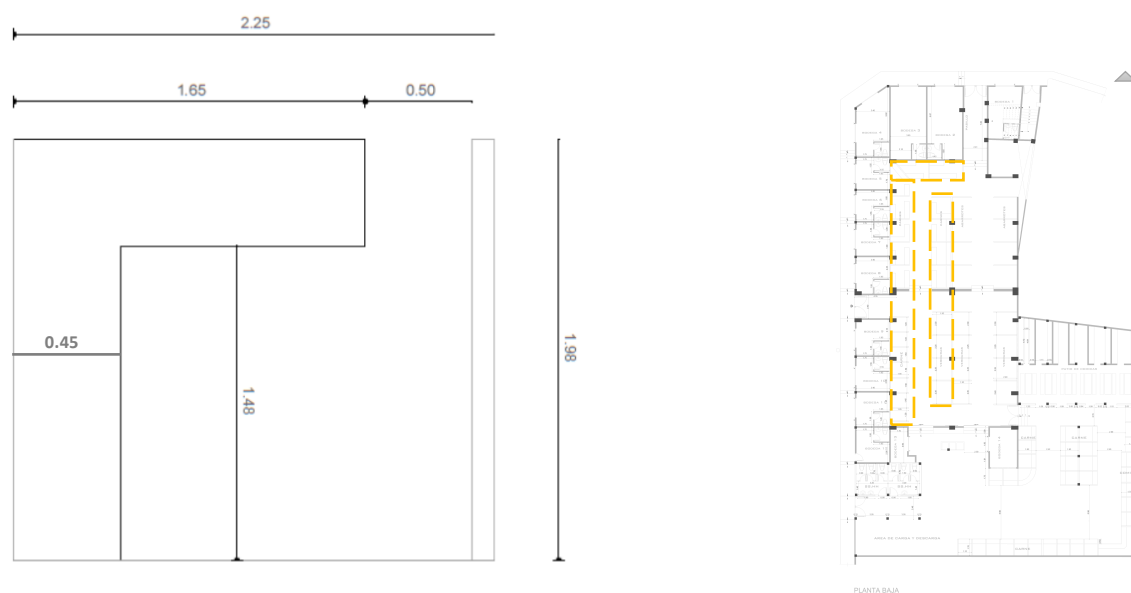
Imagen 63. Puesto tipo 1



Fuente: Autora
Elaboración: Autora

Los puestos considerados como tipo 1, poseen un espacio de trabajo de 1,70 x 1,35 m, espacio insuficiente donde los comerciantes no pueden realizar sus actividades correctamente, el giro que necesitan hacer para realizar sus actividades no se puede dar por la falta de espacio, al igual que no pueden incorporar mobiliario que les permita desarrollar sus actividades correctamente, como atender a los clientes, almacenar el producto, manipular la mercadería, exhibir sus productos y mantenerlos en óptimas condiciones.

Imagen 64. Planta puesto tipo 2



Fuente: Autora
Elaboración: Autora

Imagen 65. Puesto tipo 2

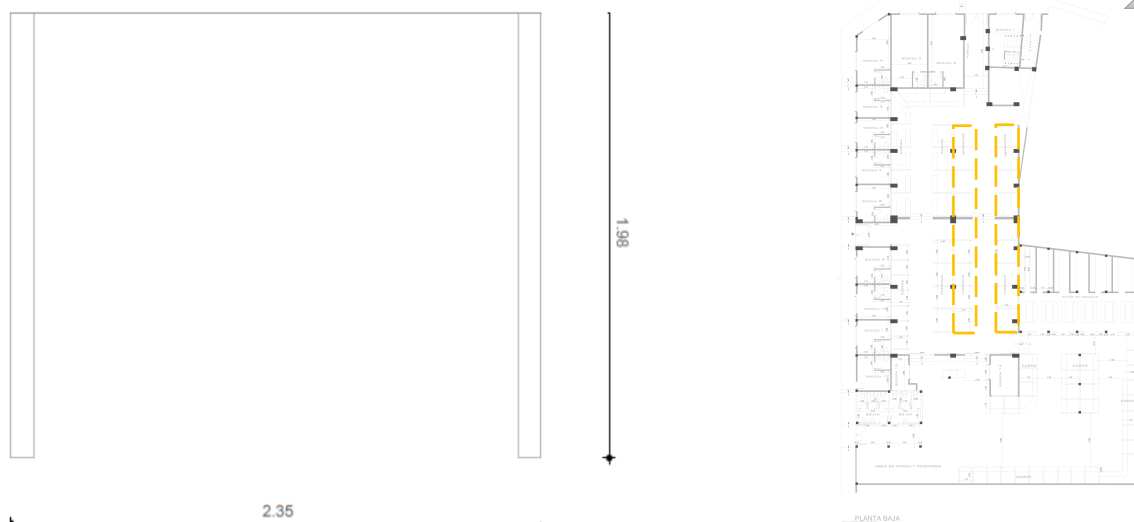


Fuente: Autora
Elaboración: Autora

Los puestos tipo 2 disponen de un espacio de trabajo de 2,25 m de ancho x 1,98 m de largo, tan solo un metro cuadrado más que los de tipo 1, espacio insuficiente para que los comerciantes puedan desarrollar las diferentes actividades antes mencionadas.

3.6.2.2. Puesto tipo para venta de abarrotes

Imagen 66. Planta puesto tipo para abarrotes



Fuente: Autora
Elaboración: Autora

Imagen 67. Puesto tipo para abarrotes



Fuente: Autora
Elaboración: Autora



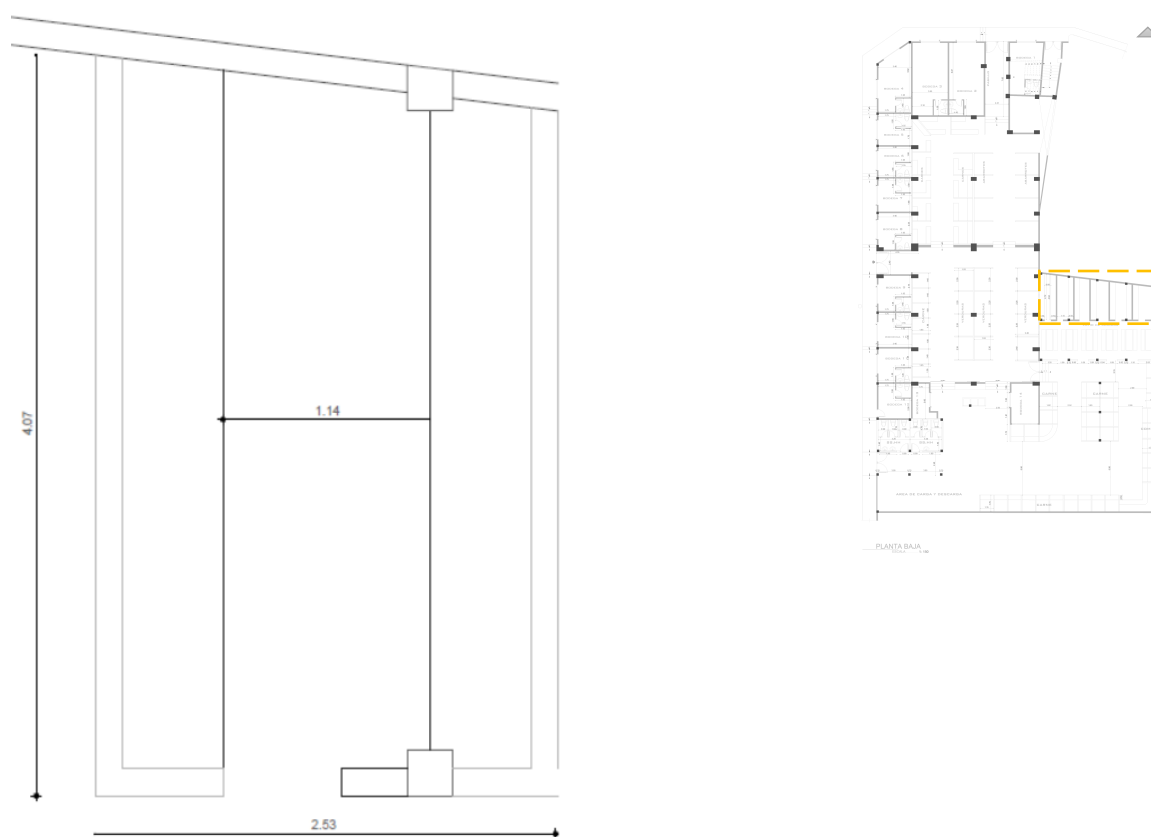
Este tipo de puesto destinado para los abarrotes es idéntico al tipo 2, con la misma área de 2,35 m de ancho x 1,98 m de largo, donde se acomodan los productos de forma saturada, lo que dificulta el proceso de venta y de almacenamiento del producto, estos

locales de abarrotes atienden de lunes a viernes, todos ellos necesitan un espacio más amplio y cómodo para desarrollar su trabajo de forma efectiva y eficiente.

3.6.2.3. Puestos tipo para comedor

Existen dos tipos de puestos para el comedor, uno que sirve para vender solo alimentos preparados, que son tradicionales de la parroquia Malacatos como: cecina, fritada, estofado y caldo de gallina criolla, y ceviches.

Imagen 68. Planta tipo de puestos 1, venta de comida lunes-domingo



Fuente: Autora
Elaboración: Autora

Imagen 69. Puesto tipo 1 para comedor



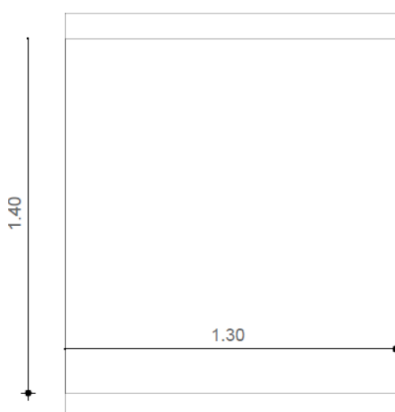
Fuente: Autora
Elaboración: Autora



Los puestos tipo 1 para la venta de comida preparada tienen un espacio de trabajo de 2,53 m de ancho x 4,07 m de largo, esta área de trabajo se considera adecuada para poder colocar el mobiliario necesario y hacer los giros cómodamente, estos puestos de trabajo son producto de una ampliación actual del mercado, que satisface y cubre las necesidades espaciales de sus comensales.

Estos puestos cuentan con una cocina independiente para cada puesto y con un espacio de mesas compartido, constituyéndose en una actividad tradicional y de gran acogida, ya que son quienes dinamizan al mercado todos los días de la semana.

Imagen 70. Planta Tipo de puestos 2, venta de comida fines de semana



Fuente: Autora
Elaboración: Autora



Imagen 71. Puestos tipo 2 para comedor



Fuente: Autora
Elaboración: Autora



Los puestos tipo 2 para la venta de comida preparada poseen un espacio de trabajo de 2,50 m de ancho x 2,00 m de largo, son 2,5 m² más pequeños que los puestos tipo 1, espacio insuficiente para una área de trabajo adecuada, su mobiliario para comer lo colocan en la circulación impidiendo el paso fluido de los consumidores, lo que provoca malestar en los comensales.

3.6.3. Circulaciones



Imagen 72. Circulación horizontal, parte interna

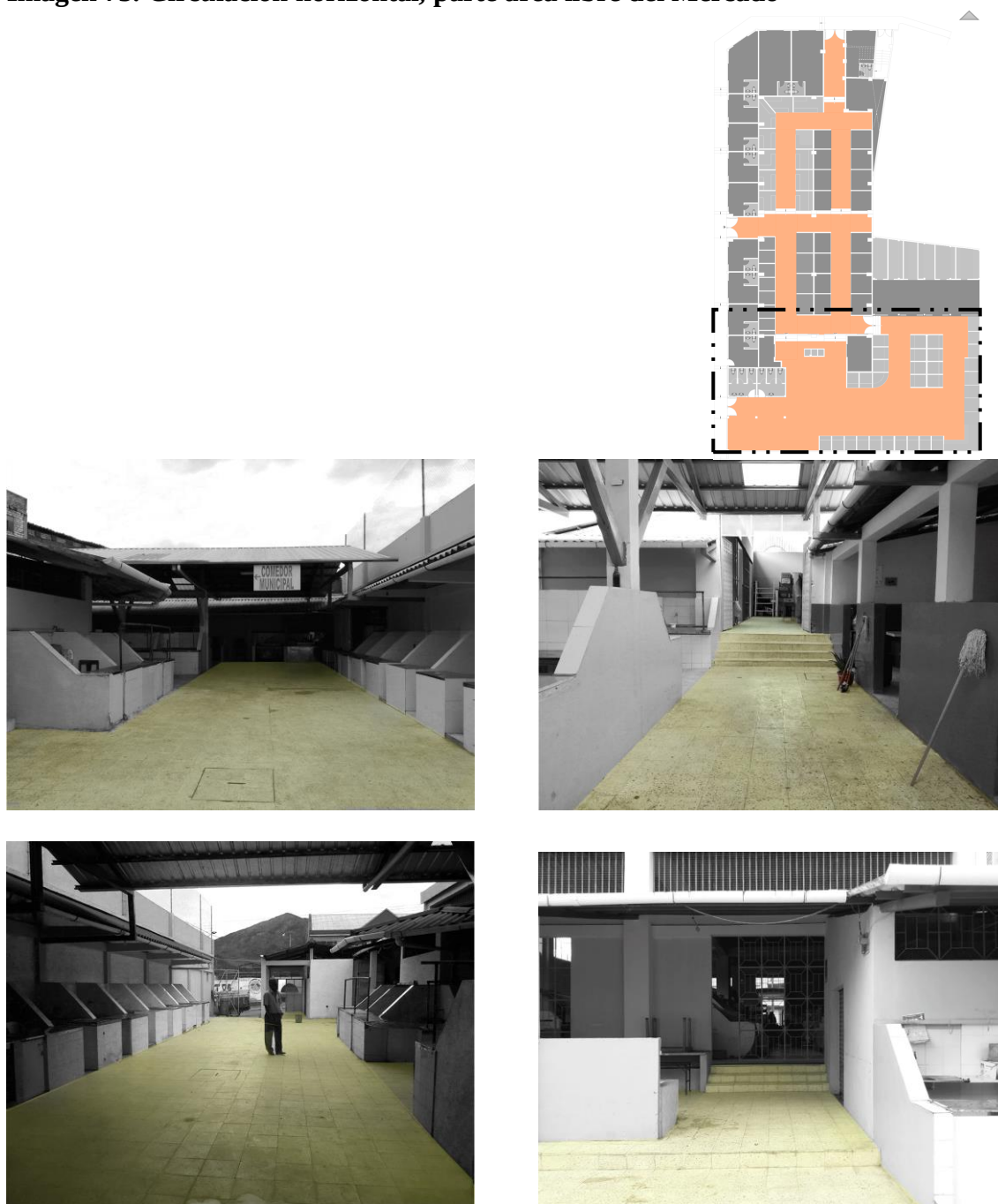


Fuente: Autora

Elaboración: Autora

Las circulaciones dentro del mercado de Malacatos son ortogonales y de fácil lectura, propiciando que los espacios sean equitativos y de fácil recorrido, el ancho de la circulación es de 2,5 m, medida correcta para que los consumidores puedan hacer los giros necesarios; sin embargo, debido a la falta de espacios en los puestos para los vendedores estos se apropian de las circulaciones colocando mobiliario, como sillas o bancas e incluso productos, generando entorpecimiento en la circulación.

Imagen 73. Circulación horizontal, parte área libre del Mercado



Fuente: Autora
Elaboración: Autora

La circulación en esta área del mercado, como se puede observar en las imágenes precedentes, es sobredimensionada con 8 m de ancho, en detrimento de los espacios de los puestos, que son insuficientes para el desarrollo de la actividad comercial para la que fueron diseñados.

Mientras que el área del comedor tiene una circulación de 3 m de ancho, justificada debido a la alta frecuencia de paso de los consumidores que la visitan, sobre todo en horas del desayuno y almuerzo.

3.6.4. Síntesis del estado actual de los puestos

Con el diagnóstico realizado sobre los puestos actuales se tiene como resultado la falta de espacio en todos los puesto tipo, el área es fundamental para que los comerciantes puedan realizar sus actividades correctamente; en la propuesta se tomará en cuenta el mobiliario que necesita cada puesto para designar el área.

La relación que deben de tener las zonas tienen que ser regidas por una normativa para mercados, en la actualidad existen problemas ya que no cumplen con los requerimientos, la zona húmeda y seca tienen una relación directa por lo que ocasiona problemas como: el piso húmedo, siendo peligroso e inadecuado tanto para los consumidores y comerciantes.

3.6.5. Análisis formal

Imagen 74. Altura de edificaciónde, trama de la calle Pio Montufar



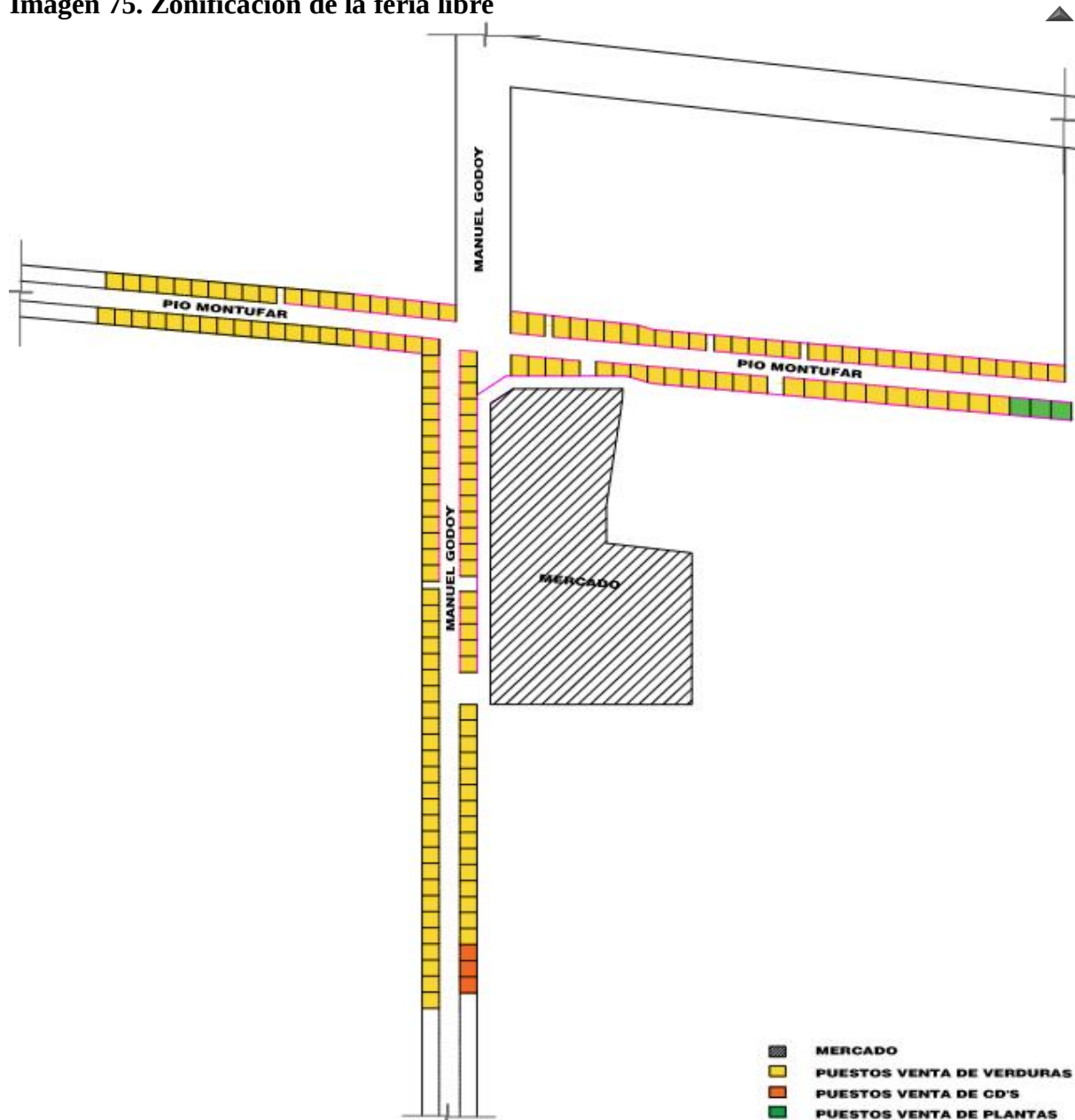
Fuente: Autora
Elaboración: Autora

En cuanto al análisis del contexto urbano se puede identificar que la altura de las edificaciones en la trama no tiene mayor alteración, ya que el mercado y las viviendas contiguas tienen una altura similar. En general, en la trama urbana están construcciones modernas con una altura similar, existen 4 viviendas inventariadas por el INPC, de una sola planta, que están al final de la trama, que distan en altura del mercado.

El mercado está compuesto por un cuerpo principal en la parte inferior, donde es destinado para el mercado, existen los locales comerciales que van hacia el exterior con cubiertas de dos aguas en cada uno, haciendo que se vea una continuidad de locales independientes, el segundo y tercer piso se lo puede observar como un cuerpo superpuesto independiente, donde funciona la parte administrativa, biblioteca, auditorio.

3.6.6. Estado actual de la feria libre

Imagen 75. Zonificación de la feria libre



Fuente: Autora
Elaboración: Autora

La Feria Libre consta de 176 puestos, con un espacio de trabajo de 2,00 x 2,20 m, no poseen mobiliario adecuado que permita la apropiada higiene de los productos.

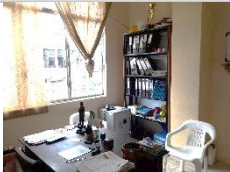
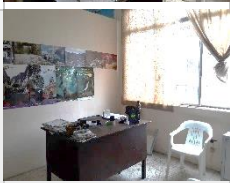
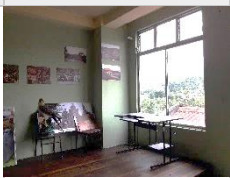
3.6.7. División de locales por pisos

Tabla 18. División de puestos por partes, externa e interna

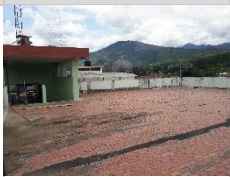
Primer piso			
Partes	Número de locales	Uso	Imagen
Exterior	1	Peluquería	
	11	Bodegas	
	176	Feria libre	
Interior	15	Abarrotes	
	43	Carnes	
	16	Comedor	
	1	Zona de lavado	

	1	Baño	
--	---	------	---

SEGUNDO PISO

ZONA	Número de locales	Uso	Imagen
INTERIOR	2	Administración	
	1	Secretaría	
	1	Biblioteca	
	1	Sala de reuniones	
	1	Bodega	
	1	Baño	

TERCER PISO

ZONA	Número de locales	Uso	Imagen
INTERIOR	1	Terraza	

Fuente: GAD Malacatos

Elaboración: Autora

3.7. Análisis de infraestructura inmediata como expansión

3.7.1. Ubicación

Imagen 76. Ubicación del parque recreacional de Malacatos



Fuente: Autora
Elaboración: Autora

Se encuentra ubicado en la calle Pío Montúfar y su límite cruza hasta la calle Manuel Ignacio Godoy.

3.7.2. Accesos

El parque recreacional de Malacatos cuenta con dos accesos que son :

Imagen 77. Acceso principal del Centro Turístico Recreacional Malacatos



Fuente: Autora

Elaboración: Autora

El acceso principal del centro turístico se ubica en la calle Pío Montúfar, que es factible por el sitio donde se encuentra implantado.

Imagen 78. Acceso secundario del Centro Turístico Malacatos



Fuente: Autora

Elaboración: Autora

Este acceso se encuentra ubicado en la calle Manuel Ignacio Godoy y es donde se articula con el mercado por medio de una cancha de voley.

3.7.3. Zonificación del parque

Este parque consta del estadio, áreas verdes, áreas recreacionales, área de cocina, canchas multiuso y piscina, el que es visitado por los moradores y turistas que llegan a la cabecera parroquial de Malacatos.

ESPACIO	MEDIDAS	IMAGEN
RECREACIONAL	- Juegos infantiles - Instrumentos de ejercitación - Área de asados	
DEPORTIVO	- Cancha uso múltiple - Estadio - Piscina	
DESCANSO	- Mobiliario - Área verde - Sendero	

Fuente: Autora
Elaboración: Autora

3.7.4. Propietario

El parque recreacional es propiedad del Municipio de Loja, que es administrado en Malacatos por su distrito.

3.7.5. Factibilidad de apropiación

Tabla 19. Uso de la cancha del parque recreacional

<i>Día</i>	Número de personas visitantes	Hora
<i>Lunes</i>	10	17h00 a 19h00
<i>Martes</i>	12	17h00 a 19h00
<i>Miércoles</i>		17h00 a 19h00
<i>Jueves</i>	16	17h00 a 19h00
<i>Viernes</i>	12	17h00 a 19h00
<i>Sábado</i>	32	17h00 a 19h00
<i>Domingo</i>	58	17h00 a 19h00

Fuente: Autora

Elaboración: Autora

De acuerdo al conteo que se realizó en la cancha del parque recreacional, mediante la observación directa, se determinó que la cantidad de usuarios diarios de lunes a viernes no sobrepasa de las 16 personas, dentro del horario de 17h00 a 19h00, teniendo un incremento considerable, al duplicar esta cantidad los sábados y triplicándolo los domingos, de todos modos cantidades que podrían ser absorbidas por las canchas aledañas al sector y, en el mejor de los casos, propiciando algún emprendimiento privado o mixto con la municipalidad que cubra este requerimiento en la zona.

Desde el punto de vista administrativo, el director del centro histórico del Municipio de Loja manifestó que existen proyectos para el mercado Malacatos, pero aún nada concreto; existe la reubicación de las canchas cerca al estadio, para que se encuentren los

espacios deportivos claramente zonificados, que se eliminaría la cancha que está desintegrada al parque recreacional, sirviendo para ampliación del mercado, por ende, el área administrativa Municipal concibe la apropiación de este espacio como una estrategia buena, para que el mercado pueda tener una infraestructura de calidad, priorizando la visita de los usuarios.

3.7.6. Superavit de canchas deportivas

Tabla 20. Canchas deportivas con un radio de influencia de 500 m

PROPIEDAD	NÚMERO DE CANCHAS	RADIO DE INFLUENCIA (M)
PÚBLICAS	4	500
PRIVADAS	1	100

Fuente: Autora
Elaboración: Autora

3.7.6.1. Públicas

Canchas no.	Medidas (m)	Material	Imagen
1	Ancho 10 Largo 20	Arena	
1	Ancho 12 Largo 25	Concreto	
1	Ancho 10 Largo 20	Concreto	
1	Ancho 50 Largo 90	Césped	

Fuente: Autora
Elaboración: Autora

Existen tres canchas deportivas que tienen uso multiple, además un estadio municipal, que es utilizado específicamente para jugar fútbol.

3.7.6.2. Privadas

Cancha no.	Medidas (m)	Material	Imagen
1	Ancho 10 Largo 20	Arena	

Fuente: Autora
Elaboración: Autora

Con un radio de influencia de 100 m se encuentra una cancha, ubicada en la calle Manuel Ignacio Godoy, su dimensión aproximada es de 20 m de largo x 10 m de ancho, tiene el mismo uso frecuente que las públicas, pero existe la diferencia que es pagada, teniendo un valor de \$ 10,00 el alquiler, se encuentra frente a una cancha pública.

3.7.7. Área de terreno para propuesta



Fuente: Autora

Tabla 21. Área total del terreno

Área terreno actual	1 127.8642 m ²
Área ampliación	588.8668 m ²
Área Total para propuesta	1 716,731 m²

Fuente: Autora

3.8. Modelo de Encuesta

La encuesta va dirigida a los comerciantes y consumidores del mercado municipal

Malacatos, Ir a anexos para los resultados

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR SEDE

LOJA



Encuesta dirigida a Comerciantes, para la Intervención de Mercado Municipal Malacatos integrando la Feria Libre.

Encuesta dirigida a los comerciantes del mercado Malacatos

Edad: Sexo: F..... M

1) ¿Qué producto usted vende en el mercado?

Carnes ----- Verduras-frutas ----- Abarrotes ----- Comida preparada -----
otros-----

2) ¿Se siente conforme con el espacio que usted tiene destinado para la venta?

Si -----
No -----

3) ¿Qué días abre el puesto de trabajo?

Lunes----- martes ----- miércoles ----- jueves----- viernes----- sábado-----
domingo-----

4) ¿Qué espacios cree que le hace falta al mercado?

Área de carga y descarga ----- Baños sanitarios ----- Área de desechos-----
Todos los anteriores -----

5) ¿Cómo cree que se podría mejorar la situación actual del mercado?

Administración -----
Mejorar su distribución y espacio de trabajo -----
Ampliación del mercado -----
Nueva infraestructura -----
Implementar nuevos espacios -----

6) ¿Cree que sería factible integrar la feria libre en un espacio dentro del mercado?

Si -----
No -----
Porqué-----

7) ¿Considera adecuada la ubicación de los puestos de trabajo?

Mucho recorrido -----
 Dificultad de acceso -----
 Falta de señalética -----
 Mezcla de zonas de trabajo -----

8) ¿Qué problemas le genera la ubicación de su puesto de trabajo?

Malos olores -----
 Piso húmedo -----
 Falta iluminación -----
 No existe problema -----

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR SEDE

LOJA



Encuesta Dirigida a Consumidores, para la Intervención de Mercado Municipal Malacatos integrando la Feria Libre.

Edad:

Sexo: F..... M

Marque con una **X** la respuesta que considere correcta

1) ¿Cuál es la razón por la que usted adquiere productos en el Mercado Malacatos?

Productos de buena calidad -----
 Los productos son económicos -----
 La atención es muy buena -----
 Le queda cerca de su trabajo o vivienda -----
 Otros / especifique cual -----

2) Prefiere comprar productos en:

Mercado -----
 Tienda -----
 Supermercado -----
 Otros / ¿Cuál? -----

3) ¿Qué días visita usted el mercado?

Lunes----- martes ----- miércoles ----- jueves----- viernes----- sábado----- domingo-----

4) ¿Cree que el mercado abastece con los productos alimenticios que usted necesita?

Si -----
 No ----- ¿Cuál? -----

5) ¿Cree usted que se venden productos que cumplen estándares de higiene correcta?

Si -----
 No -----

6) ¿Dónde prefiere comprar, parte externa o interna del mercado?

Externa -----
 Interna -----
 ¿Por qué? -----

3.9. Síntesis del diagnóstico

Tabla 22. Síntesis de diagnóstico del Mercado Municipal Malacatos

ÁMBITO	ANÁLISIS	OBJETIVO
CULTURAL	Las edificaciones más representativas en la parroquia son: mercado, plaza, iglesia, donde se concentran muchas actividades de carácter social, cultural; para los habitantes es tradición visitar estos tres espacios. Por ende, se conserva la ubicación, ya que no es factible perder la conexión de estos tres hitos de la parroquia.	Fortalecer el equipamiento para que los habitantes no pierdan el interés de visitarlo.
SOCIO-ECONÓMICO	El 41,5 % de la población se dedica a actividades agropecuarias. Es costumbre en la parroquia que los mismos productores sean en mayoría los comerciantes y hacen de este un empleo particular, es una fuente de ingreso económico muy importante para la parroquia eminentemente agropecuaria, ya que no abastece solamente a Malacatos sino también a todos los barrios aledaños e incluso algunas parroquias cercanas como Vilcabamba.	Generar una fuente de ingresos más activa, incentivar a los agricultores con un lugar salubre donde puedan vender su mercadería y no se pierda la costumbre de que sean ellos los mismos productores.
URBANO	La feria libre no fue planificada, por ende genera en la actualidad varios problemas en el ámbito urbano, ya que se adueñan del espacio público, como es la vía conectora Pío Montúfar y la calle Manuel Ignacio Godoy, provocando congestión vehicular por el cierre de vías y a su vez genera desorden, suciedad, informalidad, el cual deteriora la imagen urbana, estableciendo una competencia desleal con el comercio formal.	Ubicar la feria libre en un lugar estratégico, acoplado al comercio formal para que no genere problemas que existen en la actualidad, teniendo en cuenta la tradición de un lugar abierto y libre para comprar, pero con las consecuentes medidas de salubridad.

ARQUITECTÓNICO

El mercado lleva 33 años sin ser intervenido, razón por la cual no responde a los requerimientos actuales de la parroquia, que ha sufrido un crecimiento demográfico importante.

La circulación interna tiene una forma ortogonal, con un ancho considerable, pero la ubicación de las áreas húmedas y secas se encuentran mezcladas y no permiten un funcionamiento correcto del mercado.

La fachada de la edificación en cuanto el aspecto formal no se acopla al contexto urbano.

Rediseñar e incrementar espacios que requieren los equipamientos comerciales según la Norma Técnica Ecuatoriana INEN, con el objetivo que los consumidores tengan los productos en buen estado al momento de comprar y los comerciantes cuenten con un espacio digno para su trabajo.

ENCUESTAS COMERCIANTES- CONSUMIDORES

- Los productos primordiales de venta son abarrotes con un 33,3 %, seguido de la sección de carnes, verduras, frutas y finalmente la comida preparada con un 16,7 %, siendo este el atractor principal de lunes a domingo, razón por la cual es necesario crear más y mejores espacios para potenciar esta actividad.

- Los espacios asignados para su trabajo tienen un área de 4 a 7,5 m², el 66,7 % se siente incoforme.

- El 100 % expresa la deficiencia espacial de estas tres áreas: desechos, baterías sanitarias y zona de carga y descarga; anhelando un 41,2 % la ampliación de la infraestructura.

- La integración de la feria libre dentro del mercado un 66,7 % está de acuerdo ya que desean tener equidad.

- Las personas compran los productos principalmente por su buena atención en un 47,14 % ya que aún existe esa interacción entre comerciante y consumidor. Un 58,8 % prefiere un lugar abierto para comprar por lo cual se debe buscar estrategias arquitectónicas beneficiosas.

- Tener en cuenta las necesidades que tienen los comerciantes para poder rediseñar el mercado, no dejando a un lado la parte normativa requerida en este tipo de mercado.

- Ampliar espacios a zonas que dinamizan la actividad comercial, como son los comedores.

- La integración del mercado y la feria libre minimizará la competencia entre comerciantes, teniendo ya los mismos beneficios para su trabajo.

- Incentivar a los consumidores a la visita del equipamiento todos los días, no solo el día domingo, buscando estrategias y zonas para que las visiten toda la semana.

3.9.1. Conclusiones del diagnóstico

Según el diagnóstico realizado se pudo concluir que la infraestructura necesita de una intervención arquitectónica, ya que el 75 % de la estructura se encuentra en buen estado, encontrándose en condiciones de mantenerla, se ampliará el área de los locales según las necesidades de cada uno, implementando mobiliario necesario. En el segundo piso se colocarán puestos tomando en cuenta las tradiciones de la parroquia, siendo este un incentivo para que los pobladores y turistas lleguen a visitarlo y a su vez formar un mirador hacia el oeste de Malacatos, la parte administrativa y biblioteca se la seguirá manejando en la segunda planta, remodelando con espacios acordes a la necesidad actual, tratando de innovar toda la infraestructura para beneficio de la comunidad y brindar un mejor servicio tomando en cuenta normativas salubres, que es lo más importante en un mercado, ya que se relaciona con la salud de los consumidores.

La reubicación de la feria libre solo en la calle Manue Ignacio Godoy minimizará los problemas ejecutados en la ubicación actual, la propuesta es factible ya que es donde culmina la calle siendo semi-peatonal, la integración con de la feria libre y el mercado se da por medio del acceso amplio de la misma calle convirtiéndola en una conjeturada calle.

Para poder incrementar los espacios que necesitaba el mercado se propuso la ampliación, haciendo un estudio de factibilidad de la infraestructura inmediata.

Capítulo 4

Propuesta arquitectónica

4.1. Introducción

El mercado se encuentra localizado al sur del Ecuador, en la provincia de Loja, parroquia Malacatos; es un Proyecto Urbano-Arquitectónico que está ubicado en el centro de la parroquia, en un terreno de 1 127,8642 m². Dentro de la propuesta se genera la ampliación de dicha infraestructura, obteniendo un área disponible de 1 716,731m², su entorno inmediato se caracteriza por estar rodeado de viviendas mixtas y locales comerciales.

La propuesta tiene como objetivo poner en práctica tanto la parte teórica como de diagnóstico encontrados en la investigación, con lo que se logra resolver problemas por medio de las estrategias de diseño.

El mercado responderá a las necesidades de la población para el abastecimiento de productos de primera necesidad, sobre todo, para potencializar el equipamiento innovando los espacios existentes, como biblioteca y salón social, así como incrementando espacios de venta de productos tradicionales del sitio, logrando la concurrencia de más personas para la parroquia.

4.4. Programa arquitectónico

La propuesta arquitectónica se basa en la lista de necesidades que posee la infraestructura actual, sustentándose en la normativa que requiere un mercado salubre.

Zona húmeda	No. locales	Dimensiones (m)	Area m ²	Área total m ²
Carnes rojas	16	2,50 x 2,00	5,00	80,00 *
Pollo	13	2,50 x 2,00	5,00	65,00 *
Mariscos	2	2,50 x 2,00	5,00	10,00 *
Quesos	2	2,00 x 2,00	4,00	8,00 *
Comida preparada	5	3,50 x 2,50	8,75	43,75
Zona de lavado	1	3,00 x 3,00	9,00	9,00 *
Baños	2	2,40 x 2,70	5,10	10,20 *
Área total zona húmeda				225,95

Zona semi-húmeda	No. locales	Dimensiones (m)	Area m ²	Área total m ²
Frutas y verduras	9	2,50 x 2,00	5,00	45,00 *
Feria libre	36 puestos internos	2,00 x 2,00	4,00	144,00
Área total de zona semi-húmeda				189,00

Zona seca	No. locales	Dimensiones (m)	Area m ²	Área total m ²
Abarrotes	10	2,50 x 2,00	5,00	50,00 *
Bodegas	16	2,50 x 2,50	6,25	100,00 *
Comedor	48 personas	1,20 x 1,20	1,44	40,50
Área total de zona seca				190,50

Zona feria libre	No. locales	Dimensiones (m)	Area m ²	Área total m ²
Feria libre	91 puestos externos	2,00 x 2,00	4,00	364,00 *

Área total de zona feria libre				364,00
Administrativa	No.	Dimensiones (m)	Area m ²	Área total m ²
Oficinas	3	3,00 x 3,00	9,00	27,00
Recaudaciones	1	8,00 x 8,00	64,00	64,00
Salón social	1	12,00 x 15,00	180,00	180,00
Bodega	1	3,00 x 3,00	9,00	9,00
Baños	1	2,40 x 2,70	5,10	5,10
Biblioteca	1	15,00 x 8,00	120,00	120,00
Área total administrativa				91,10

Área total de construcción 1 060,55

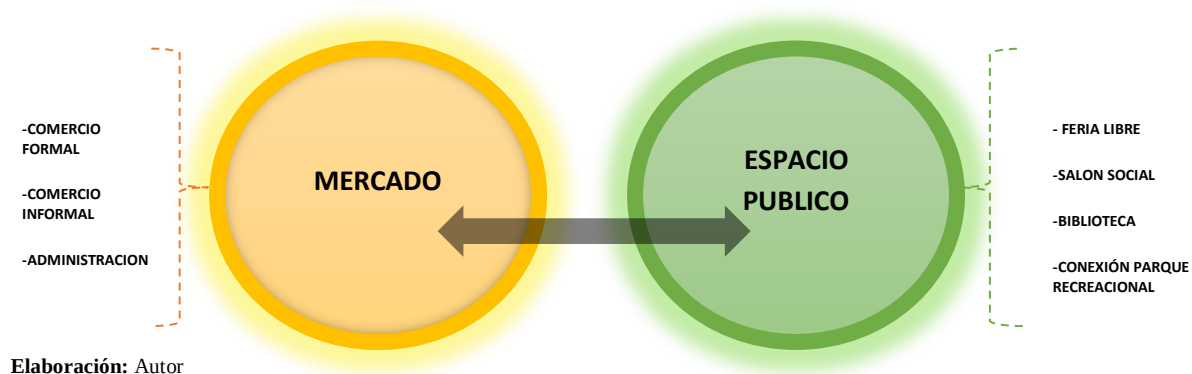
Área de terreno del mercado	Área de ampliación	Área total disponible
1 127,8642 m ²	588,8668 m ²	1 716,731 m ²

Elaboración: Autora

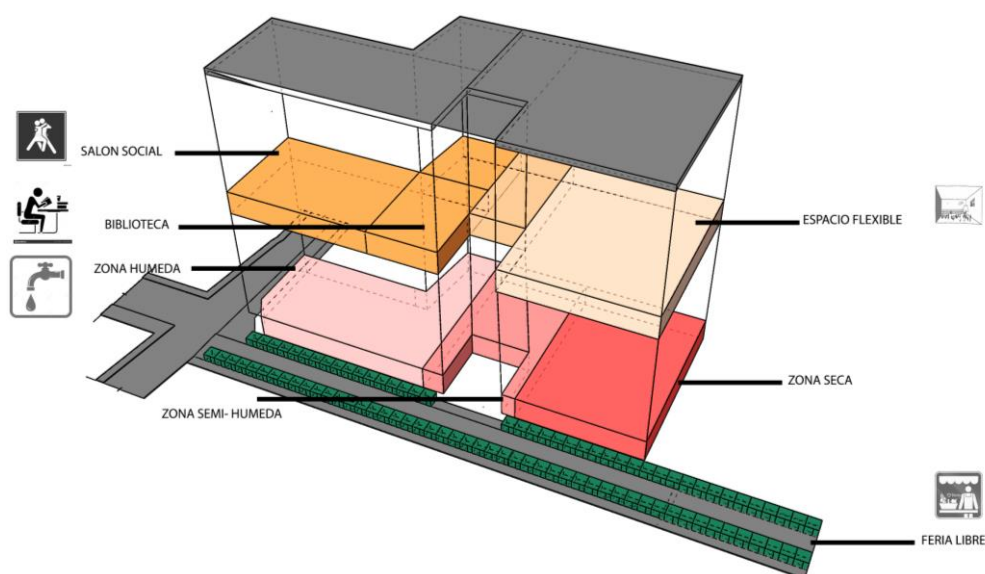
El programa arquitectónico responde a todas las necesidades del mercado y actividades de la parroquia Malacatos; de la misma manera, se ha establecido integrar nuevos espacios, que son necesarios para un mercado, donde se determina la ampliación del área ocupacional.

4.2. Partido arquitectónico

El partido arquitectónico del proyecto se desarrolla tomando en cuenta las necesidades y actividades actuales que se cumplen en dicha infraestructura.

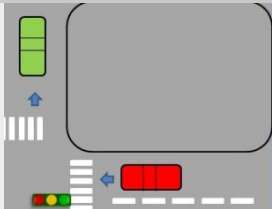
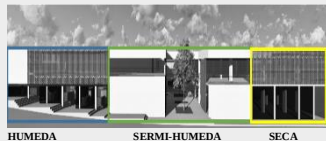


Según Utzon y Moreno (2015), un mercado de abasto no es solo para la actividad comercial, sino también es un lugar de encuentro público, en donde se realizan diversas actividades sociales. La propuesta de potencializar los espacios públicos existentes incentivará a los pobladores de la parroquia Malacatos a que visiten esta infraestructura. La integración del comercio formal e informal minimizará la competencia existente entre los comerciantes.



4.3. Estrategias de diseño

Tabla 23. Estrategias de diseño para el mercado municipal Malacatos

Estrategia	Criterio	Gráfico
Mejorar el espacio público	La reubicación de la feria libre, optimizará el flujo vehicular y peatonal en la calle conectora Pío Montúfar.	
Integración con el parque recreacional Malacatos	La integración de las dos infraestructuras públicas genera un atractivo ya que se conecta con espacios relacionados a las actividades por medio de rampa y visuales.	
Relación interior-externo	Desde el exterior se observa la actividad que se ejecuta e incentiva a ingresar. Desde el interior: prioriza vistas hacia el parque.	
Material como elemento formal	El mercado es un hito para la población, por ende colocar un material que se produzca en la localidad llevará a que tenga identificación con la parroquia.	
Implantación	Habiendo tres zonas identificadas: húmeda, semi-húmeda y seca, se evita la relación directa de la zona húmeda y seca.	
Espacios flexibles	los moradores pueden dar uso de este espacio según su necesidad, pensando en las actividades de la parroquia como bingos, venta de productos tradicionales, etc.	

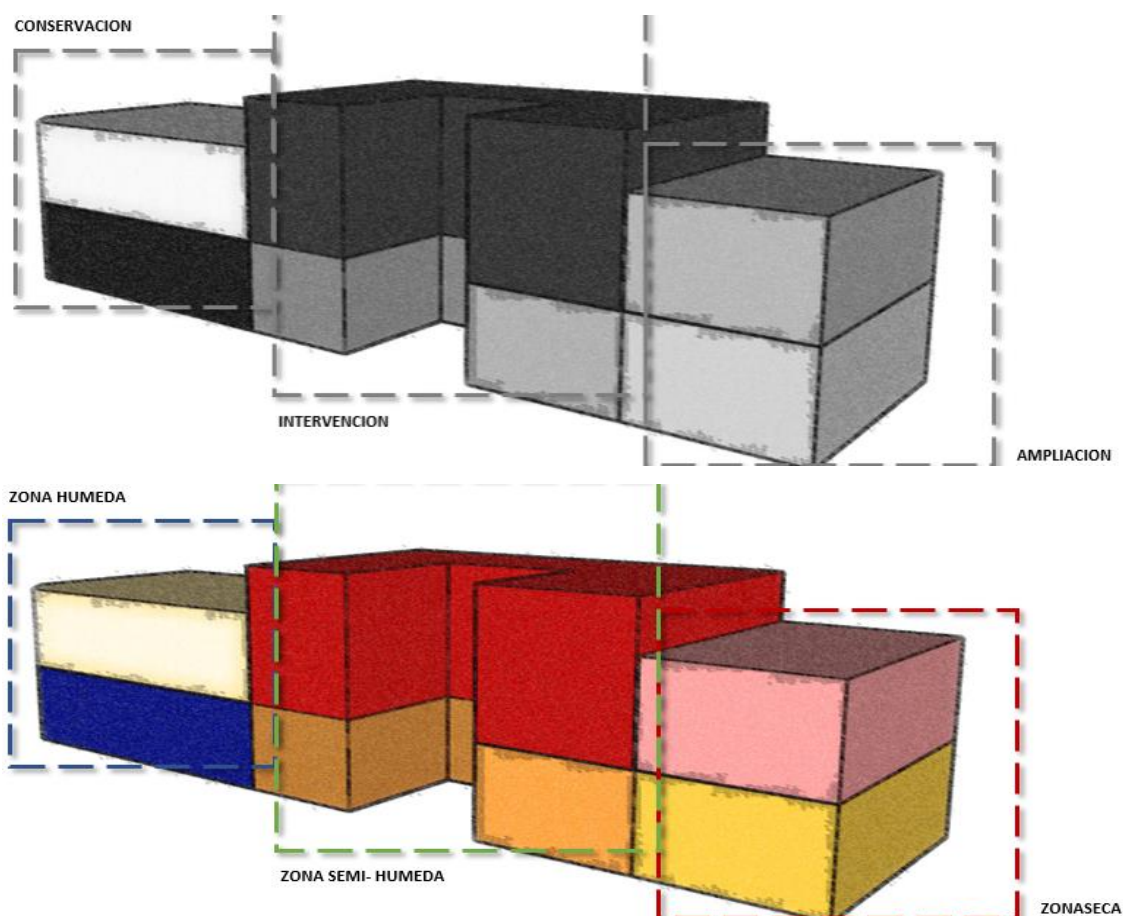
Elaboración: Autora

4.6. Zonificación

La zonificación se establece según la relación de cada uno de los espacios, esto ayuda a que se encuentre correctamente distribuida la planta arquitectónica.

4.6.1. Zonificación General

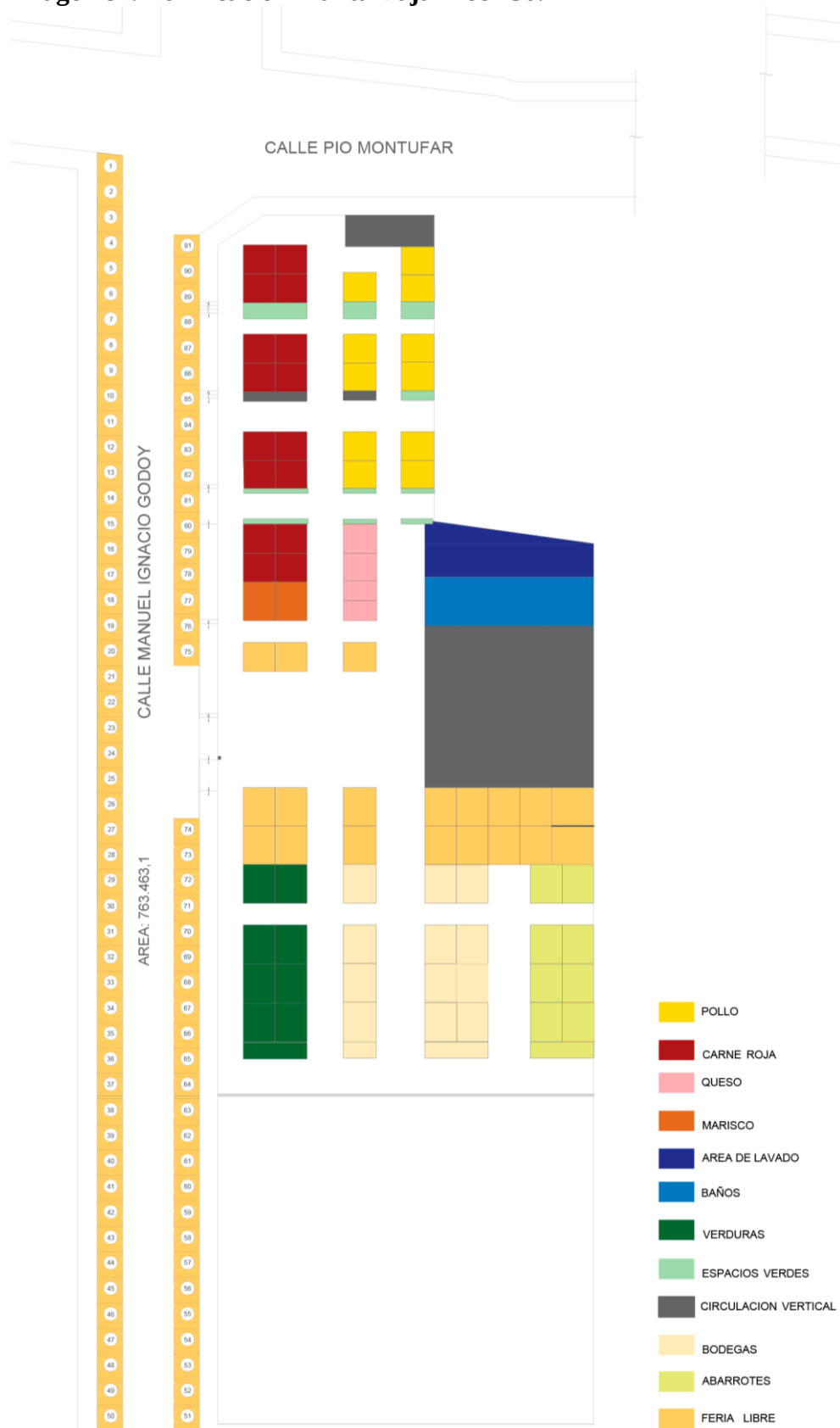
Se organiza mediante tres bloques: conservación-intervención-ampliación; del mismo orden están distribuidas las zonas húmeda-semihúmeda-seca. En la planta baja se ubican los productos de primera necesidad y la feria libre; en la actualidad la segunda planta solo se encuentra construida hasta el bloque de conservación, en la propuesta se amplía y se coloca: administración, biblioteca, la venta de productos tradicionales, comedor y el salón social, con su ingreso independiente desde la calle Pío Montúfar.



Elaboración: Autora

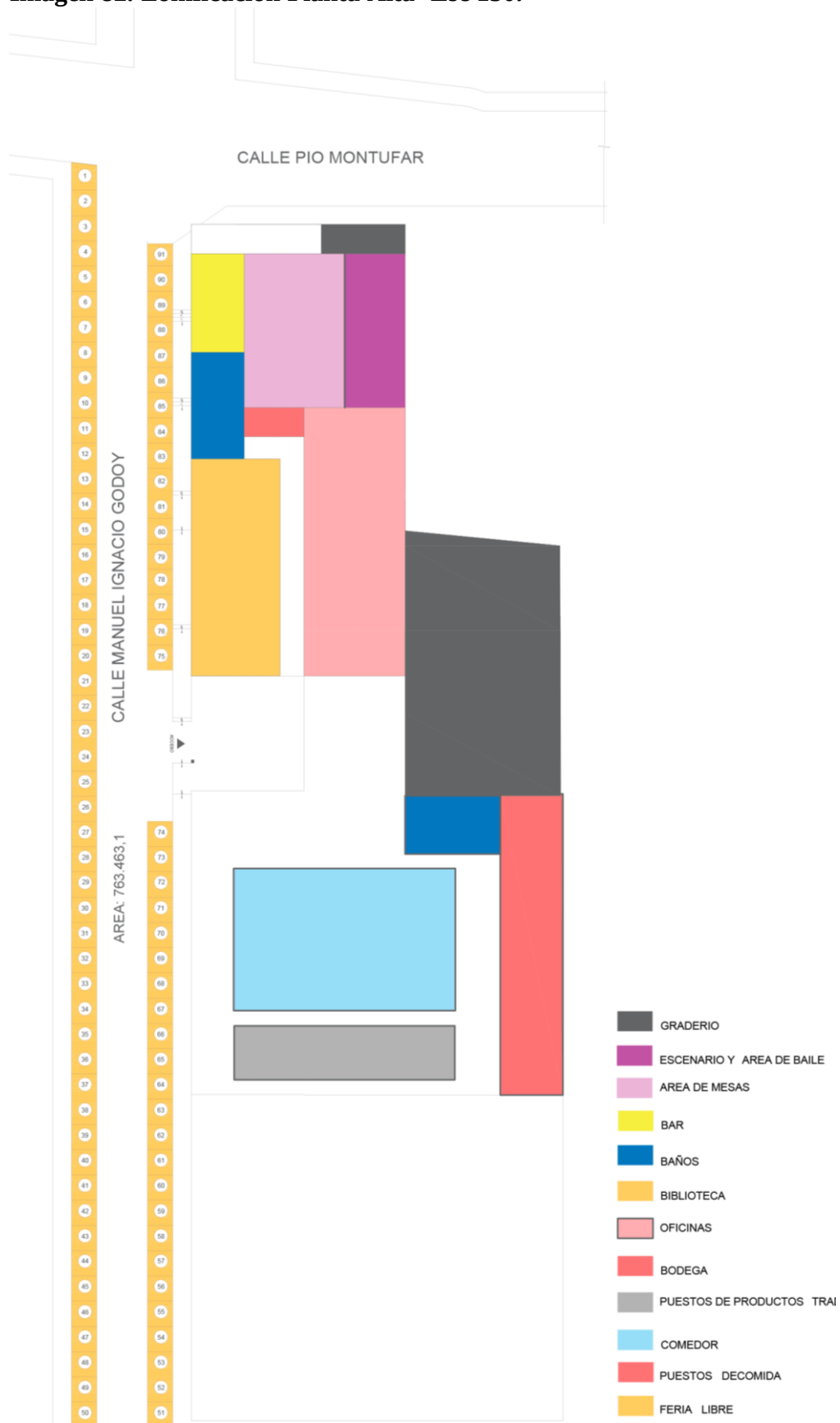
4.6.1. Zonificación específica

Imagen 81. Zonificación Planta Baja- Esc 150.



Elaboración: Autora.

Imagen 82. Zonificación Planta Alta- Esc 150.



Elaboración: Autora.

La zonificación se dio mediante la normativa para un mercado salubre, el cual nos proporciona directrices de relación en este tipo de infraestructura, considerando estas normativas se evita la contaminación en los espacios internos de la infraestructura, así mismo tomamos en cuenta la relación de cada espacio según sus necesidades y el recorrido que hace el usuario.

4.6.2. Perspectivas

Imagen 83. Perspectivas de diseño, actual y propuesta, desde la intersección de la calle Manuel I. Godoy y Pío Montúfar



Diseño Actual.



Propuesta.

Desde la parte exterior en la actualidad se observa una infraestructura con dos bloques superpuestos y en la propuesta se puede concebir que es una sola infraestructura distribuida por tres bloques continuos de acuerdo a su función.

La materialidad en la propuesta es muy significativa ya que tomamos en cuenta que el mercado es un hito para la población, por ende colocar un material que se produzca en la localidad como el ladrillo llevará a que tenga identificación con la parroquia.

Imagen 84. Perspectiva desde la parte norte



Elaboración: Autora

Imagen 85. Rampa conectora con parque recreativo y mercado



Elaboración: Autora

La rampa se la diseño para integrar las dos infraestructuras públicas esto generará un atractivo para los usuarios, los espacios conectados tienen relación con las actividades que frecuentan los usuarios.

Imagen 86. Acceso principal, sin la feria libre



Elaboración: Autora

Imagen 87. Acceso principal, día de funcionamiento de la feria libre



Elaboración: Autor.

Una de las estrategias en el diseño fue mejorar el espacio urbano el cual se la realizo reordenando el comercio informal en la calle Pio Montufar y reubicando en un espacio interno del mercado pero que a su vez conciban que se encuentren en un lugar abierto.

Imagen 88. Rampa interna del mercado



Elaboración: Autora

Imagen 89. Perspectiva hacia el parque recreacional



Elaboración: Autora

4.7. Conclusiones

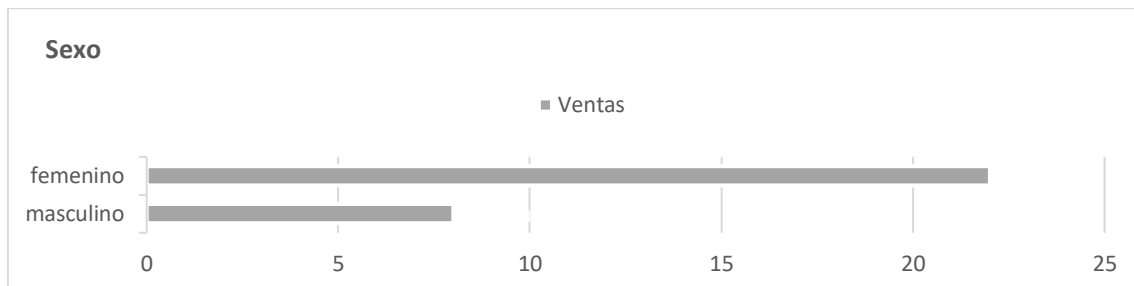
- Mediante la investigación de las características de mercados y ferias libres se pudo ubicar correctamente las zonas: húmeda, semi-húmeda, el cual es fundamental para el correcto funcionamiento del mercado.
- Con la revisión de Normativas para un mercado se pudo obtener el área necesaria para cada puesto, así mismo se tomó en cuenta que es un equipamiento mayor y es necesario que posea circulación para personas con movilidad reducida, se propone el uso de rampas para la circulación de todas las personas y facilitar el transporte de productos.
- Los referentes que se analizaron fueron muy útiles para realizar la propuesta ya que tienen como finalidad mejorar el contexto urbano y no solo la infraestructura, siendo ese el objetivo de la propuesta elaborada.
- Mediante el diagnóstico realizado se pudo determinar el nivel de intervención, el área actual es insuficiente el cual se amplió el espacio por medio de la eliminación de la cancha adyacente, elaborando un estudio de superávit de canchas, se innovan los espacios, como biblioteca, salón social, con el fin de potencializar la infraestructura.
- La propuesta arquitectónica se realizó mediante el análisis del estado actual, se tomó en cuenta las normativas para obtener la relación de los espacios con áreas adecuadas e higiénicas, de tal manera que los comerciantes y consumidores se sientan en un lugar confortable.
- Los vendedores de la feria libre no poseen el área de trabajo adecuada, en la propuesta se integra con los vendedores del mercado, teniendo en cuenta que los dos son comerciantes legales y deben tener los mismos beneficios.

4.8. Recomendaciones

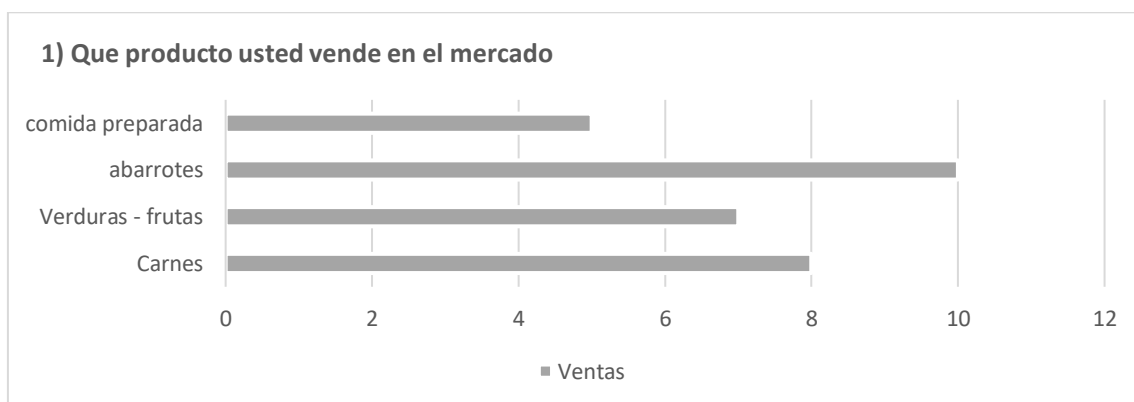
- Al momento de diseñar un mercado se deben considerar las normativas establecidas, ya que se puede determinar una buena relación entre los espacios, ordenándolos de una forma más fluida.
- Se recomienda a los representantes del GAD parroquial de Malacatos incentivar a los agricultores de la parroquia para que sigan siendo ellos quienes proporcionen los productos de abasto al mercado municipal, ya que es un ingreso económico para la parroquia.

Anexos

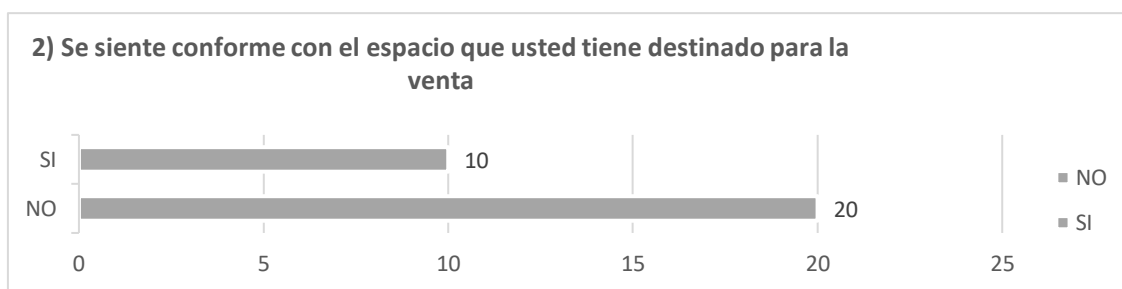
Resultados de encuestas a Comerciantes



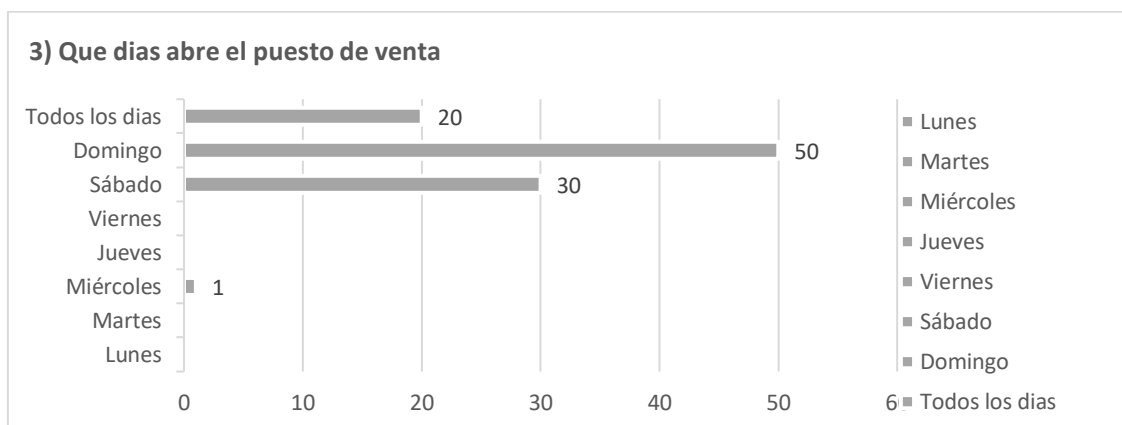
Según las encuestas realizadas se determina que los comerciantes que atienden en el mercado de Malacatos está constituido en un 73,4 % por grupo femenino y 26,54 % masculino, demostrando esto que el trabajo en el mercado es realizado mayoritariamente por personal femenino con una baja inversión, además que pueden complementarlo con su vida familiar al estar a cargo de niños principalmente.



Los productos que se expenden en el mercado responden a la siguiente segmentación, siendo la principal los abarrotes con un 33,3 %, seguido de la sección de carnes con un 26,7 %, luego verduras y frutas con 23,3 % y finalmente comida preparada con 16,7 %, con la particularidad de que constituye el atractor principal de lunes a viernes, razón por la cual es necesario crear más y mejores espacios para potenciar esta actividad.

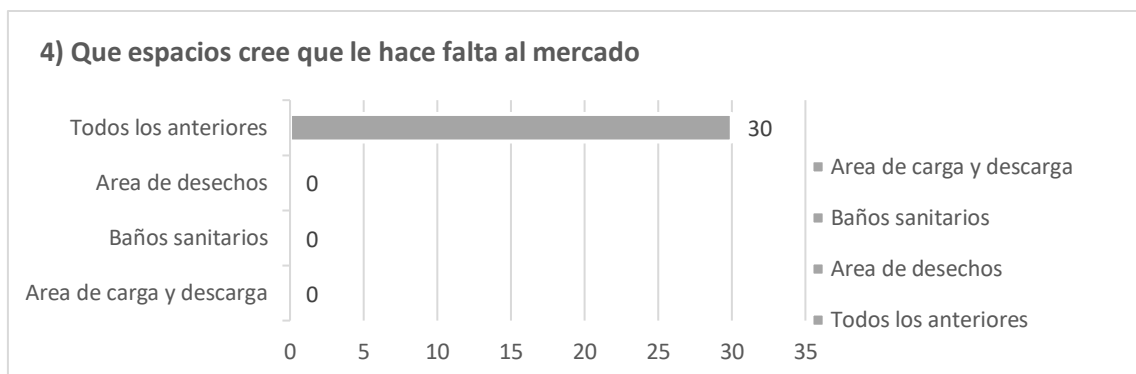


De acuerdo a las encuestas realizadas a todos los comerciantes del mercado de Malacatos, se evidencia la inconformidad por los espacios asignados para cada uno de sus puestos de trabajo en un 66,7 %, mientras que un 33,3 %, está conforme. De acuerdo a esta investigación se determina que los puestos en el mercado cuentan con un área que va de 4 a 7,5 m² para el desarrollo de la actividad de cada uno de los comerciantes, constituyéndose en una gran mayoría en espacios insuficientes, dificultando el desarrollo ordenado y armónico de esta actividad.

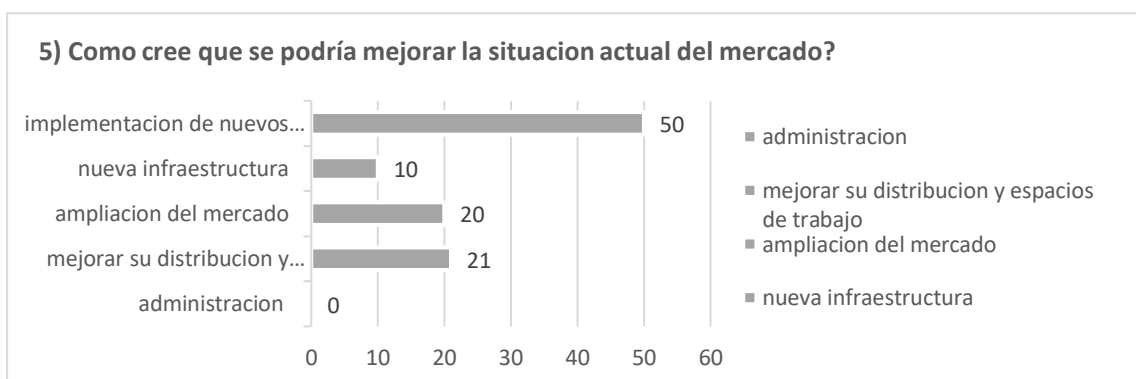


En esta gráfica se describe el desarrollo de las actividades comerciales dentro del mercado de Malacatos y su alto grado de concentración comercial los fines de semana, donde se apertura la mayoría de puestos de venta, principalmente el domingo con un 100 %, seguido por el día sábado con un 60 %, mientras que el miércoles un 2 % y el resto de días evidencia un 40 % de apertura de negocios, Esto muestra que la condiciones

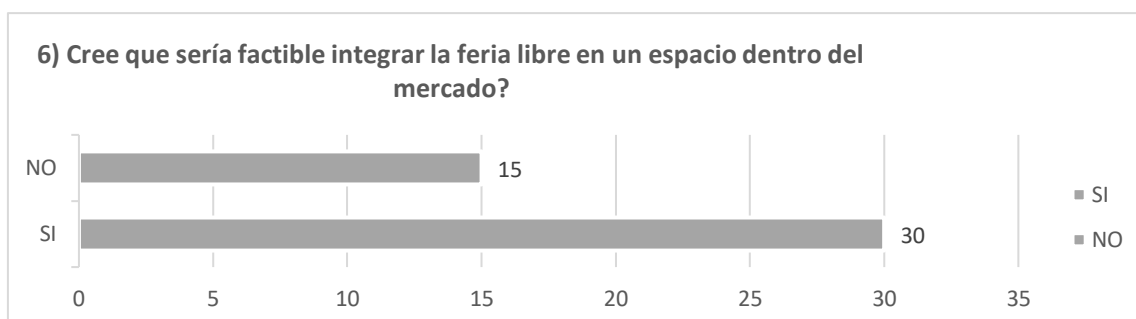
culturales y especificidades propias de la zona concentran esta actividad los días sábados y domingos, que se ven alentadas por la deficiente infraestructura del actual mercado municipal.



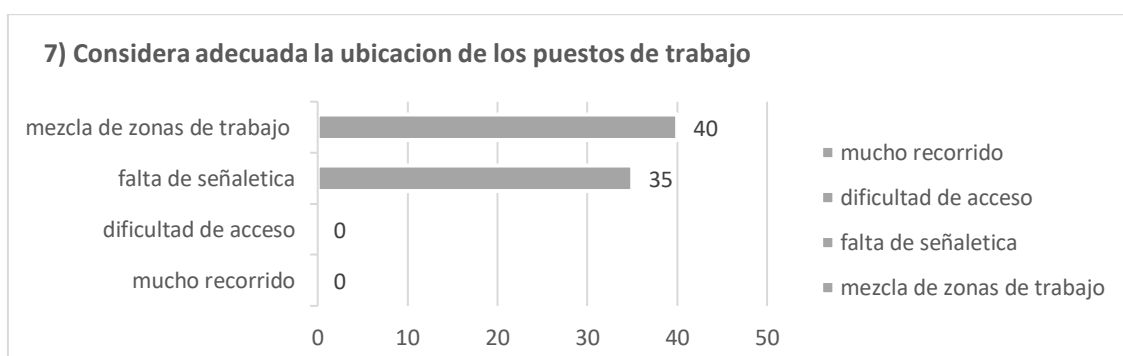
El 100 % de los comerciantes del mercado consultados coinciden en que las principales deficiencias espaciales detectadas en el mercado de Malacatos están divididas en tres áreas: desechos, baterías sanitarias y carga y descarga. Esta particularidad provoca malestar e inconformidad, tanto en la población como en los comerciantes que ven el deterioro de sus fuentes de ingresos por la ausencia de consumidores ante esta realidad.



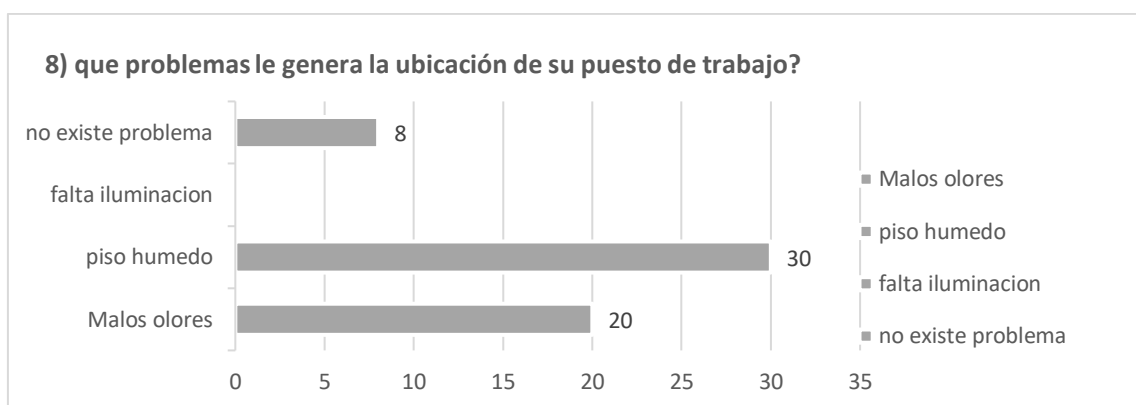
De acuerdo a estos resultados recolectados a los comerciantes se determina que la situación del actual mercado de Malacatos podría reformar su situación con el mejoramiento de su distribución espacial: en un 41,2 %, con la ampliación del mercado, en un 39,2 % con la implementación de una nueva estructura, un 19,6 %, y cabe resaltar que un 100 % está conforme con la administración actual del mercado. Este resultado pone de manifiesto la necesidad de mantener la administración y mejorar la distribución y ampliación del mercado para mejorar el servicio prestado a la comunidad y proveer de fuentes de empleo a un sector vulnerable de la población, las madres de familia.



Con respecto a la posibilidad de integrar la feria libre dentro del mercado, un 66,7 % está de acuerdo mientras que un 33,3 % no está de acuerdo. Estos datos ponen de manifiesto la necesidad de implementar una solución mediante una intervención arquitectónica que atienda esta realidad manifiesta en la comunidad de Malacatos.

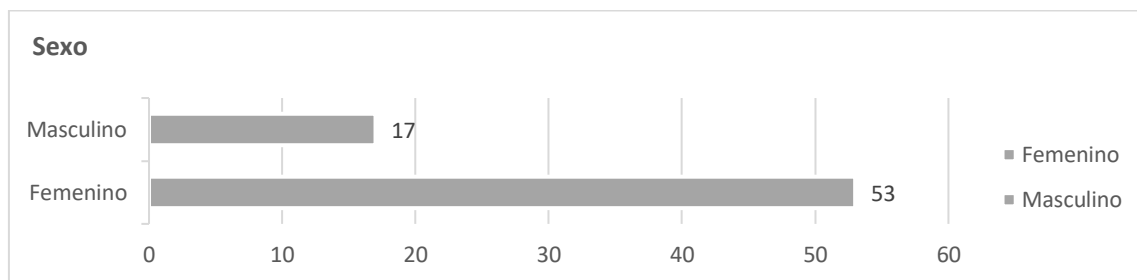


En cuanto a si se considera adecuada la ubicación de los puestos de trabajo, un 53,3 % menciona que las zonas de trabajo del mercado están mezcladas sin un orden lógico que respete los productos y lógica de compra, seguido por la falta de señalética en un 46,7 %, situaciones que pueden ser subsanadas mediante una intervención arquitectónica fundamentada en el entendimiento de las realidades de los comerciantes del mercado y la comunidad de Malacatos.

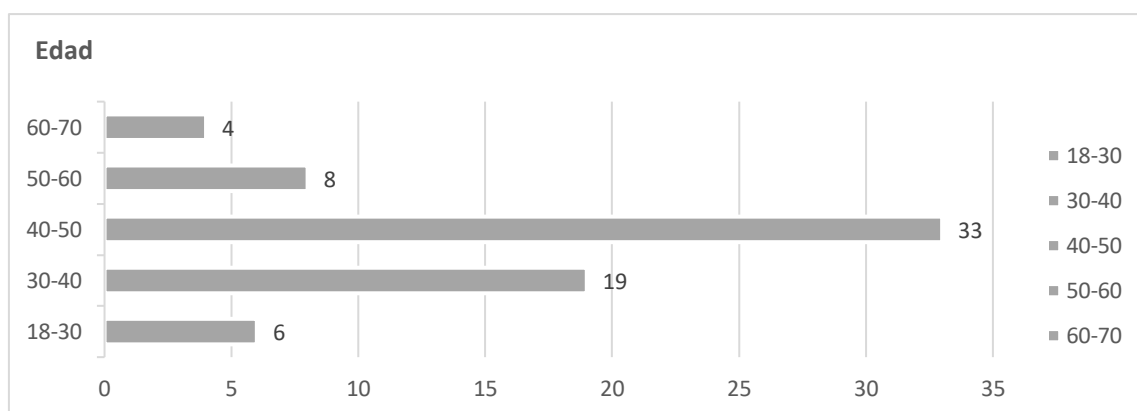


Según la encuesta, los problemas que generan a los comerciantes del mercado los puestos de trabajo, a más de sus reducidas dimensiones, son dos, principalmente con un 51,7 % el piso húmedo, seguido de los malos olores con un 34,5 % y en cuanto a la iluminación consideran satisfactoria y solo un 13,8 % consideran que no tienen problemas. Estos factores deterioran drásticamente la calidad del espacio de trabajo y el correcto mantenimiento de los productos que ahí se expenden, así como la pérdida de clientes por los malos olores que disuaden la visita de compra al mercado.

Resultados de la Encuesta a Consumidores

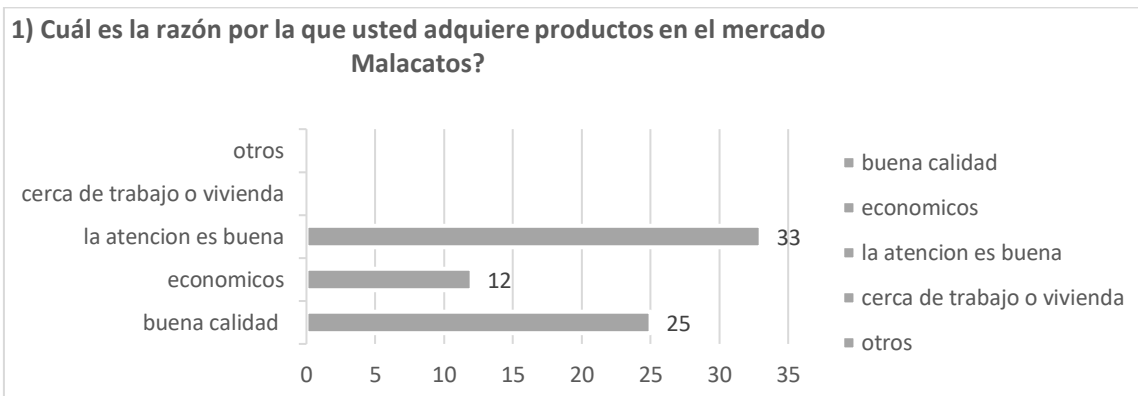


El 75,7 % de encuestados es de sexo femenino, que realiza sus compras en el mercado y un 24,3 % son de sexo masculino. Esta diferencia puede deberse a la organización familiar que provoca que las compras del mercado lo realizan principalmente las madres de familia, realidad que está en proceso de cambio, de forma más lenta en los pueblos, pero real, donde el hombre va retomando espacios dentro de las tareas del hogar y, entre ellas las compras en el mercado, situación que debe tomarse en cuenta al plantear soluciones concretas.

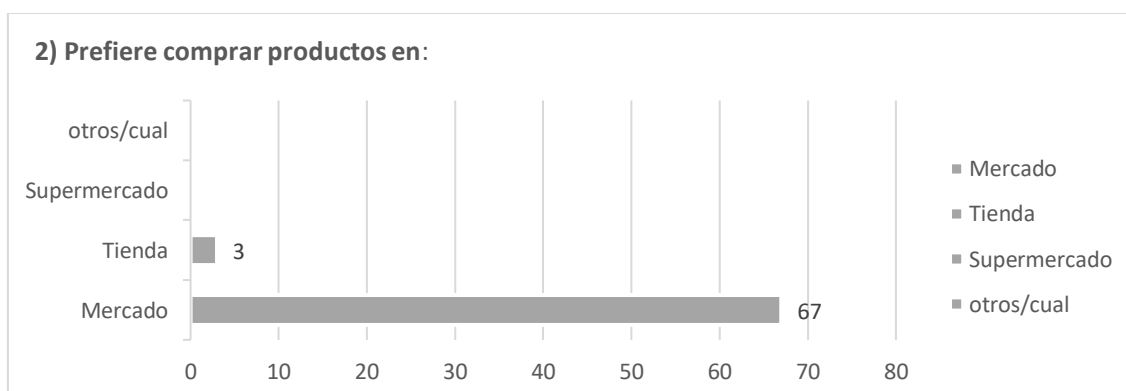


Siendo los visitantes del mercado en un 48,1 % en el rango de 40 a 50 años, un 27,1 % entre 30 y 40 años, un 11,4 % de entre 50 y 60 años, un 8,6 % entre 18 y 30 años y finalmente un 5,7 % entre 60 y 70 años. Estos datos evidencian que la edad mejor atendida está dentro de los rangos de 40 a 50 años, por lo tanto, la futuras intervenciones del mercado deben tomar en cuenta esta realidad y hacer de este mercado un lugar mucho

más amigable para un gran segmento de mercado que esta claramente desatendido y que no ve al mercado como su destino para realizar sus compras.

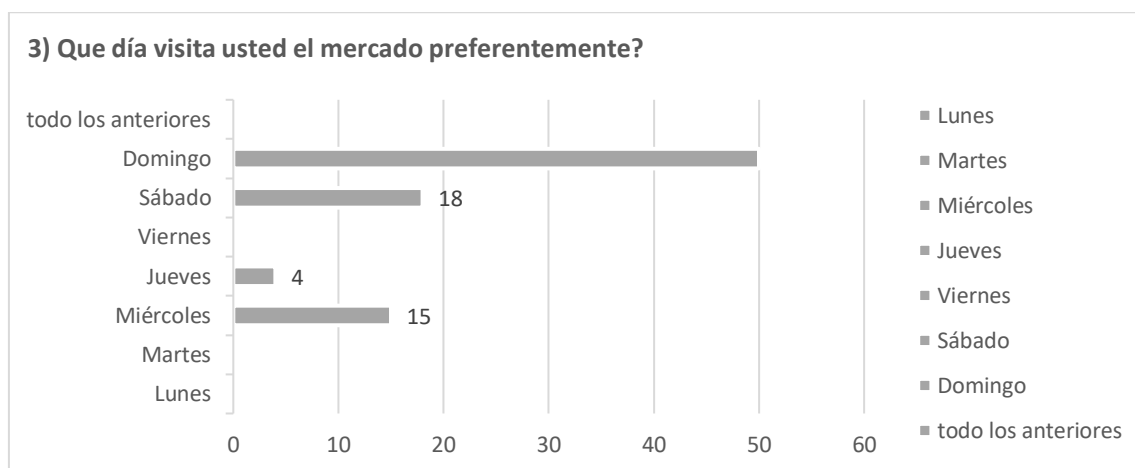


Los datos provienen de las encuestas realizadas a los compradores del mercado de Malacatos, que mencionan que adquieren los productos en este lugar principalmente por su buena atención en un 47,14 %, mientras que por su buena calidad un 35,7 % y finalmente por su bajo precio un 17,1 %, información que rompe el paradigma de que la gente compra en el mercado por ser más económico, prevaleciendo la atención personalizada con el comerciante, a diferencia de los supermercados y la buena calidad que pueden encontrar en los productos, factores que deben potenciarse dentro de la políticas del mercado, claro está dentro de espacios adecuados y ordenados.

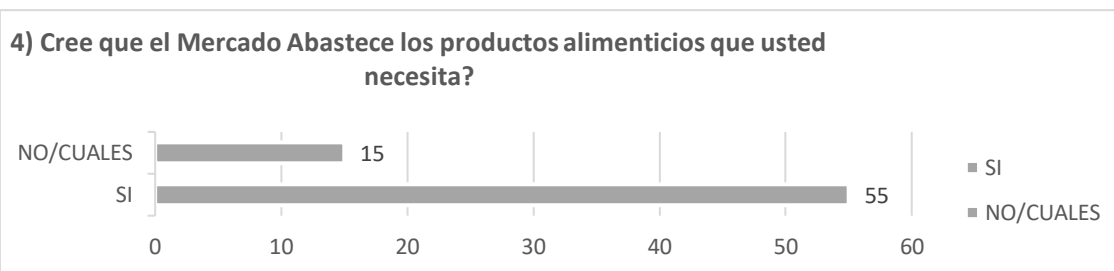


Estos gráficos evidencian el resultado de las encuestas que ponen de manifiesto que un 95,7 % prefiere comprar en el mercado frente al 4,3 % de personas que comprarían en

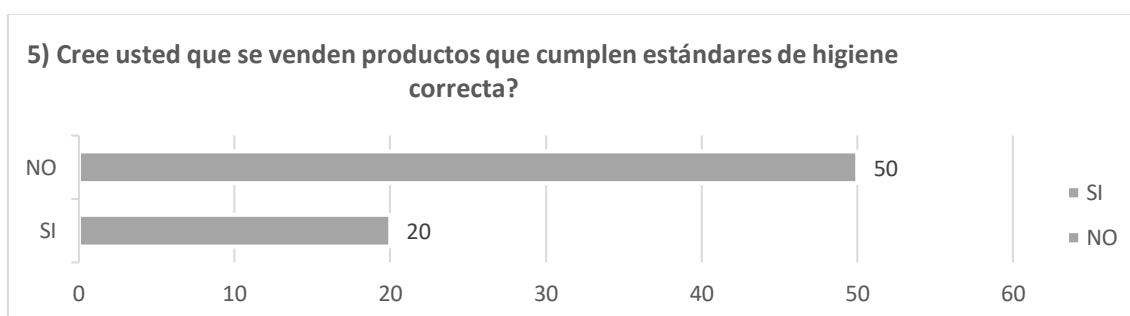
una tienda, datos que ponen de manifiesto el apego a las costumbres fuertemente enraizadas que potencian el uso del mercado desde tiempos inmemoriales, motivo que refuerza la importancia de mejorar sus condiciones para potenciar su uso y encuentro con las nuevas realidades y demandas de la sociedad actual.



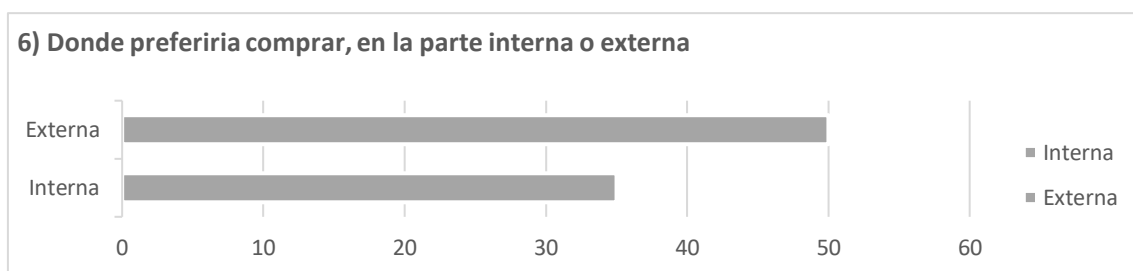
Con respecto a qué día los compradores visitan el mercado preferentemente, se ratificó una realidad evidente que muestra que el día domingo es visitado por un 58,5 % seguido del sábado por un 20,7 %, el miércoles con un 17,2 % y finalmente el día jueves con un 4,6 %, datos que concuerdan con un hecho que se manifiesta los días domingos como un masivo día de mercado, debido a que los productores y comerciantes acuden este día al mercado y sus alrededores a vender sus productos y las personas de todos los barrios aledaños acuden al mercado por la gran cantidad de oferta de productos. Esta realidad sugiere la posibilidad que si la oferta de productos dentro del mercado fuese ampliada a otros días se dinamizaría el mercado y generaría más fuentes de trabajo, o al menos de tiempo completo.



De acuerdo a que si el mercado abastece los productos alimenticios necesarios un 78,6 % de encuestados manifestó que sí, frente al 21,4 % que señaló que no es suficiente, esto demuestra que, aunque una mayoría está satisfecha con la oferta, hay un sector importante que debe ser atendido y que el mercado no presta las instalaciones ni condiciones para cubrir esta demanda.



Estos datos ponen de manifiesto que un 71,4 % de encuestados cree que los productos cumplen con estándares de higiene correcta, mientras un 28,6 % considera que no, esta información revela que hay un sector de la población que es cliente del mercado, que manifiesta su descontento por las condiciones higiénicas del mercado, supeditadas principalmente por las instalaciones que deben ser intervenidas para cubrir estas deficiencias, tomando en cuenta que ya existe un gran sector de la población que no acude al mercado para realizar sus compras y es a quien hay que persuadir a hacerlo.



La respuesta a la pregunta de dónde prefiere comprar, en la parte interna o externa del mercado, un 58,8 % de los encuestados mencionó que prefiere comprar en la parte externa y el 41,2 % en la interna del mercado, evidenciando las deficiencias del interior del mercado que debería ofrecer mejores garantías y servicios para que se realicen las compras de forma ordenada e higiénica bajo techo, sin polvo, ni agua de la lluvia, condiciones propias de la intemperie, por lo tanto, se debe intervenir el actual mercado para hacerlo más atractivo, eficaz y eficiente, que propenda a la comercialización de productos de consumo en un ambiente idóneo.

Bibliografía

- Albornoz, B. (2009). *Boris Albornoz Arquitectura*. Obtenido de <http://www.borisalbornoz.com/proyectos/mercado-9-de-octubre/>
- Andres, M. S. (Septiembre de 2017). *Repositorio utpl*. Obtenido de <http://www.bibliotecasdelecuador.com/Record/oai:oai:repositorio.uide.edu.ec:37000:37000-1022/Details>
- Barría, N. B. (19 de Mayo de 2011). *Plataforma urbana*. Obtenido de <http://www.plataformaurbana.cl/archive/2011/05/19/los-beneficios-de-los-mercados-y-ferias-en-la-ciudad/>
- Bayona, D. (19 de Mayo de 2017). *ARCHDAILY*. Obtenido de <https://www.archdaily.pe/pe/871484/finalistas-concurso-mercado-el-ermitano-en-independencia-lima-unku-fruna>
- Carrion, J. E. (2005). Obtenido de http://biblioteca.universia.net/html_bura/ficha/params/title/arquitectura-hoy-arquitectura-viva-flexible-industrializada-polivalente-movil-diversificable-habitaculo/id/37761533.html
- CENSO. (2010). Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/base-de-datos-censo-de-poblacion-y-vivienda/>
- Chavarrias, M. (4 de septiembre de 2014). *El control de los alimentos*. Obtenido de <http://www.consumer.es/seguridad-alimentaria/sociedad-y-consumo/2014/09/04/220536.php>
- Gehl. (2006). Obtenido de http://eminguez.com/wp-content/uploads/2013/06/Nuevo_Contexto_Urbano_Espacios_Publicos_Flexibles_10_Principios_Basicos.pdf
- Gordoa, L. (25 de Abril de 2014). *RedFundamentos*. Obtenido de RedFundamentos: <http://www.redfundamentos.com/blog/es/obras/detalle-119/>
- guatemala, A. d. (1988). *DocShide*. Obtenido de <https://documents.tips/documents/tesis-de-sobre-mercadospdf.html>
- INEC. (1990). *Instituto nacional de estadísticas y censo*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/base-de-datos-censo-de-poblacion-y-vivienda-2001/>
- INEC. (2010). *Instituto nacional de estadísticas y censos*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/institucional/home/>
- INEN. (Abril de 2013). Obtenido de http://www.paho.org/ecu/index.php?option=com_docman&view=download&category=

y_slug=documentos-2013&alias=417-norma-tecnica-ecuatoriana-inen-mercados-saludables&Itemid=599

Jacobs. (2011). Obtenido de http://eminguez.com/wp-content/uploads/2013/06/Nuevo_Contexto_Urbano_Espacios_Publicos_Flexibles_10_Principios_Basicos.pdf

LOJA, M. D. (2012). *MUNICIPIO DE LOJA*. Obtenido de <http://www.loja.gob.ec/contenido/malacatos>

maestro, p. (1998). *Plan maestro y estudios de factibilidad de mercados minoristas*. Obtenido de Plan maestro y estudios de factibilidad de mercados minoristas: <https://www.scribd.com/doc/135423707/Tesis-de-sobre-Mercados-pdf>

Marquez, F. G. (31 de mayo de 2012). *campo, ciudad e igualdad en la Ley*. Obtenido de <http://pellagofio.es/islas/naturaleza-y-territorio/campo-ciudad-e-igualdad-en-la-ley/>

MERCURIO, E. (25 de 08 de 2013). *EL MERCURIO*. Obtenido de <http://www.elmercurio.com.ec/394684-malacatos-el-valle-de-la-eterna-primavera/>

PDOT. (Febrero de 2012). Obtenido de <https://es.scribd.com/document/238264178/15022013-150621-PDOT-MALACATOS>

PDOT. (2015). Obtenido de http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/1160031040001_PDyOT_Malacatos_30-10-2015_21-26-09.pdf

RIVAS. (4 de 2 de 2015). *PLATAFORMA DE LA ARQUIYECTURA*. Obtenido de PLATAFORMA DE LA ARQUIYECTURA: https://scholar.google.es/scholar?start=10&q=mercado+ferias+libres+arquitectura&hl=es&as_sdt=0,5

Rocha, M. (25 de Abril de 2014). *RedFundamentos*. Obtenido de RedFundamentos: <http://www.redfundamentos.com/blog/es/obras/detalle-119/>

Tokman. (2001). *oficina internacional del trabajo*. Obtenido de http://oif.ccee.edu.uy/wp-content/uploads/2014/06/ToKman_OIT_De-la-informalidad-a-la-modernidad__2011.pdf

Utson, M. (2015). *DEARQ - Revista de Arquitectura*. Obtenido de <https://issuu.com/dearq/docs/dearq17>