



UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR

**ESCUELA PARA LA CIUDAD. EL PAISAJE Y LA
ARQUITECTURA**

**TESIS DE GRADO, PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
ARQUITECTO**

**REDISEÑO ARQUITECTÓNICO DEL MERCADO MUNICIPAL
INTERCULTURAL DEL CANTÓN SARAGURO**

BRAVO PARDO FABRICIO XAVIER

DIRECTOR:

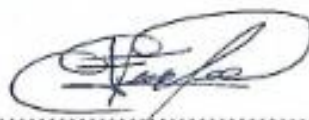
ARQ. FERNANDO VINICIO MONCAYO SERRANO

LOJA – ECUADOR

2020

Yo, **Fabricio Xavier Bravo Pardo**, declaro bajo juramento, que el trabajo aquí descrito es de mi autoría, que no ha sido presentado anteriormente para ningún grado o calificación profesional y que se ha consultado la bibliografía detallada.

Cedo mis derechos de propiedad intelectual a la Universidad Internacional del Ecuador, para que sea publicado y divulgado en internet, según lo establecido en la ley de propiedad intelectual, reglamento y leyes.



Fabricio Xavier Bravo Pardo

Yo, **Arq. Fernando Moncayo Serrano. Mgtr**, certifico que conozco al autor del presente trabajo siendo el responsable exclusivo tanto de su originalidad y autenticidad, como de su contenido.



Mgs. Arq. Fernando Vinicio Moncayo Serrano

DIRECTOR DE TESIS

AGRADECIMIENTO

Agradezco principalmente a Dios, quien me da la fuerza y fortaleza del día a día, para conseguir mis propósitos, por permitirme alcanzar mis metas, poder disfrutar de estos momentos tan importante de mi vida y ponerlos al servicio de la comunidad. A la Universidad Internacional del Ecuador, con su sede en Loja, y a todos y cada uno de los docentes, que aportaron con sus enseñanzas y conocimientos a lo largo de mi formación, para la consecución de esta carrera tan brillante y digna, y especialmente al Sr. Arq. Fernando Moncayo, por impartir sus conocimientos, sabiduría y principalmente, paciencia en dedicar parte de su tiempo para permitir culminar este trabajo.

Fabricio Xavier Bravo Pardo

DEDICATORIA

Dedico este trabajo principalmente a Dios, quien me acompañó y me da la perseverancia suficiente para hacer realidad este objetivo.

A mis queridos padres, quienes son mis guías y referentes, por apoyarme a cada instante, porque gracias a ellos, ha sido posible cumplir mis sueños, y poder devolverles en parte, a través de este trabajo, una pequeña retribución a sus desvelos y verlos vivir y disfrutar tanto como yo, el orgullo de alcanzar un título profesional, que nos motiva a nuestra familia.

A mis compañeros incesantes de la razón de mi vida, mi esposa y mi hijo, que son los que comparten las alegrías y tristezas, motivo principal de mi superación y poder salir adelante, especialmente tu mi hijo, Dyland Bravo, que te has convertido en mi fortaleza para nunca rendirme.

A mis hermanos y hermanos políticos, por su apoyo incondicional por ser parte de este propósito de alcanzar una meta más, de mi vida, porque gracias a sus consejos, he podido hacer mis sueños realidad.

A mi familia, que, gracias a su unidad, siempre están presentes, a cada instante mi eterna gratitud. Gracias por todos sus aportes y confianza que siempre me comparten.

Fabricio Xavier Bravo Pardo

CONTENIDO

CAPÍTULO 1: Introducción.....	1
RESUMEN.....	1
PROBLEMÁTICA.....	4
JUSTIFICACIÓN.....	7
HIPÓTESIS.....	9
OBJETIVO GENERAL Y ESPECÍFICOS.....	9
METODOLOGÍA.....	10
CAPÍTULO 2: Marco teórico.....	12
2.1 Marco conceptual.....	12
2.1.1 Mercado.....	12
2.1.2 Tipos de mercado.....	12
2.1.3 Clasificación de los mercados.....	14
2.2 Marco normativo.....	15
2.2.1 Leyes, artículos y normas a nivel nacional.....	15
2.2.2 Conclusión del marco normativo.....	19
2.2.3 Zonificación de un mercado.....	19
2.3 El regionalismo critico.....	23
2.3.1 Características del regionalismo.....	23
2.3.2 Algunos investigadores del regionalismo critico enfocados en la arquitectura.....	24
2.3.3 Mercado como lugar de encuentro.....	25
2.3.4 Fiestas y tradiciones del Raymi en el cantón Saraguro.....	25

2.3.5	Principales obras de los investigadores estudiados del regionalismo critico.....	26
2.3.6	Conclusión del regionalismo critico	28
2.4	Marco referencial	28
2.4.1	Referente 1	29
2.4.2	Referente 2	31
2.4.3	Referente 3	39
2.4.4	Conclusión general de los referentes	47
CAPÍTULO 3: Diagnostico		49
3.1	Marco contextual	49
3.1.1	Contexto geográfico.....	50
3.1.1.1	Ubicación	50
3.1.1.2	Limites.....	50
3.1.1.3	División política	51
3.1.1.4	Clima	52
3.1.1.5	Topografía	53
3.1.2	Sistema socio cultural	54
3.1.2.1	Demografía.....	54
3.1.2.2	Población de la cabecera cantón de Saraguro	54
3.1.2.3	Población futura del cantón Saraguro	54
3.1.2.4	Cultura.....	56
3.1.3	Sistema económico	56
3.1.4	Producción	57

3.1.4.1	Producción agrícola.....	57
3.1.4.2	Producción pecuaria	57
3.1.4.3	Producción artesanal	58
3.2	Contexto urbano	58
3.2.1	Delimitación del área de estudio.....	58
3.2.2	Uso de suelo de la cabecera cantonal.....	60
3.3	Análisis del mercado actual.....	61
3.3.1	Ubicación	61
3.3.2	Antecedentes históricos del mercado actual	62
3.3.3	Situación del estado actual del mercado de Saraguro	63
3.3.4	Valoración del mercado municipal de Saraguro	64
3.3.6	Comercio.....	77
3.3.7	Sistema vial.....	77
3.3.8	Sistema de recolección de basura	79
<p>El sistema de recolección de Basura en el centro urbano del cantón Saraguro, se realiza a través de un camión implementado para este tipo de actividad que pertenece a la municipalidad de este cantón y eso se lo realiza, todos los días de la semana, por las diferentes parroquias del cantón.</p>		
3.3.9	Zonificación del mercado actual.....	80
3.3.10	Análisis funcional arquitectónico.....	82
3.3.10.	Síntesis del diagnostico	92
3.3.11	Conclusión del diagnóstico del Mercado actual.....	94

3.4	Desarrollo de la encuesta	95
3.4.1	Encuesta	95
3.4.2	Muestra para encuesta a clientes	96
3.4.3	Análisis de actores	97
CAPÍTULO 4: Propuesta		98
4.1	Metodología de diseño	98
4.1.1	Fase inicial	100
4.1.2	Fase de desarrollo	100
4.1.3	Fase final	100
4.2	Programa arquitectónico	101
4.3	Área de influencia	102
4.5	Cálculo de áreas	104
4.6	Conceptualización del proyecto	107
4.7	Partido arquitectónico	108
4.8	Diagramas funcionales	108
4.9	Zonificación	109
4.10	Resultados de la propuesta arquitectónica	112
4.10.1	Emplazamiento general	112
4.10.2	Organización espacial	113
4.11	Perspectivas	118
4.	Conclusiones	125
5.	Recomendación	125

6. Bibliografía.....	126
ANEXOS	128
Análisis de la encuesta aplicada	128
Resultados de las encuestas realizadas a los ciudadanos de Saraguro	144

Índice de tablas

Tabla 1 Metodología.....	10
<i>Tabla 2 Constitución de la republica del ecuador</i>	16
<i>Tabla 3 Plan nacional del buen vivir</i>	17
<i>Tabla 4 Norma técnica ecuatoriana</i>	17
Tabla 5 Indicadores de población.....	54
Tabla 6 Estimación de la población para el 2030.....	55
Tabla 7 Población ocupada por rama de actividades del Cantón Saraguro.....	56
Tabla 8 Recolección de basura	80
Tabla 9 Estudio de áreas	81
Tabla 10 Síntesis del diagnostico	92
Tabla 11 Criterios de diseño.....	98
Tabla 12 Plan de necesidades	103
Tabla 13 Calculo de áreas.....	105
Tabla 14 Planteamiento estructural	114
Tabla 15 Mampostería	115
Tabla 16 Volado de hormigón	115
Tabla 17 Materiales de piso.....	116
Tabla 18 Accesibilidad	116
Tabla 19 Circulación interna del proyecto	117
Tabla 20 Articulación con la plaza	117

Índice de ilustraciones

<i>Ilustración 1: Zona de Ventas</i>	20
<i>Ilustración 2 Zona de servicio</i>	21
Ilustración 3 Espacio exclusivo de Administración	22
Ilustración 4: Sitios Complementarios.	22
Ilustración 5 Zona exterior de mercado	23
<i>Ilustración 6 Ubicación del Mercado San Pablo Oztotepec</i>	32
<i>Ilustración 7 Contexto urbano del mercado San Pablo Oztotepec</i>	33
<i>Ilustración 8 Volumetría del mercado San Pablo Oztotepec</i>	33
<i>Ilustración 9 Vías de acceso al mercado San Pablo de Oztotepec</i>	34
<i>Ilustración 10 Equipamiento cercanos al mercado San Pablo de Oztotepec</i>	35
<i>Ilustración 11 Implantación del mercado San Pablo de Oztotepec</i>	36
<i>Ilustración 12 Cortes del Mercado San Pablo de Oztotepec</i>	37
<i>Ilustración 13 Imágenes del mercado San Pablo de Oztotepec</i>	37
Ilustración 14 Sistema constructivo.....	38
<i>Ilustración 15 Imágenes de materiales utilizados en el mercado San Pablo de Oztotepec</i>	39
<i>Ilustración 16 Ubicación del mercado 9 de Octubre</i>	40
<i>Ilustración 17 Volumetría del Mercado 9 de Octubre</i>	41
<i>Ilustración 18 Fachadas del mercado 9 de Octubre</i>	41
<i>Ilustración 19 Accesibilidad al mercado 9 de Octubre</i>	42
<i>Ilustración 20 Equipamientos cercanos al mercado 9 de Octubre</i>	43
Ilustración 21 Fachada transversal del mercado 9 de Octubre	44
Ilustración 22 Planta tipo mercado 9 de Octubre	44

<i>Ilustración 23 Fachada transversal del mercado 9 de Octubre</i>	45
<i>Ilustración 24 Imágenes del mercado 9 de Octubre</i>	46
Ilustración 25 Sistema constructivo.....	47
<i>Ilustración 26 Materiales utilizados en el mercado 9 de Octubre</i>	47
Ilustración 27 Producción agrícola.....	57
Ilustración 28 Producción pecuaria	57
Ilustración 29 Producción artesanal.....	58
Ilustración 30 Mercado antiguo de Saraguro.....	63
Ilustración 31 Comercio en el Mercado, Feria Libre y Comercio Informal.....	77
Ilustración 32 Cortes de Vías.....	78
Ilustración 33 Puesto exterior que se dedica a la venta de comida.....	82
Ilustración 34 Circulación en un mercado	88
Ilustración 35 Puestos de verduras y frutas	90
Ilustración 36 Puestos de comida y carnes	91
Ilustración 37 Área de influencia del mercado de Saraguro.....	102
Ilustración 38 Vista este	118
Ilustración 39 Vista noreste	119
Ilustración 40 Vista Sureste.....	119
Ilustración 41 Vista oeste	120
Ilustración 42 Vista plaza	120
Ilustración 43 Vista suroeste.....	121
Ilustración 44 Vista patio de comidas planta baja	121
Ilustración 45 Vista sureste.....	122
Ilustración 46 Vista sur.....	122
Ilustración 47 Vista interna gradas y ducto de iluminación y ventilación	123

Ilustración 48 Vista interna de puestos ventas y jardinera	123
Ilustración 49 Vista interna del patio de comidas.....	124
Ilustración 50 Vista interna puestos de ventas.....	124

CAPÍTULO 1: Introducción

RESUMEN

La presente intervención arquitectónica que nos permitimos presentar relacionado con el Mercado Municipal del Cantón Saraguro, pretende realizar una investigación, análisis y estudio, así como plantear una posible solución para desarrollar las principales actividades comerciales de este importante establecimiento, ya que la actual infraestructura, estimamos que por el curso de los años, cumplió su tiempo de vida útil y encontramos que ya no satisface las necesidades de la población, ya sea por el incremento de usuarios, ya por el incremento de comerciantes, o por el crecimiento acelerado de su población; motivos por los que, considero pertinente presentar la siguiente propuesta arquitectónica, que tiene como finalidad, hacer un aporte para encaminado a resolver los diversos problemas del actual equipamiento, lo que a no dudarlo, permitirá contribuir de una manera positiva, al desarrollo de un comercio organizado y bien planificado.

Para éste propósito, emplearemos el método del regionalismo crítico, aplicando los enfoques de investigación cualitativo y cuantitativo, medios que ayudan a la recopilación y análisis de la información, el diagnóstico, que permitió identificar los problemas y sobre todo la viabilidad de pretender crear un espacio adecuado para satisfacer las necesidades actuales de los habitantes.

Mediante el estudio por diseño, se desarrolló la metodología planteada durante la investigación, y se interpretaron los resultados que facilitaron la elaboración del diseño arquitectónico; generando espacios funcionales, organizados y que son óptimos para fomentar el crecimiento económico, social y cultural del Cantón.

Palabras claves: Mercado, cultural, intervención arquitectónica.

ANTECEDENTES

La Ubicación Geográfica de Saraguro, vemos que es un Cantón, que se encuentra ubicado a 64 km al norte de la Provincia de Loja y al sur del Ecuador, se convirtió en cantón, con fecha 10 de junio de 1878, luego de la Batalla de Tarqui. Su extensión es de 1080.70 km²; presenta cuatro climas diferentes: seco tropical, húmedo- subtropical, húmedo- templado y el subhúmedo- templado. (Saraguro G. A., 15 De Marzo Del 2015)

La temperatura promedio es de 12. 9°, se encuentra a 2520 m.s.n.m. y cuenta con una población 30183 habitantes, distribuidos en 10 parroquias rurales, como son: El Paraíso de Celen, El Tablón, Lluzhapa, Manu, San Pablo de Tenta, San Antonio de Cumbe, Selva Alegre, San Sebastián de Yuluc, Sumaypamba y Urdaneta.

Su historia se basa en raíces nativas, los Saraguros, es un pueblo descendiente de la nobleza Incaica, traídos con la finalidad de afianzar a los pueblos conquistados e impartir sus conocimientos y tecnología para ser incorporados al gran Tawantinsuyu, la población indígena que se asienta en esta parte de la provincia, es uno de los centros étnicos más importantes de América, el más antiguo y sobresaliente de estos territorios. (Saraguro G. A., 15 De marzo Del 2015)

Su nombre se deriva de palabras quichuas, aunque no está totalmente definido cuales serían, hay varias hipótesis como: Sara=Maíz y Guru=Olla, que se interpretaría como la Olla del Maíz; Sara=Maíz y Kuru=Gusano, que significa Gusano de Maíz o también puede ser SARA "KURI" que significa Maíz de Oro. (Saraguro G. A., 15 De marzo Del 2015)

Según narraciones de los adultos mayores del sector, el mercado municipal de Saraguro, fue construido en el año de 1970 por parte de una agrupación de pobladores del Cantón, y fue dirigido por primera vez, por las mismas personas que tuvieron la iniciativa de generar este centro de abasto.

En el año 1980, el mercado pasa a ser propiedad del GAD municipal de Saraguro, el cual es el encargado de su administración y mantenimiento, porque este centro comercial, no tiene independencia, consecuentemente, los encargados de la administración y servicio dentro del mercado son: Comisario Municipal y el inspector de servicios municipales, para así tener el equipamiento en óptimas condiciones.

En el tiempo de vida del mercado Municipal, se realizaron dos intervenciones arquitectónicas, la primera, fue en el año 1989, en donde modificaron los puestos de venta porque no existía un orden y sus instalaciones no eran adecuadas para exhibir sus productos; la segunda intervención, se la realiza en el año 2006, en esta intervención, se aprecia que se implementaron baterías sanitarias, puesto que no existían, también se coloca cerámica antideslizante en el piso, el cambio de cubierta que se la realiza en las dos ocasiones; y, actualmente, el Mercado se encuentra en estado de deterioro, en razón que ya ha cumplido el tiempo de vida útil.

La intervención que se realiza en el mercado, ha sido más de carácter constructivo, ya que se ha tratado de dar solución a las fallas constructivas que se han generado, debido al factor tiempo y a la falta de recursos económicos; es así que, no ha existido alteraciones y avances en su parte funcional y formal, por lo que actualmente, es una necesidad imperiosa e inminente, aportar de una forma positiva para crear oportunidad de resolver esta evidente necesidad.

PROBLEMÁTICA

"La satisfacción de un arquitecto, es que sus edificios sean absorbidos por la gente"

Rafael Moneo

En el Cantón Saraguro, el mayor movimiento económico, se produce por el comercio. Según SENPLADES (2014), el 60.1% de su población, se dedica a la agricultura, ganadería y pesca, teniendo así altos porcentajes en la obtención de productos agrícolas y pecuarios, que son el sustento económico de sus habitantes. Entre los más importantes tenemos: el maíz, el trigo, la cebada, la cebolla, la papa, el tomate etc. otras de las actividades que se realizan en el pueblo tenemos: artesanías, gastronomía, textiles, zapatos, plásticos, ropa y otros artículos de consumo diario.

Como resultado la cabecera cantonal de Saraguro, se ha convertido en el eje dinamizador de la economía y el comercio que se desarrolla en el cantón, especialmente para satisfacer de productos agrícolas, pecuarios e industriales a toda la población, tanto urbana como rural. Estos productos agrícolas se comercializan en el mercado municipal de Saraguro, y también se distribuyen a las ciudades de Loja y Cuenca, ya que con el pasar de los años, esta necesidad de intercambio comercial, ha generado que los días sábados y domingos, las personas se movilicen al centro urbano, generando así, un gran flujo de personas. Otra de las causas para que los habitantes de cantón acudan todos los fines de semana al casco urbano, se debe al aspecto religioso, ya que los devotos visitan la iglesia, todos los domingos. (Saraguro G. A., 15 De Marzo Del 2015)

Para todo este dinamismo comercial que se incrementa los días sábados y domingos en Saraguro, es necesario contar con una infraestructura apropiada para realizar las actividades comerciales, ya sean éstas, de compra y venta de productos de consumo diario en el mercado municipal. Para este movimiento muy dinámico de la comunidad, precisa de una infraestructura moderna, acorde a su desarrollo, es ahí cuando observamos que la actual

edificación, ya no satisface las necesidades de los habitantes, porque no cuenta con las comodidades suficientes, pues mantiene espacios muy reducidos, de difícil movilidad e impide su accionar para el crecido número de usuarios que acuden durante toda la semana, y especialmente, los fines de semana. Pues, del estudio del medio que hemos realizado, vemos que es el único mercado existente en la zona, sin embargo, su único mercado, presenta varios problemas en cuanto a su infraestructura, como consecuencia de un diseño inapropiado, habida cuenta que el mercado actual, ha sido construido según los datos recopilados, hace más 50 años, motivos por lo que se aprecia que por el decurso del tiempo, presenta una serie de incomodidades, tanto en su estructura, como los daños dados por los deterioros propios del transcurso del tiempo y que no pueden ser asumidos con un simple mantenimiento.

Según el regionalismo crítico, la arquitectura busca devolver los espacios e identidad cultural, pero también, rechazan la independencia. (Zumthor, 2004), busca proveer una arquitectura moderna, pero vinculada al contexto geográfico y cultural del sector, ya que para lograr realizar este tipo de proyectos una parte importante, son los materiales, ya que con esto se logra un vínculo entre el arquitecto y su obra, ya que esta tiene que tener relación con el entorno en donde se va a intervenir, y como lo van a ver la personas que acuden a estos equipamientos.

Del análisis que se aprecia del actual mercado, vemos que presenta varios problemas de deterioro físico en sus instalaciones e infraestructura, esto genera un mal aspecto, especialmente afecta a la imagen urbano-arquitectónica del sector, no es difícil apreciar que se encuentra en un al menos 40% , abandonado, especialmente debido al deterioro de la infraestructura, razones de esta naturaleza, nos hacen ver que varios de los productos cárnicos han tenido que ser reubicados a otro sector del cantón, quedando el 60% en uso, donde se encuentra la zona semi-húmeda y seca, distribuidos en un mismo sector, sin ningún ordenamiento y sin poder satisfacer todas las necesidades y requerimientos de los actuales

habitantes de la cabecera cantonal de Saraguro. Esto obedece a su aspecto funcional, ya que sus módulos de ventas, no son los adecuados especialmente por sus reducidas áreas, también existe un déficit de cámaras frías, accesibilidad para personas con capacidades espaciales, servicios higiénicos, circulaciones reducidas, y tampoco no cuenta con el área de carga y descarga; además, no se aprecia que no se cumple con las normas de higiene y salubridad establecidos en la Norma Técnica Ecuatoriana NTE INEN 2687:2013, de mercados saludables.

En el actual mercado, la desorganización se ve reflejada en sus alrededores ya que existen desbordamientos, lo que causa caos y congestionamiento peatonal, especialmente por la presencia de vendedores informales, que son los que obstaculizan los accesos, aceras y lugares de movilidad, ocasionado un desorden urbano, funcional, comercial y social en su entorno.

La actual infraestructura entonces vemos que no satisface las necesidades de los usuarios, es por eso que se justifica nuestro aporte, porque creemos que es momento oportuno para que se dé una intervención arquitectónica a este centro comercial, pretendiendo que este trabajo de investigación, se convierta en una herramienta que se orienta en dejar una propuesta de un nuevo mercado, moderno, con espacios de integración social y cultural, donde los pobladores y comunidad, interactúen conjuntamente, habida cuenta que es evidente la existencia de dos etnias, (mestizos e indígenas), con diferentes costumbres y tradiciones, es por eso que a nuestro entender, estimamos que se debe fortalecer el sentido de identidad, estableciendo espacios públicos, donde puedan desarrollar sus actividades culturales.

JUSTIFICACIÓN

Los habitantes del Cantón Saraguro, han conservado sus tradiciones y costumbres desde sus antepasados ya que existen gran cantidad de turistas. Los pobladores han revivido la interculturalidad, permitiendo que se cree espacios para fomentar las actividades de esta naturaleza.

Con el trabajo de investigación del diseño arquitectónico del mercado municipal intercultural para el cantón Saraguro, tiene como finalidad ofrecer una solución a los problemas existentes del actual equipamiento, y proveer a los beneficiarios de mejores condiciones de infraestructura comercial acorde a sus necesidades, en la cual se pueda desarrollar de manera formal y segura dichas actividades, garantizando así el derecho a un trabajo justo y digno; ya que según el Plan Nacional del buen vivir (2013 - 2017), uno de los principales objetivos que tiene es, la de “Mejorar la calidad de vida de la población y garantizar el trabajo estable, justo y digno en su diversidad de formas”, obteniendo no solo recursos económicos, sino que conlleve al progreso del Cantón, para fortalecer las relaciones interculturales del espacio y sus visitantes.

Mediante investigaciones sobre mercados, el proyecto se basa para su justificación en la Norma Técnica Ecuatoriana NTE INEN 2687:2013, de mercados saludables, que permiten establecer la intervención del mercado, que contribuirá al desarrollo social y económico del cantón. Para lo cual se busca determinar los problemas y plantear soluciones que permitan un adecuado funcionamiento del equipamiento y así reducir los problemas de su entorno. Considerando que el mercado, es una edificación que genera economía e impacto urbano, la presente propuesta de diseño, se lo efectuara teniendo en cuenta las relaciones e integración de la población, ya que a través del mismo, ayudara a la dinamización del comercio y la economía del cantón; así como también, se buscará que la nueva infraestructura, se acople a las necesidades funcionales y formales de los usuarios, permita la conservación de sus

costumbres y tradiciones, y a su vez, se convierta en un lugar de encuentro en donde la población pueda reunirse e interactuar, social y económicamente.

Según (Mankiw, 2012) afirma, que un mercado está conformado por un grupo de compradores y vendedores de un bien o un servicio en particular. Los compradores, son el grupo que determina la demanda del producto; y, los vendedores, son el grupo que determina la oferta de dicho producto.

La intervención de este espacio público, contribuirá principalmente para que los comerciantes que trabajan en el mercado, puedan desarrollar un comercio organizado y bien planificado, con una adecuada distribución de los espacios y zonas existentes en la edificación, lo que podría significar que los usuarios acudan al inmueble a realizar sus actividades comerciales.

Además, se debe considerar como parte imprescindible del diseño, la implementación de un espacio público, destinado al desarrollo de otras actividades culturales, como son: el Pawkar, Inti, Kulla y Kapak Raymi, que se realizan dentro del pueblo y también como son las industrias textiles, gastronomía, cerámicas, etc.

Nuestro domicilio, es el refugio del cuerpo, la memoria y la identidad. (Pallasmaa, 2016), considera, que la construcción es un refugio, que se relaciona, tanto el arquitecto, como el que lo habita, y que debe ser diseñado para el hombre y su entorno, que sea funcional, formal y constructivo, para albergar la identidad del cantón.

El mercado, a más de mejorar la imagen de la ciudad, ayuda a mejorar el desarrollo económico de las personas que realizan el comercio dentro del cantón, ya que podrán trabajar en un nuevo y moderno equipamiento, fomentando la integración, no solo de los habitantes del centro, sino también, de todas las parroquias aledañas a la cabecera cantonal.

Con estos antecedentes, se puede determinar que es factible la intervención en este equipamiento y que cumpla con las condiciones adecuadas, donde requieren de un tratamiento especial tanto dentro y fuera de Mercado.

HIPÓTESIS

La hipótesis que se va a desarrollar, se basa en una intervención arquitectónica, que pueda determinar si es factible proponer un nuevo diseño basado en criterios culturales, sociales y económicos, partiendo del estado actual, que los habitantes obtengan un mercado acorde a las necesidades apremiantes, para así lograr un mayor dinamismo económico y que contribuya con el desarrollo urbano.

OBJETIVO GENERAL Y ESPECÍFICOS

General

Proponer un diseño arquitectónico para el Mercado Municipal Intercultural Del Cantón Saraguro, aplicando estándares básicos para la construcción de centros de abasto, el cual consiste en intervenir, tanto en el aspecto urbano, como arquitectónico, que cumpla con las necesidades de intercambio comercial de los productos, y que contribuya con el desarrollo social, cultural y económico del sector.

Específicos

-Analizar los principios del regionalismo crítico, que sirva de ayuda y conocimiento para el desarrollo de la propuesta arquitectónica del mercado.

-Diagnosticar el estado actual del mercado, para determinar su funcionalidad, analizando las actividades que se desarrollan en la edificación y su entorno, para generar espacios de integración y vinculación social.

-Plantear un diseño arquitectónico, acorde con necesidades espaciales y de infraestructura en base a la demanda y requerimiento de la población que actualmente vive en este cantón y para los futuros pobladores.

METODOLOGÍA

Para desarrollar la metodología, se aplican métodos de investigación cualitativa para recolectar y sintetizar la información, mientras que el enfoque cuantitativo, nos ayudara a realizar encuestas, mapeos y movilidad, comprobando los problemas, las necesidades de los habitantes, y para realizar el diseño arquitectónico, serán empleados los criterios del regionalismo critico observados en las obras de Peter Zumthor, Mario Bota y Juhani Pallasmaa.

La presente metodología de investigación, se basa en pasos o etapas para llevar a cabo la investigación y el tipo de actividades que el investigador debe realizar en cada etapa de estudio.

Tabla 1 Metodología

Método de investigación
<p>1. Primera etapa tenemos Idea de la investigación</p> <p>Planear el problema</p> <ul style="list-style-type: none"> • Objetivos • Preguntas de investigación • Justificación <p>Estado del arte o marco teórico</p> <ul style="list-style-type: none"> • Revisar métodos de diseño del regionalismo critico • Detectar los problemas según el estudio de diseño • Obtener conceptos generales del mercado • Consultar bibliografía que nos ayude a resolver la metodología a utilizar • Extraer la información principal • Construir el estado del arte o marco teórico <p>El alcance de la investigación</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estudio por diseño • Establecer la hipótesis • Cultural

- Social
 - Económica
2. Segunda etapa tenemos el diseño de la investigación
- Investigación cualitativa y cuantitativa
 - La recopilación de información
 - Redactar la información
 - Analizar la información
 - Presentar los resultados finales y definir conclusiones
 - Realizar encuestas o entrevistas
3. Etapa final propuesta de diseño
- Desarrollar la metodología planteada
 - Utilizar la información necesaria
 - Elaborar el programa arquitectónico
 - Plan de necesidades
 - Interpretación de los datos obtenidos
 - Elaboración de la intervención arquitectónica
 - Diseño final
 - Disertación del diseño

Fuente: Metodología de la investigación de Hernández Fernández Baptista

Elaborado: El autor

CAPÍTULO 2: Marco teórico

2.1 Marco conceptual

2.1.1 Mercado

La palabra mercado, se deriva del latín “Mercatus”, cuyo significado se remonta de poblaciones que se dedicaban a la compra y venta de mercancías.

Según (Mankiw, 2012), El mercado es un edificio público destinado a la compra y venta de productos y servicios que se encuentran en un lugar específico donde se organizan las ventas y para que sea un espacio cómodo, funcional y estético, cuya estructura utilice técnicas adecuadas a los sistemas constructivos. También se puede considerar un mercado como el espacio, donde se lleva a cabo el intercambio, de bienes y mercancías por parte de compradores que demandan los productos y tienen la posibilidad de comprarlas.

Podemos decir, que un mercado, es un lugar de concurrencia de usuarios y comerciantes, donde se realizan actividades de intercambio comercial. El mercado debe ser una edificación apropiada para realizar las ventas de los productos, con las condiciones requeridas para este tipo de actividades. (pág. 28)

Un mercado es un espacio en donde se vende productos de primera necesidad, formados por puestos individuales que ofrecen productos alimenticios en donde se enmarca la temática a estudiar, es decir, la intervención arquitectónica del mercado. La investigación se encamina a comprender la relación existente entre estos temas y el proceso que se lleva a cabo en este tipo de intervenciones urbano-arquitectónicas.

2.1.2 Tipos de mercado

Los tipos de mercados se pueden diferenciar por su ubicación, por su capacidad de compra y venta, por los servicios que prestan, por su forma organizativa y pueden dividirse en:

2.1.2.1 Mercado Mayorista. - Los mercados mayoristas son equipamientos vigilados por el municipio, para regular la compra y venta de los productos agrícolas, y así poder fijar precios, pensando en el bienestar de estos establecimientos, teniendo en cuenta que el objetivo es el de proveer productos a los mercados minoristas. *El mercado mayorista tiene mayor contacto con los productores y comerciantes ya que según la cadena de abastecimiento los mercados mayoristas se encuentran después de los productores porque son ellos los que distribuyen los productos alimenticios a todos los expendedores de alimentos. (Manene, 2012)*

2.1.2.2 Mercado Minorista. – Los mercados minoristas, son equipamientos determinados por el municipio y predestinados para la compra y venta de productos agrícolas en las diferentes ciudades y poblaciones, estos mercados tienen la particularidad de realizar sus actividades comerciales en un ambiente estructurado y bien organizado de pequeños comerciantes, que facilitan a la población la obtención de los productos básicos de consumo en condiciones higiénicas y sanitarias.

2.1.2.3 *El mercado minorista está relacionado con la economía familiar, porque es aquí donde las actividades culturales se desarrollan en este tipo de equipamientos. Es importante mencionar que los mercados deben tener una adecuada organización, para que los usuarios no se sientan en un espacio desorganizado y puedan realizar sus compras de una manera cómoda y segura garantizando no solo el buen estado de los productos si no el correcto funcionamiento del mercado.*

Los mercados minoristas, son muy indispensables, porque se pueden adquirir varios productos en un mismo lugar, favoreciendo a los comerciantes y logrando un equilibrio de precios, teniendo en cuenta el espacio público, para así abastecer de productos básicos a los barrios del sector. (Manene, 2012)

2.1.2.4 Mercado municipal. – El mercado municipal, es un equipamiento público designado permanentemente o en días señalados para la compra y venta de los productos. Los mercados están formados por puestos individuales, logrando una distribución comercial en cada uno de sus espacios para conocer el comportamiento del consumidor y que puedan satisfacer sus necesidades y deseos.

También se puede decir, que un mercado municipal, es un lugar de concurrencia de compradores y vendedores, donde se realizan actividades comerciales, manteniendo una aproximación con el consumidor. La edificación del mercado debe ser apropiada para desarrollar las actividades comerciales y culturales de cada sector, teniendo en cuenta las condiciones adecuadas para este tipo de intercambio comercial. (Cerdeño, 2010).

2.1.3 Clasificación de los mercados

Los mercados de propiedad municipal, están formados por puestos individuales, donde venden o rentan los espacios ubicados dentro del mercado o sus desbordamientos. Por su aspecto físico se clasifican en:

2.1.3.1 Mercados formales. - Los mercados formales, son edificaciones públicas que pertenecen a los municipios, que se encargan de administrarlo y mantenerlo teniendo en cuenta las condiciones higiénicas para brindar un mejor servicio ya sea dentro o fuera del mercado. En estos mercados, sus dueños están autorizados legalmente por los organismos correspondientes, para brindar un servicio de calidad, garantizando los productos que ofrecen, para brindar un mejor servicio al consumidor. Una de las desventajas de estos mercados, son sus precios, ya que los expendedores de los productos ponen precios según su conveniencia y éstos pueden ser, mayoristas o minoristas. (Barrios, 2006)

2.1.3.2 Mercados informales. - Los mercados informales son un grupo de vendedores que se encuentran ubicados ya sea en las calles, aceras o terrenos baldíos sin tener relación con los mercados formales ya que no cumplen con las condiciones higiénicas adecuadas, estos mercados ocasionan problemas tanto vehiculares como peatonales. (Barrios, 2006)

2.1.3.3 Desbordamientos. - Es un grupo de comerciantes contiguos a los mercados formales, formando una sola entidad comercial, aunque no estén relacionados directamente, pero se dedican a vender los mismos productos de los mercados formales. Este tipo de comercio arruina el ornato de la ciudad y además cambian el uso del suelo. (Barrios, 2006)

2.1.3.4 Mercado espontaneo. - Grupo pequeño de vendedores que realizan sus ventas en pocas cantidades como son verduras, frutas o algún otro tipo de producto. Este tipo de mercadeo crece en corto tiempo convirtiéndose en un mercado informal ya que utilizan las aceras o áreas abiertas para desarrollar su actividad comercial ocasionando problemas de movilidad peatonal y malestar en los comerciantes formales. (Barrios, 2006)

2.2 Marco normativo

2.2.1 Leyes, artículos y normas a nivel nacional

Las presentes leyes, artículos y normas, tienen como objetivo, brindar a las personas un lugar apropiado teniendo en cuenta las bases legales y normas para el presente trabajo de investigación, para poseer un lugar donde las personas puedan tener una edificación de carácter comercial, teniendo en cuenta los requisitos que deben cumplir los mercados en cuanto a su infraestructura, comercialización, transporte, puestos de venta, higiene de los alimentos, control de plagas, recepción los mismos que deben ser analizados y muy fundamentados en el diseño arquitectónico del presente proyecto.

Tabla 2 Constitución de la república del ecuador

Ley	Artículos
<p>Constitución de la República del Ecuador</p>	<p>Art. 13.- Las personas y colectividades tienen derecho al acceso seguro y permanente a alimentos sanos, suficientes y nutritivos; preferentemente producidos a nivel local y en correspondencia con sus diversas identidades y tradiciones culturales.</p> <p>Art. 14.- Se reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, <i>sumak kawsay</i>.</p> <p>Art. 33.- El trabajo es un derecho y un deber social, y un derecho económico, fuente de realización personal y base de la economía.</p> <p>Art. 53.- Las empresas, instituciones y organismos que presten servicios públicos deberán incorporar sistemas de medición de satisfacción de las personas usuarias y consumidoras, y poner en práctica sistemas de atención y reparación.</p> <p>Art. 276.- El régimen de desarrollo tendrá los siguientes objetivos</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mejorar la calidad y esperanza de vida, y aumentar las capacidades y potencialidades de la población en el marco de los principios y derechos que establece la Constitución. 2. Construir un sistema económico, justo, democrático, Productivo, solidario y sostenible basado en la distribución igualitaria de los beneficios del desarrollo, de los medios de producción y en la generación de trabajo digno y estable. <p>Art. 281.- La soberanía alimentaria constituye un objetivo Estratégico y una obligación del Estado para garantizar que las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades alcancen la autosuficiencia de alimentos sanos y culturalmente apropiados de forma permanente. Para ello, será responsabilidad del Estado:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Impulsar la producción, transformación agroalimentaria y pesquera de las pequeñas y medianas unidades de producción, comunitarias y de la economía social y solidaria. 7. Precautelar que los animales destinados a la alimentación humana estén sanos y sean criados en un entorno saludable. 10. Fortalecer el desarrollo de organizaciones y redes de productores y de consumidores, así como la de comercialización y distribución de alimentos que promueva la equidad entre espacios rurales y urbanos. 13. Prevenir y proteger a la población del consumo de alimentos contaminados o que pongan en riesgo su salud o que la ciencia tenga incertidumbre sobre sus efectos.

En la tabla se toman en cuenta los principales artículos que tienen que ver con los derechos de las personas, a tener un sustento económico y el derecho a un hábitat seguro y saludable, que promueve el estado ecuatoriano.

Tabla 3 Plan nacional del buen vivir

Ley	Artículos
Plan del buen vivir	<p>Objetivo 2: Se debe auspiciar la igualdad, la cohesión, la inclusión, y la equidad social y territorial en la diversidad.</p> <p>Objetivo 3. Mejorar la calidad de vida de la población.</p> <p>Objetivo 5. Se debe construir espacios de encuentro común y fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad.</p> <p>Objetivo 7. Garantizar los derechos de la naturaleza y promover la sostenibilidad ambiental territorial y global</p> <p>Objetivo 8. Consolidar el sistema económico social y solidario, de forma sostenible.</p> <p>Objetivo 9. Que es garantizar el trabajo digno en todas sus formas.</p>

En la tabla se toman en cuenta los siguientes objetivos para fomentar la calidad de vida de las personas y la igualdad en cuanto a los derechos, de poseer un ambiente digno y saludable para vivir, garantizando en derecho al trabajo y así fortalecer la cohesión social de los habitantes.

Tabla 4 Norma técnica ecuatoriana

Ley	Artículos
Norma técnica ecuatoriana INEN	<p>1.1 Establece los requisitos y prácticas que deben cumplir los mercados para la comercialización de productos aptos para el consumo humano.</p> <p>2.1 Aplica a todos los mercados mayoristas y mercados minoristas. Se excluyen las ferias libres, plataformas de comercialización, supermercados y micro mercados.</p> <p>3.1.1 Aguas residuales. Aguas de desecho resultantes de las actividades realizadas en el mercado</p> <p>3.1.2 Agua potable. Agua tratada y exenta de contaminantes, apta para el consumo humano</p> <p>3.1.3 Alimento. Es todo producto natural o artificial que ingerido aporta al organismo de los seres humanos los materiales y la energía necesarios para el desarrollo de los procesos biológicos.</p> <p>3.1.7 Alimentos perecederos. Alimentos que requieren condiciones especiales de conservación.</p>

3.1.10 Animales de abasto. Son las especies de animales para el consumo humano, como: el ganado ovino, bovino, porcino y las aves de corral.

3.1.12 Buenas Prácticas de Higiene – BPH. Conjunto de medidas preventivas y principios básicos necesarios para garantizar la inocuidad y calidad de los alimentos.

3.1.13 Buenas prácticas de almacenamiento. Principios básicos de almacenamiento de alimentos destinados a garantizar el mantenimiento de las características y propiedades de los productos.

3.1.14 Calidad. Grado en el que un conjunto de características inherentes al alimento cumple con los requisitos de inocuidad.

4.1.1 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,

4.1.1.2 El mercado debe contar con infraestructura física, que impida el ingreso de animales y facilite el control de plagas.

4.1.1.3 La construcción debe ser sólida y disponer de espacio suficiente para la instalación, operación y mantenimiento de los equipos y puestos de comercialización.

4.1.2 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 delante.

4.1.2.3 Los pisos, paredes y techos deben ser construidos de materiales impermeables, no porosos que permitan la limpieza y mantenimiento.

4.1.2.4 Las paredes de los puestos de comercialización deben tener una superficie lisa de baldosa o pintura lavable.

4.1.2.7 Los pisos deben ser de material antideslizante y liso, resistente a los golpes, libres de roturas y grietas.

En la tabla se toman en cuenta las siguientes normas que deben cumplir los mercados para la producción y comercialización de los productos, con una infraestructura física adecuada que cuente con los espacios necesarios teniendo en cuenta las medidas que deben tener cada uno de estos espacios y que todas las personas puedan tener acceso.

2.2.2 Conclusión del marco normativo

- Mediante el análisis del marco legal y normativo, se ha llegado a la conclusión que el Gobierno Nacional, a través de sus diferentes entidades públicas, basados en normas y leyes, se establecen dentro de la Constitución Política de la República del Ecuador, como prioridad, ofrecer a la ciudadanía, una infraestructura de buena calidad, que cuente con todos los servicios básicos, y que ayude al desarrollo económico del país y de sus pobladores.
- La Constitución Política de la República del Ecuador, y el plan nacional del buen vivir, tiene como objetivo, establecer reglamentos para así garantizar el cumplimiento de sus normativas, en cuanto a los sistemas de construcción, que se están realizando, para así lograr la convivencia urbana de las personas y que puedan vivir en condiciones adecuadas para el desarrollo de las diferentes actividades que la sociedad demanda.
- Las normas establecidas por el INEN, los mercados, deben cumplir con las normativas establecidas para la construcción de estos equipamientos que son indispensables para el correcto funcionamiento de un mercado, la higiene, la infraestructura y la manipulación de alimentos, son los factores que se deben tener en cuenta para garantizar en cumplimiento de sus normativas.

2.2.3 Zonificación de un mercado

2.2.3.1 Zona de ventas

Considerada como la zona o lugar de mayor aglomeración de personas, donde los consumidores se abastecen de productos para satisfacer sus necesidades.

Se subdivide en tres áreas:

Ilustración 1: Zona de Ventas



Fuente: García, (2003). Mercado municipal

Elaborado por: el autor

2.2.3.2 Zona de servicios

Espacio específico para vendedores, personal de limpieza y mantenimiento que trabaja dentro de la inmueble. Son servicios que funcionan de manera organizada, según las diferentes actividades que se efectúan. Sus principales áreas de servicio son:

Ilustración 2 Zona de servicio

Zona de servicio



Área de almacenamiento de alimentos: Estos lugares son utilizados para guardar productos que necesiten refrigeración para que no se puedan estropear.



Área de carga y descarga: Espacios exclusivos cerca del área de almacenamiento de los productos.



Zona de estacionamiento: Son áreas establecidas de acuerdo al número de locales que registra el mercado, adicional deberán ser diseñados con parqueo para vehículos y motos.



Zona de servicios sanitarios: Espacios que se deben ser ubicados en lugares estratégicos y no tan visibles pero sí de fácil acceso. Diseñados con ventilación y luz natural.



Zona de recolección de desechos sólidos: Sitios que deben ser proyectados en donde no tenga interferencia con la actividad comercial.



Zona de higiene: Sector utilizado para el control de los productos que se mercantilizan en el mercado.

Fuente: García, (2003). Mercado municipal

Elaborado por: el autor

2.2.3.3 Zona administrativa

La zona deberá ser diseñada con áreas de información, administración, sala de espera y sala, lugar exclusivo y adecuado para el personal administrativo y de mantenimiento de dicha edificación.

Ilustración 3 Espacio exclusivo de Administración



Fuente: Plataforma de arquitectura

2.2.3.4 Zona complementaria

Según Plazola (1977), el mercado, debe estar estructurado con áreas complementarias como son de enfermería, auditorio de capacitación, ludoteca, y lugares flexibles. Espacios que beneficiaran a los comerciantes y a los usuarios que asisten al mercado.

Ilustración 4: Sitios Complementarios.



Fuente: Plataforma de arquitectura

2.2.3.5 Zona exterior

Estas zonas sirven para unir el exterior con el interior obteniendo la integración en estos espacios y está conformado por pasillos, accesos, bancas, jardineras, plaza y mobiliario urbano y la seguridad de los usuarios.

Ilustración 5 Zona exterior de mercado



Fuente: Plataforma de arquitectura

2.3 El regionalismo crítico

El regionalismo crítico, es una apropiación a la arquitectura que lucha para contrarrestar la falta de espacio y la falta de identidad, el termino no tiene como intención denotar lo vernáculo, tal como era producido en tiempos por la interacción combinada del clima, la cultura, el mito y la artesanía, sino que se producía de forma espontánea para identificar una arquitectura arraigada en la tradición moderna, vinculada al contexto geográfico o socio cultural de la edificación. (Martinez, 2016).

El regionalismo crítico, toma una postura muy importante con el diseño, porque, primeramente, toma en cuenta las características de la región, en donde se va a construir, y no es simplemente regionalismo, en el sentido de la arquitectura vernácula, sino que es un enfoque progresivo del diseño, que busca mediar entre los leguajes de la arquitectura global y local, tomando conceptos de modernidad y funcionalidad, adaptándolos a los proyectos que se van a elaborar.

2.3.1 Características del regionalismo

- . Crítica a la arquitectura moderna
 - Enfatiza el territorio no el edificado
 - Favorece a la arquitectura como hecho tectónico
 - Regional porque tiene aspectos del lugar
 - Enfatiza lo táctil y visual

- Se opone a la arquitectura vernácula, pero inserta elementos vernáculos
- Creación de una cultura basada en lo regional.

2.3.2 Algunos investigadores del regionalismo crítico enfocados en la arquitectura

2.3.2.1 Peter Zumthor

Habla de un vínculo con el pasado, porque muchas de sus ideas están unidas con sus experiencias, ya que para realizar un proyecto, siempre habrá un referente que al momento de crear, debemos sentirnos parte de nuestro proyecto, y así pueda irse entendiendo por sí solo, ya que para lograr realizar este tipo de proyectos, una de las partes importantes, son los materiales, que logran un vínculo entre el arquitecto y su obra, por lo que esta obra, tiene que tener relación con el entorno en donde se va a realizar la intervención del mercado y como lo van percibir las personas de ese lugar, es por eso que debemos tener la impresión, que siempre estuvo ahí ese tipo de construcción. (Zumthor, 2004).

2.3.2.2 Mauricio Rocha

El método de Mauricio Rocha, se enfoca en la relación que tiene el diseño, el arte y la ciudad que pretende atender las necesidades más urgentes de los habitantes y que su obra, debe verse como un trabajo en conjunto, que se caracteriza por proporcionar un sistema constructivo, que contribuya a crear un microclima adecuado para las condiciones ambientales, debido al diseño establecido generando espacios de interacción social utilizados en los mercados (Rocha, 2003).

2.3.2.3 Mario Botta

En un artículo del regionalismo crítico, Mario Botta, valora los aspectos modernistas y que deben adoptar los estilos carentes de identidad, donde se toma elementos vernáculos, teniendo en cuenta la creación de una cultura universal, basada en lo regional, también sus proyectos se caracterizan en la limpieza de líneas y formas abstractas que actualmente se emplean, basados en las necesidades humanas del contexto histórico y el entorno urbano, así

como las tradiciones locales y el pasado cultural que son fundamentales para su obra (Botta, 2011).

2.3.2.4 Juhani Pallasmaa

En el artículo *habitar*, Juhani Pallasmaa, realiza una reflexión crítica sobre la arquitectura actual y sobre el concepto de habitar, porque es necesario tener un vínculo entre el arquitecto y el habitante, para valorar el pensamiento arquitectónico actual y futuro que permite incorporar un aspecto formal al espacio construido. La identidad cultural del sector según Pallasmaa, debe vincularse las actividades culturales con la edificación construida, invitándonos a comprender que el asunto primordial de la arquitectura, es construir, y a la vez, relacionarse con todos los espacios. De esta manera, la arquitectura como forma artística, muestra experiencias existenciales y formas de pensar para ser habitadas (Pallasmaa, 2016).

2.3.3 Mercado como lugar de encuentro

Para Utzon & Moneo (2015), los mercados, no solo cumplen con las actividades comerciales, sino que estos ayudan a fortalecer la apropiación de los espacios para la vida cotidiana de las personas y para lograr una cohesión social, que implanten lugares de encuentro para los ciudadanos. Los mercados destinados al comercio, cumplen con la función de tener un lugar de encuentro para los visitantes y ciudadanos, que complementen con la relación social y se convierta como un lugar de estancia pública, que establece uno de los bienes irrenunciables de la ciudad.

2.3.4 Fiestas y tradiciones del Raymi en el cantón Saraguro

Las tradiciones, tienen como legado un pasado histórico, que especialmente se constituyen a la fiesta del sol y la cosecha, porque es un símbolo de gratitud que ofrecen a la Paccha Mama (Madre Tierra), por tener una buena cosecha de productos tradicionales, la gratitud se celebra con la presencia de música y danza, concentrándose más de un centenar de conjuntos autóctonos (patrimonio, 2007).

Las fiestas del Raymi según sus celebraciones son:

2.3.4.1 Kulla.- Es el tiempo de siembra en esta fiesta, debemos alegrar a la mujer, a la semilla, al agua y a la madre tierra.


2.3.4.2 Kapak.- En las fiestas del Kapak, celebramos todas las familias juntas, en esta fiesta, hay mucha comida, mucha bebida y mucha musica, asi los Ahas, los Wikis y los Sarawis demuestran una gran presentacion.

2.3.4.3 Pawkar.- Es el tiempo de recoger los frutos tiernos, en estas fechas empiezan a surgir alimentos para las personas, los Saraguros, recolectan granos tiernos y los cocinan para comer y cantar junto a los amigos.

2.3.4.4 Inti.- En la celebracion del sol, todas la familias se reunen y alegran al sol, para recibir grandes cosechas, muchos animales y extensos bosques, por esta razon las personas hacen la celebracion para agradecer a la madre tierra.

2.3.5 Principales obras de los investigadores estudiados del regionalismo critico

OBRA	IMAGEN	CARACTERÍSTICAS
Museo de Kolumba, Colonia, 2007, Alemania, Peter Zumthor		<ul style="list-style-type: none"> - Unir, incorporar y complementar cada uno de los fragmentos y piezas existentes respondiendo a la vez al nuevo uso. - Integrar y proteger las viejas estructuras. - Se integra a su contexto urbano - La integración entre lo nuevo y lo antiguo.

<p>Mercado San Pablo Oztotepec, Milpa Alta, 2003, Ciudad de México, Mauricio Rocha</p>		<ul style="list-style-type: none"> - Sus módulos pueden ser modificados - La quinta fachada en el techo evita que los alimentos tengan contacto directo con el sol. - Ventilación constante y luz indirecta natural. - El colorido de sus mercancías interactúa con el espacio monocromático. - Necesita poco mantenimiento.
<p>Casa Bianchi, Riva San Vitale, Suiza, 1973, Mario Botta</p>		<ul style="list-style-type: none"> - Presenta una serie de grandes sustracciones en forma vertical que generan vacíos de varias alturas, determinando de esta forma una especie de calado en el volumen principal. - La obra se encuentra en relación con el entorno ya que se intentó lograr una volumetría en vertical para que no pierda importancia con respecto a las montañas, ya que las mismas también se presentan en forma vertical.
<p>Kamppi Centre, Helsinki, Finlandia, 2002, Juhani Pallasmaa</p>		<ul style="list-style-type: none"> - Combina la necesidad de comercio dinámico y la optimización del ambiente con el suministro necesario para los clientes. - Por la arquitectura constructivista y la arquitectura estructuralista. - Era también el lugar donde había un mercado llamado Narinkkatori. - Espacio más eficientemente.
<p>Iglesia Bagsvaerd, Copenhague, Dinamarca, 1976, Jorn Utzon</p>		<ul style="list-style-type: none"> - Circulaciones de doble altura que discurren de manera ortogonal. - Extensión con lucernarios antes de acceder a la sala de culto. - La sala principal está atravesada por las circulaciones laterales, que arrojan luz sobre los costados.

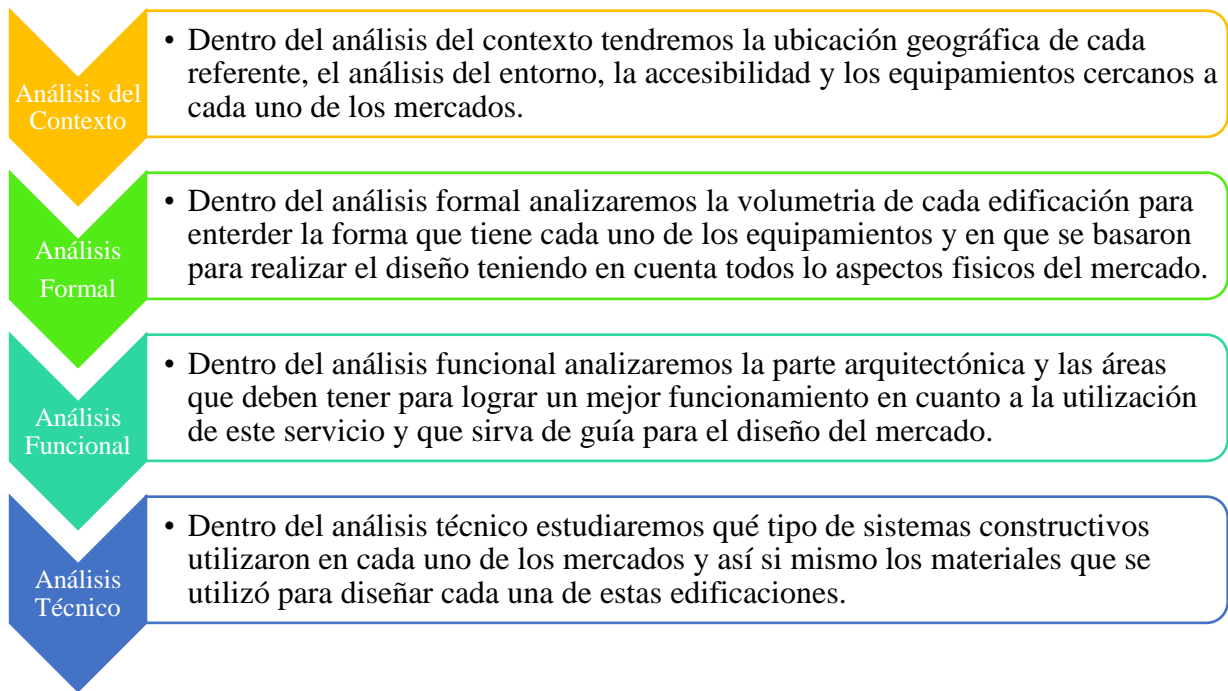
2.3.6 Conclusión del regionalismo crítico

Los métodos de regionalismo crítico, nos ayudaran a comprender como funcionan las edificaciones de acuerdo a los materiales que se utilizaron en la construcción.

También en esta teoría, el lugar toma un carácter muy importante, ya que el mismo no solo se lo entiende como un terreno para un edificio, sino que se lo profundiza y se es consciente de todas las características que tiene el mismo, ya sea su topografía, asoleamiento, clima, cultura y contexto; logrando así que el lugar tenga la misma importancia que el objeto arquitectónico.

2.4 Marco referencial

Para el análisis de referentes, se ha considerado el estudio de tres referentes, un internacional, un sudamericano, un nacional. Entre ellos tenemos, el regionalismo crítico por Peter Zumthor, el mercado de San Pablo Oztotepec de Mauricio Rocha y el mercado 9 de octubre de Boris Albornoz. El análisis de los referentes, ayudara a comprender como funcionan las edificaciones que se dedican a la compra y venta de productos de primera necesidad, teniendo en cuenta la influencia que tienen en la sociedad, que tipo de arquitectura y que sistemas de construcción se utilizaron en cada uno de ellos, y el análisis se lo llevara siguiendo los siguientes lineamientos.



2.4.1 Referente 1

2.4.1.1 Referente teóricojj: *Pensar la arquitectura de Peter Zumthor*

El regionalismo crítico, es un concepto teórico utilizado para resolver un problema actual en la arquitectura, es por eso que se debe pensar críticamente, respecto a las obras que se van a realizar, ya que intentan imponer estilos carentes de identidad, valorando aquello que hace a la región, ser una entidad única, en cuanto a la calidad de los lazos sociales, los recursos culturales y los recursos físicos, sin dejar de valorar los aspectos progresistas del modernismo.

El regionalismo crítico utilizado por Peter Zumthor nos dice que la identidad de nuestra arquitectura, tiene que ver con nuestras experiencias de vida, ya que lo sintetiza en imágenes, que tienen que ver con experiencias de su infancia, ya que estaba tan cerca de olores y texturas, que las podía vivir día a día y que lo único que dejaban en él eran recuerdos, que formaron experiencias de su formación como tal y el conocimiento que fue adquiriendo. También argumenta que el regionalismo crítico utiliza elementos contextuales de formas inusuales, intentando despertar los sentidos del observador, los sentimientos, ya que con esas experiencias tenía una idea de cómo iba a ser una cocina, o la sala de una casa y todos esos elementos fueron muchos recuerdos que él tuvo para realizar una obra. Además, menciona que arquitectura es lo ya construido, lo que se puede ver y que habla por sí misma, a comparación de las representaciones arquitectónicas cuyo contenido aún no están construidas, y el dibujo que no debe ser mera copia de una idea sino parte integral del propio trabajo de la creación, y en la obra se debe tener mucho cuidado en los detalles que van a realizar en la construcción, que forma su identidad partiendo de un carácter funcional, y formal.

La intuición de las cosas es respectivamente referido a la identidad de nuestros edificios, que al mismo tiempo llevan nuestra propia identidad, los que debemos buscar muy dentro de nosotros mismos, con las experiencias de nuestra vida, los espacios, colores, olores texturas, materiales, y un sin fin de imágenes y formas que hemos conocido a lo largo de la vida desarrollándolos de una manera más formal y que se integre con el medio ambiente y que se pueda apreciar de buena manera.



Fuente: *Pensar la arquitectura Peter Zumthor*
 Elaborado por: *El autor*

Sin embargo, su espacio dentro de la historia, aún está por escribir. A pesar de los esfuerzos del propio Zumthor, por no ser clasificado dentro de ninguna corriente, podemos identificar su obra, con el Regionalismo Crítico, o sea, arquitectura de resistencia, que trata de frenar la pérdida de identidad a consecuencia de la globalización, y el sometimiento producido por las sucesivas revoluciones industriales. La originalidad de este proyecto, radica en lograr descifrar aspectos aún no señalados en su obra. El estudio de los diferentes matices del universo zumthoriano, nos ayudará a dilucidar, qué lugar ocupa dentro de arquitectura contemporánea, y, por lo tanto, este proyecto, cuenta con una gran proyección de futuro (Zumthor, 2004).

2.4.2 Referente 2

Mercado San Pablo de Oztotepec

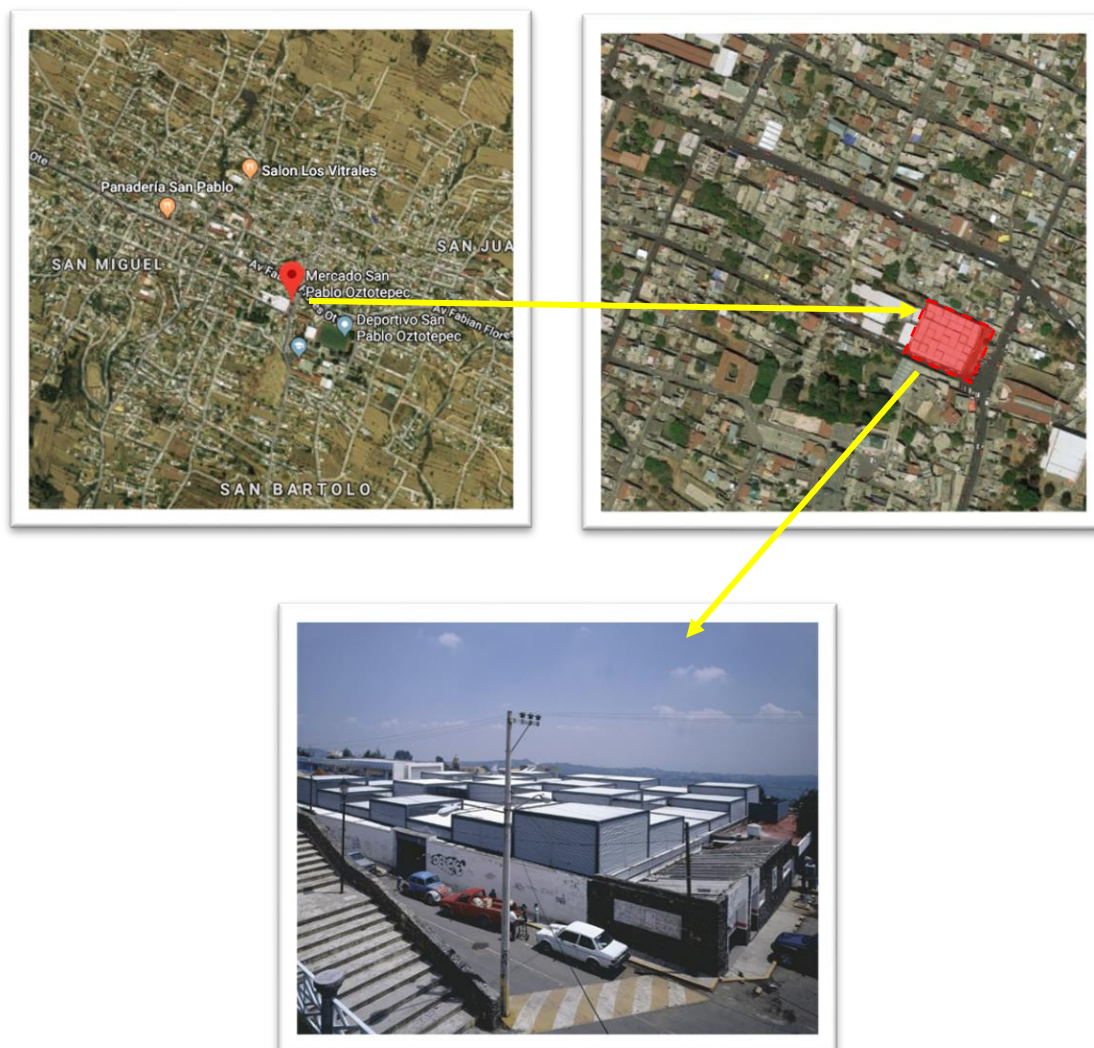
Análisis contextual

Ubicación geográfica

El mercado de San Pablo de Oztotepec, se encuentra ubicado en uno de los doce pueblos de Milpa Alta (Ciudad de México), entre las Avenidas Av. Hidalgo, Av. Guerrero Sur, Av. Fabián Flores Ote, y son las que tienen acceso directamente al mercado, posee una población de 15507 habitantes que ocupan una extensión de 127.67 ha.

El pueblo de Oztotepec, posee un clima templado semihúmedo con alta precipitación pluvial en verano, lo que posibilita un terreno propicio para el cultivo, con una temperatura promedio de 15° C a 30° C y el área de que ocupa el mercado, es de 1550 m² y fue construido en el año 2003.

Ilustración 6 Ubicación del Mercado San Pablo Oztotepec



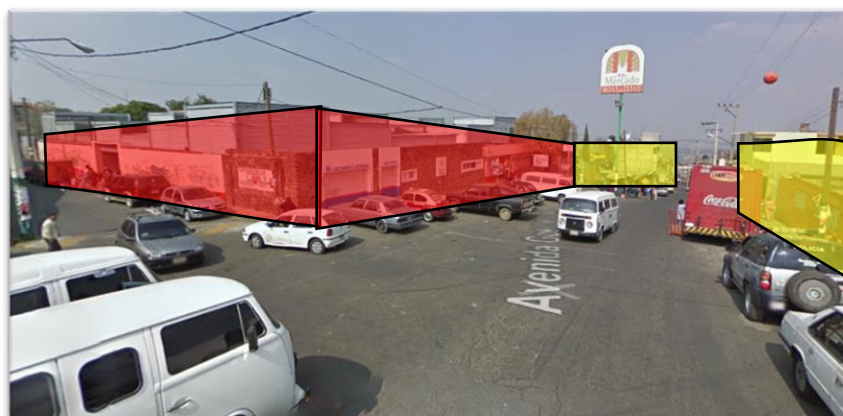
*Fuente: Google Earth
Elaborado por: El autor*

Análisis del entorno

Este mercado, surge como una necesidad urgente para mejorar las condiciones de una de las regiones más pobres del distrito federal, convirtiéndose en uno de los más concurridos de la ciudad de Oztotepec, donde podemos encontrar todo tipo de alimentos de primera necesidad, ya que fue remodelado por el Arq. Mauricio Rocha, y su intención fue lograr una arquitectura contemporánea, en abierto diálogo con el contexto urbano y con su habitabilidad tanto interior como exteriormente, debido a los problemas sociales del sector.

La mayor parte de las edificaciones que se encuentran en su entorno, se dedican únicamente a las actividades comerciales, ayudando al barrio a convertirse en un eje dinamizador del comercio.

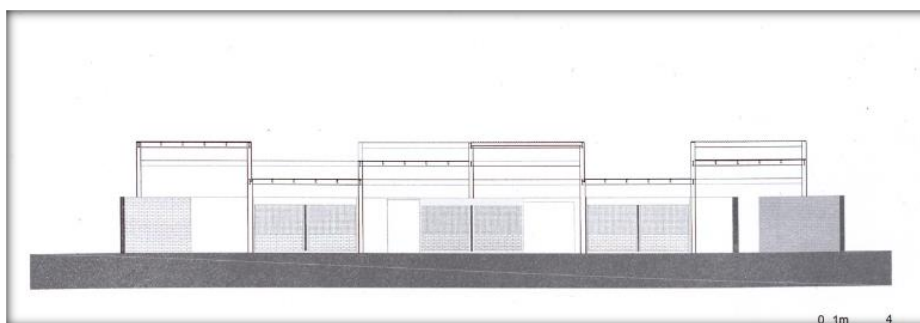
Ilustración 7 Contexto urbano del mercado San Pablo Oztotepec



*Fuente: Google Earth
Elaborado por: El autor*

Posee una fachada basada en láminas de acero, dando como resultado un sencillo proyecto en la cual se puede apreciar un edificio de una sola planta por la topografía pronunciada del lugar y las persianas metálicas, ubicadas en una parte de la fachada, evitando el paso directo del sol que podrían estropear los alimentos, pero permiten el acceso de luz indirecta y la ventilación. Dentro de la edificación, además se elevaron las cubiertas para así ganar altura y que se pueda tener una buena iluminación y ventilación natural.

Ilustración 8 Volumetría del mercado San Pablo Oztotepec

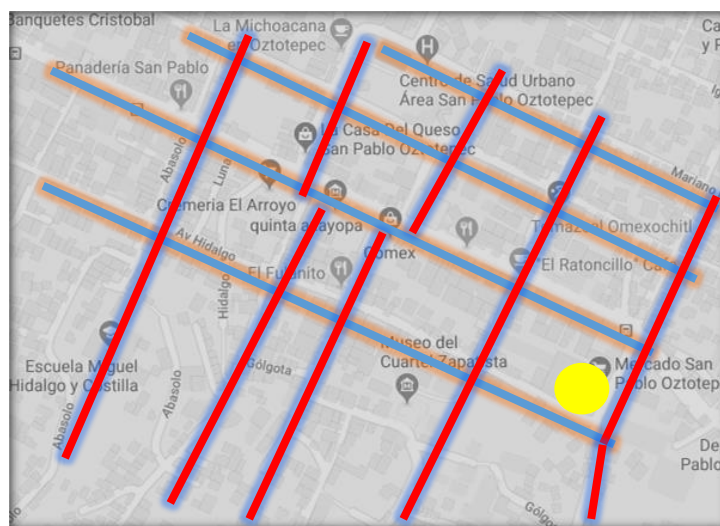


*Fuente: Red fundamentos
Elaborado por: El autor*

Accesibilidad

El mercado se encuentra ubicado en la parte céntrica de pueblo, logrando así convertirse en uno de los mercados más accesibles. Sus principales accesos al equipamiento son, por las Avenidas principales como son la Av. Hidalgo y Av. Guerrero Sur, estas vías, ayudan a mejorar el flujo vehicular del sector, aunque en las horas pico, existe mucha congestión vehicular, ya que los vehículos que transitan, utilizan las vías para estacionar, ocasionando un gran problema en ese sector, también se puede tomar otras rutas cercanas como son la calle Hermenegildo Galeana y Av. Fabián Flores Ote, que son las que dinamizan la circulación ya que se encuentran cercanos al mercado y así establecer las relaciones entre los barrios.

Ilustración 9 Vías de acceso al mercado San Pablo de Oztotepec



*Fuente: Google Earth
Elaborado por: El autor*

Equipamientos

Los equipamientos dentro de las ciudades, deben relacionarse entre sí, ya sean entidades públicas o privadas, como son los mercados, centros de salud, educación, áreas recreativas, bancos, etc.

Estos equipamientos ayudan a organizar las ciudades, porque cada uno de estos permiten que las personas se interrelacionen, ya que también se toma mucho en cuenta la población futura

para que, cada uno de estos servicios se asienten en toda la ciudad para lograr una cohesión social entre los habitantes.

Ilustración 10 Equipamiento cercanos al mercado San Pablo de Oztotepec



*Fuente: Google Earth
Elaborado por: El autor*

Análisis formal

En este proyecto, las diferentes alturas permiten la entrada de luz natural y ventilación cruzada en toda la edificación, ya que la forma ortogonal del mercado, cuenta con las fachadas y cubierta unificada, generando una superposición de los módulos para dar mayor altura a la edificación y que responda a las necesidades de las personas y que tenga relación con el entorno.

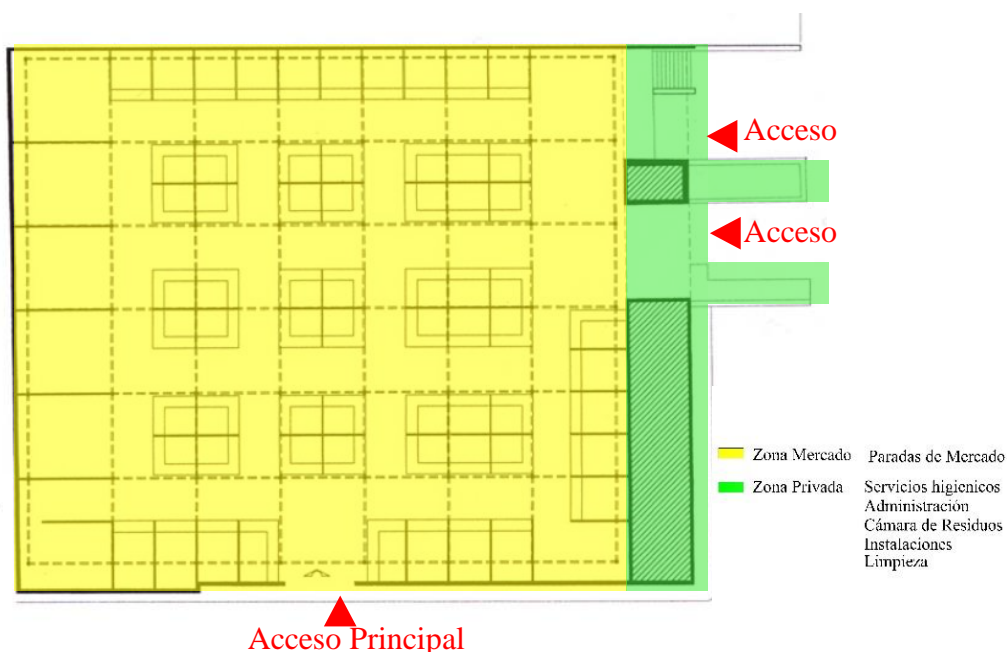
En la forma del mercado, se puede apreciar la horizontalidad y verticalidad de sus plantas, especialmente en las circulaciones, el volumen posee características de una arquitectura lineal donde se puede notar detalles en sus 4 fachadas; la forma simple de la edificación permite que se integre fácilmente al entorno donde se encuentra implantado.

Ilustración 11 Implantación del mercado San Pablo de Oztotepec



*Fuente: Google Earth
Elaborado por: El autor*

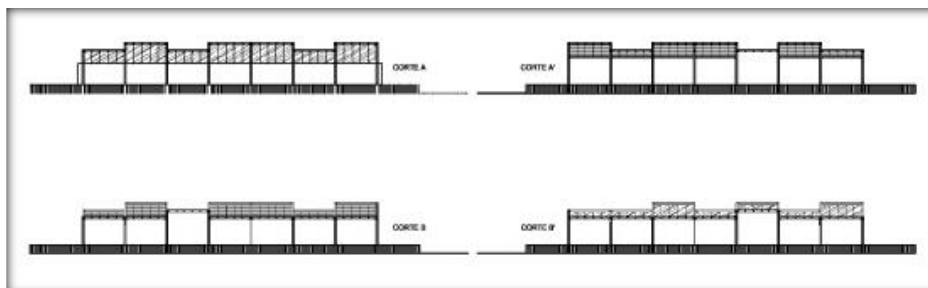
Análisis funcional



El mercado se encuentra implantado en un terreno con una topografía pronunciada, convirtiéndose en uno de los equipamientos comerciales más importante de la ciudad de Oztotepec, debido a que sus productos se encuentran más frescos y de excelente calidad, ya que cuentan con un espacio moderno en cuanto a la venta de sus productos y los servicios del lugar convirtiéndose en el eje de centralidad social, cívico y cultural de la población.

En el equipamiento, contamos con dos zonas que son: la zona de mercado, es donde los comerciantes realizan la venta de sus productos; y, en la zona privada, se encuentra todo lo relacionado a la parte administrativa y la organización del mercado, distribuidos de manera uniforme en la planta, la cual se integra en el entorno logrando una mejor circulación de los usuarios ya sea dentro o fuera de la edificación.

Ilustración 12 Cortes del Mercado San Pablo de Oztotepec



*Fuente: Red fundamentos
Elaborado por: El autor*

Este proyecto está elaborado en una sola planta, con el propósito de que sus ciudadanos puedan adquirir sus productos en los grandes espacios de ventas que posee este mercado, para así mantener un orden en cuanto a las circulaciones peatonales.

Ilustración 13 Imágenes del mercado San Pablo de Oztotepec



*Fuente: Red fundamentos
Elaborado por: El autor*

Análisis técnico

La altura variable de la edificación, responde a las necesidades específicas del programa que alberga en su interior: el gran espacio de venta de productos, gracias a un sistema transparente de cerchas metálicas prefabricadas, goza de la altura total y de unos grandes ventanales lineales en los pliegues de cubierta.

Sistema constructivo

El mercado, utiliza un sistema constructivo semi-industrializado, combinando la estructura metálica, el zinc y los paneles de metálicos utilizando módulo de 6 x 6 m en la estructura, responde a un óptimo aprovechamiento del acero, tanto vertical como horizontalmente, ya que su medida comercial es de 12 m, obteniendo como resultado un acabado natural en donde la planta baja, tiene una conexión del interior con el exterior, por sus diferentes puertas de acceso.

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.

Ilustración 14 Sistema constructivo



*Fuente: Red fundamentos
Elaborado por: El autor*

Materiales

El material mas utilizado son la estructura es metalico, ya que se encuentra presente en la mayor parte de la edificacion, los paneles de acero y las puertas enrollables que conjuntamente con el vidrio, permiten alcanzar un excelente comportamiento energetico del edificio, ya que este mercado, se lo construyo con estructura para elaborar mucho mas rapido este proyecto y asi con estos materiales, evitar al maximo los residuos.

Ilustración 15 Imágenes de materiales utilizados en el mercado San Pablo de Oztotepec



Paneles metálicos

Estructura

Puertas enrollables

Vidrio

2.4.3 Referente 3

Mercado 9 de octubre

Análisis contextual

Ubicación geográfica

El mercado 9 de octubre, se encuentra ubicado en el centro histórico de la ciudad de Cuenca, entre las calles las calles Mariscal Lamar, Gaspar Sangurima, Hermano Miguel y Mariano Cueva, son las que conectan directamente el mercado con el entorno en el barrio del centro histórico de la ciudad de Cuenca, Ecuador. Con una superficie de 70,59 km² con una población de 329 928 de hab.

La ciudad de Cuenca posee, un clima templado y húmedo, con una temperatura promedio de 15 ° C y el área de que ocupa el actual mercado es de 5190 m², y fue construido en el año 2009.

Ilustración 16 Ubicación del mercado 9 de Octubre



*Fuente: Google Earth
Elaborado por: El autor*

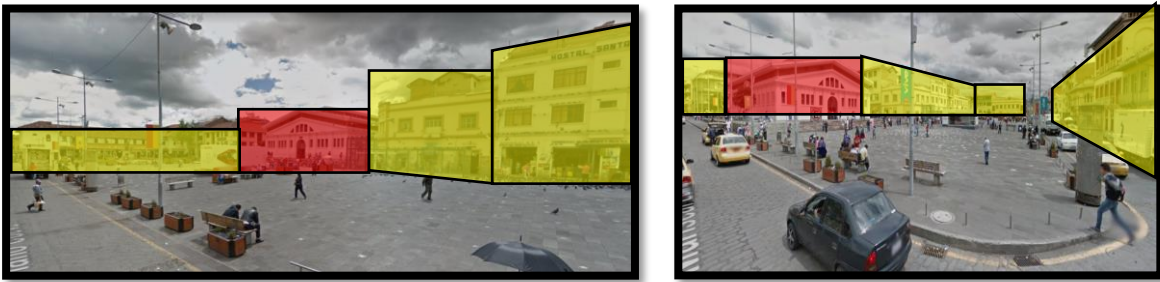
Análisis del entorno

Este mercado, es uno de los más concurridos de la ciudad, donde se encuentra todo tipo de alimentos de primera necesidad, ya que fue remodelado en su interior y exteriormente debido a los problemas sociales del sector.

Todas las edificaciones aledañas, cuentan con diferentes alturas que hace que el barrio no tenga un orden, ya que existen viviendas de 1 – 6 pisos, dañando la imagen visual del sector.

La ubicación del mercado, es un lugar muy comercial, ya que sus viviendas cercanas se dedican únicamente a las actividades comerciales.

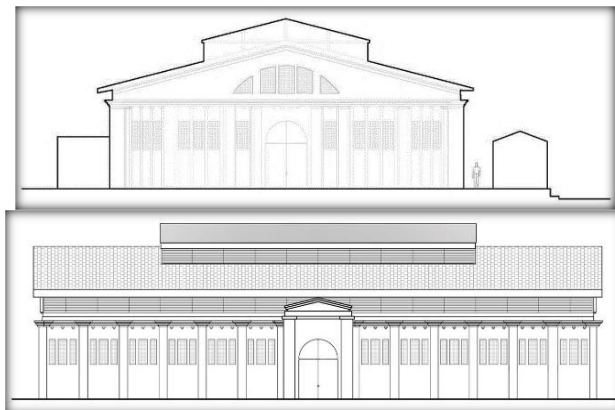
Ilustración 17 Volumetría del Mercado 9 de Octubre



Fuente: Recuperado de www.plataformaarquitectura.com

Posee una fachada patrimonial en la cual se puede apreciar un edificio de una sola planta, ya que con la rehabilitación a todos los comerciantes informales que se ubicaban en la plazoleta, se los reubico en el actual mercado, que consta de tres niveles, elevando la cubierta para así ganar altura y que se puedan implementar más puestos de ventas.

Ilustración 18 Fachadas del mercado 9 de Octubre



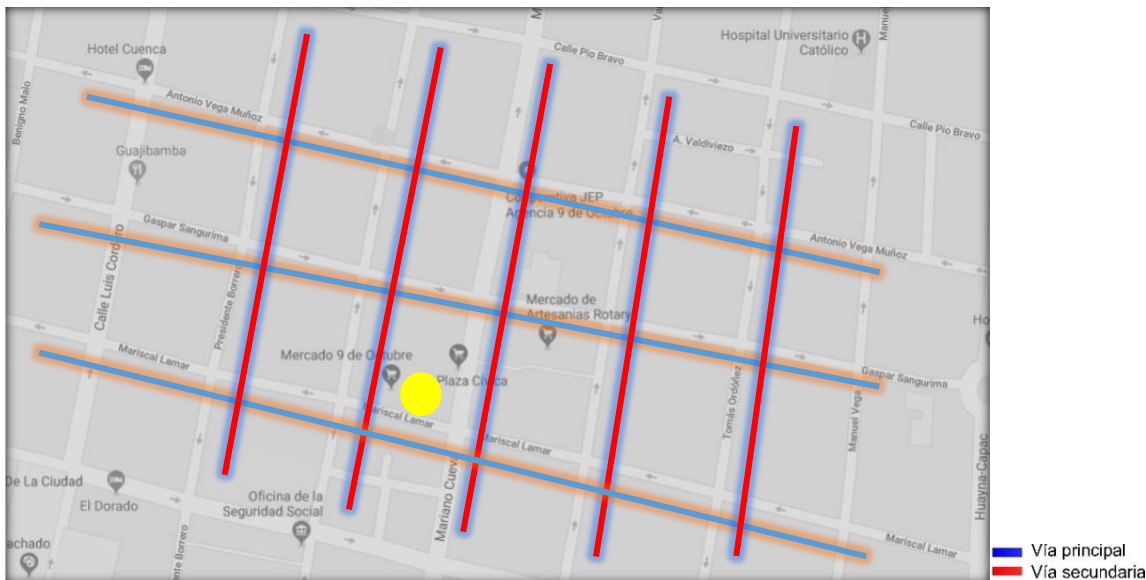
Fuente: Recuperado de www.plataformaarquitectura.com

Accesibilidad

El mercado se encuentra ubicado en el centro histórico de la ciudad; y los principales accesos al equipamiento son, por la calle Gaspar Sangurima y Mariscal Lamar, estas vías ayudan a mejorar el flujo vehicular del sector, aunque en las horas pico, existe mucha congestión vehicular, también se puede tomar otras rutas cercanas como son, la calle Mariano Cueva y Hermano Miguel, que son las que dinamizan la circulación para llegar a los diferentes

equipamientos, que se encuentran cercanos al mercado que estamos analizando y así establecer las relaciones intercomunales entre los barrios.

Ilustración 19 Accesibilidad al mercado 9 de Octubre



Fuente: Google Earth

Elaborado: El autor

Equipamientos

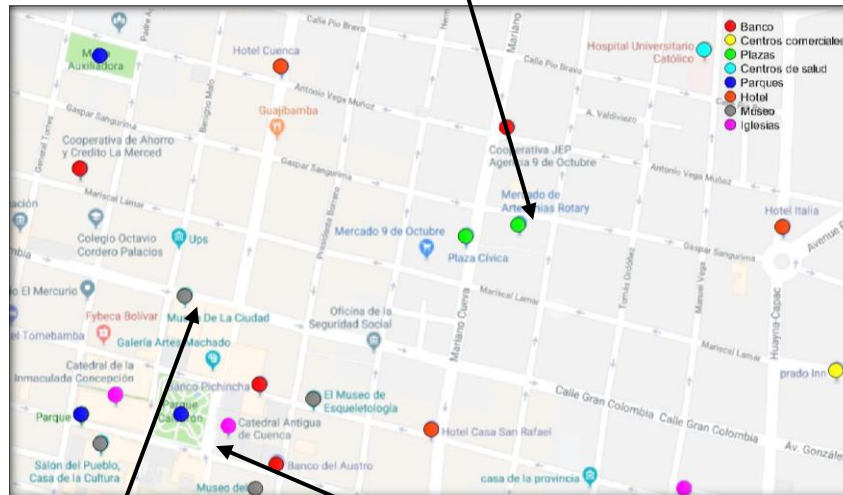
En el contexto urbano, existen equipamientos que todas las ciudades deben poseer, ya que contamos con entidades públicas, de salud, educación, áreas recreativas, bancos, etc.

Estos equipamientos van conforme a la población que actualmente existe, ya que también se toma mucho en cuenta la población futura para que acceda a cada uno de estos servicios se asienten en toda la ciudad.

Ilustración 20 Equipamientos cercanos al mercado 9 de Octubre



Plaza Rotary



Museo



Parque Calderón

Fuente: Google Earth

Elaborado: El autor

Análisis formal

En este proyecto la forma ortogonal de la edificación, posee una característica muy importante en sus planos, teniendo en cuenta la simplicidad tanto en su planta, como en sus fachadas, donde se puede apreciar la horizontalidad y verticalidad en las circulaciones, ya que estas se integran con la plaza 9 de octubre.

Las claraboyas conjuntamente con la altura de la cubierta, permiten obtener una buena iluminación y ventilación natural, ya que, con esta expansión, se crearon más puesto de ventas para los vendedores informales, que se encontraban en las afueras de la edificación.

Ilustración 21 Fachada transversal del mercado 9 de Octubre



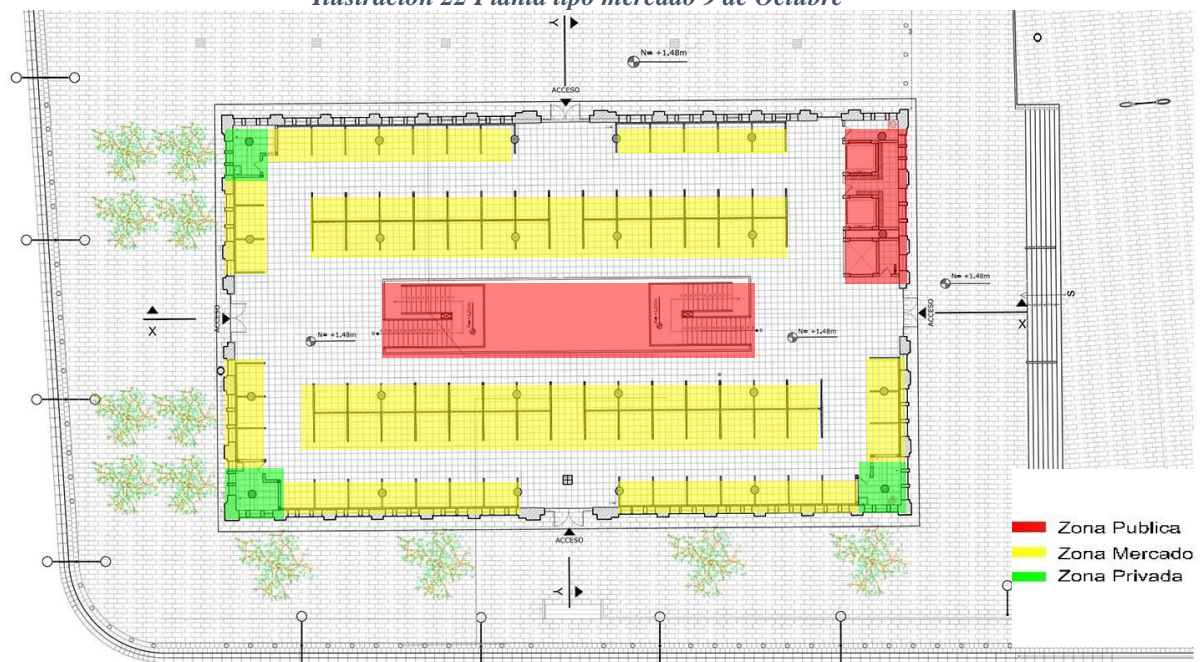
*Fuente: Recuperado de www.plataformaarquitectura.com
Elaborado por: el Autor*

En la forma actual del mercado, se puede apreciar que existe mayor circulación en todas sus plantas y así evitar que las personas se aglomeren en cada uno de las áreas del mercado, el volumen posee características de una arquitectura colonial, que puede notarse en sus 4 fachadas.

Análisis funcional

PLANTA TIPO

Ilustración 22 Planta tipo mercado 9 de Octubre



*Fuente: Recuperado de www.plataformaarquitectura.com
Elaborado por: el Autor*

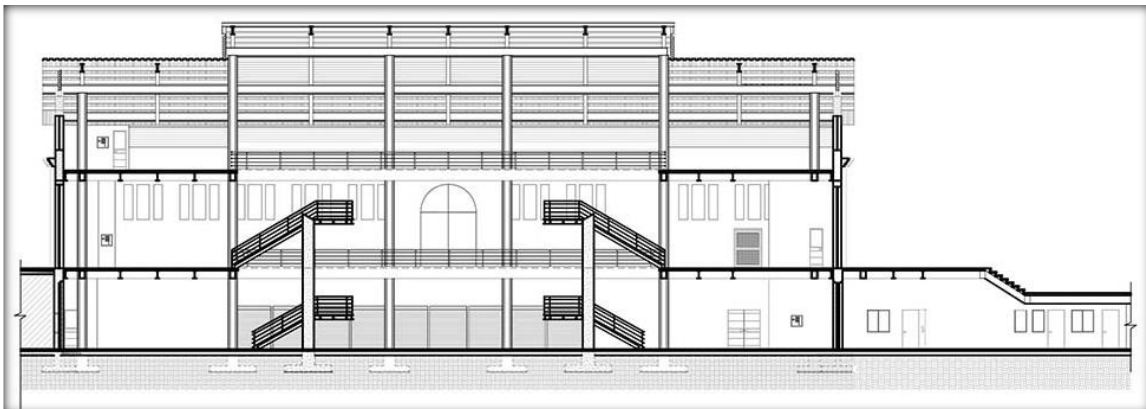
El mercado, se encuentra implantado en donde existía la antigua edificación con una topografía completamente plana, teniendo en cuenta su origen histórico ya que, debido a la intervención del equipamiento, el proyecto se lo dividió en tres plantas, en la cual, la planta de subsuelo, se encuentra el parqueadero y la zona de los productos cárnicos.

En la planta baja, se encuentra la zona de los productos, como son: de frutas, verduras y hortalizas, en donde esta planta posee cuatro accesos, distribuidos al norte, sur, este y oeste, que permite la fácil accesibilidad de los usuarios

Planta alta: comprende la zona de ventas de jugos, comidas y bebidas; todos los puestos comprenden el mismo orden de distribución que las plantas anteriores, solo cambia el uso de sus ventas.

El proyecto integral, se ha dirigido principalmente en la mejora social de todo sector, con la implementación complementaria de guardería, biblioteca, centro de atención de salud y seguridad ciudadana, administración de mercados y parqueaderos para la zona.

Ilustración 23 Fachada transversal del mercado 9 de Octubre



Fuente: Recuperado de www.plataformaarquitectura.com

Los tres niveles que tiene el edificio, permite a los usuarios tener mayor movilidad y así obtener los productos de mejor calidad y que sigan un orden y una organización según la función que cumplen, cada uno de estas plantas dentro del mercado.

Ilustración 24 Imágenes del mercado 9 de Octubre



Fuente: Recuperado de www.plataformaarquitectura.com

Análisis técnico

En el análisis realizado en este lugar muy conflictivo de la ciudad, se desarrolló un estudio social, económico e histórico, reuniendo a los comerciantes como los actores principales de este proceso.

Se adaptaron los puestos de venta para los comerciantes, mejorando las condiciones higiénicas, seguridad, e infraestructuras. Se rescataron los espacios exteriores invadidos por los vendedores informales, devolviendo un espacio cómodo, agradable y ordenado a la ciudad.

Con la intervención en este espacio vulnerable de la ciudad, como es el Mercado 9 de octubre, se logró incrementar las condiciones de venta de los comerciantes, se regeneró el entorno, los negocios en las edificaciones y se rescataron los espacios públicos para el uso de todos los ciudadanos convirtiéndolo en un espacio seguro para vendedores y usuarios, y se ha devuelto a la ciudad, uno de los mercados más importantes.

Sistema constructivo

El mercado utiliza un sistema constructivo mixto, que combina perfectamente la estructura metálica con muros de ladrillo macizo que forman parte de su estructura.

La remodelación del mercado empieza manteniendo la misma edificación, pero dando mayor altura en su cubierta para generar más puestos de venta, ya que se utilizó técnicas constructivas modernas, para dar permanencia a las actividades comerciales del sector.

Ilustración 25 Sistema constructivo



Fuente: Plataforma de arquitectura

Materiales

Ilustración 26 Materiales utilizados en el mercado 9 de Octubre



Cerámica

Acero

Hormigón

Teja y Policarbonato

El material que más resalta en este equipamiento, es el acero, ya que este se presenta en toda la estructura de la edificación, en los pisos podemos observar que existe un piso de cerámica antideslizante, la utilización del acero en su cubierta, también se utilizaron losas de hormigón y los paneles de teja y polycarbonato para cubrir su estructura y generar iluminación natural. Las fachadas de la edificación utilizan una sola tonalidad, para no generar un imaginario urbano, sino, que se mantenga el mismo concepto que desde su construcción fue concebido.

2.4.4 Conclusión general de los referentes

El regionalismo crítico, se entiende como una postura que toma el arquitecto teniendo en cuenta las características de la región en donde se construirá, haciendo que esta sea identificada y que no se quede estancada, sino que tome conceptos de modernidad y funcionalidad adaptándolos a cada uno de sus proyectos, mientras que el Mercado San Pablo Oztotepec y Mercado 9 de Octubre, son proyectos que fueron elaborados, a partir de una

intervención arquitectónica antigua, y se los rehabilitaron, tanto en su forma, como en su infraestructura existente, generando un mercado moderno que funcione como dinamizador de las actividades económicas del sector.

Estos conceptos ayudaron a solucionar las condiciones del mercado, proponiendo una estructura mixta, combinando adecuadamente el hormigón armado con acero además de la mampostería de ladrillo y la textura de piso que da contraste a la edificación, así mismo se integró una plaza para dar mayor movilidad de las personas que visitan estos equipamientos ya que estos mercados son los que reactivan el comercio de las ciudades

Los dos mercados generan cubiertas de estructura metálica con claraboyas que permiten la iluminación y ventilación natural de todos los espacios interiores, ya que sus volúmenes simples, permiten que los materiales utilizados queden vistos y así generar un contraste en sus texturas y el color natural que hacen que se integren a las viviendas que existen en su entorno.

El presente análisis de los referentes dentro de la investigación, servirá de apoyo en la interacción entre el espacio público y privado que se planteará diseñar; así como también se tomará en cuenta los bloques empleados en la división de los puestos de venta.

CAPÍTULO 3: Diagnostico

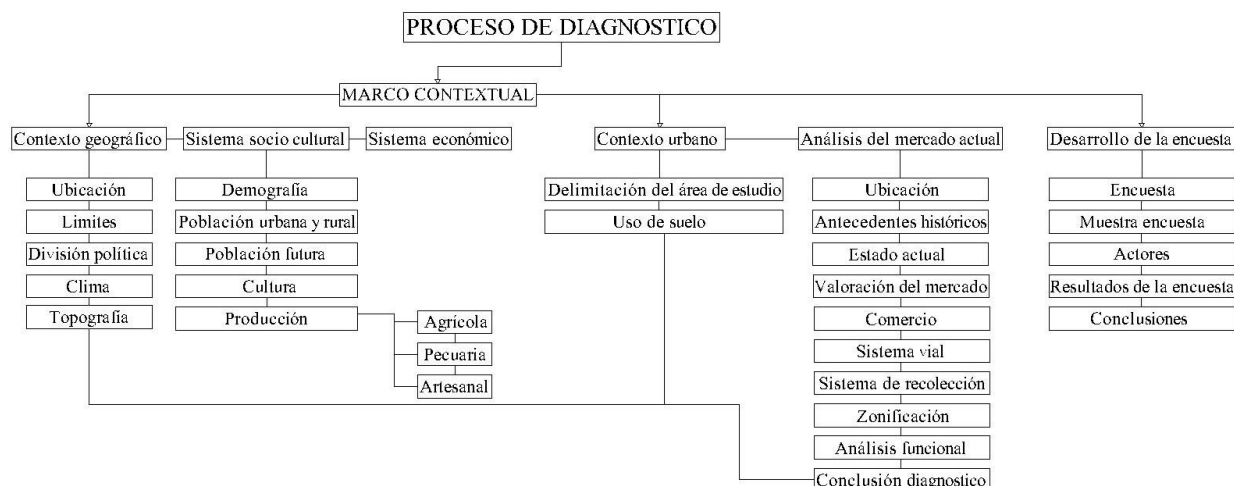
3.1 Marco contextual

Grafico 1 Etapas de proceso



Elaborado por: El autor

Grafico 2 Proceso de diagnostico



Elaborado por: El autor

3.1.1 Contexto geográfico

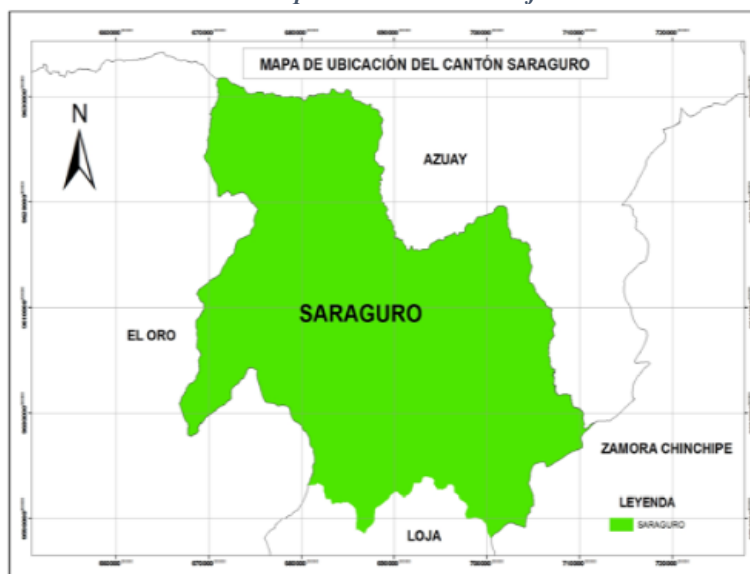
3.1.1.1 Ubicación

El cantón Saraguro, se encuentra ubicado a 64 kilómetros al norte de la provincia de Loja y al sur del Ecuador, y es uno de los cantones más extensos de la Provincia de Loja, en donde la población saragureña, está dividida en dos etnias, los indígenas que corresponde al 30% de la etnia Saraguro; y, el 70%, pertenece a la población mestiza. Tiene un área de 7414.11 ha; sus coordenadas geográficas son: 3°31'38'' de latitud sur, y 79°43'41'' de longitud oeste (Saraguro G. A., 15 De Marzo Del 2015).

3.1.1.2 Límites

Los límites del cantón Saraguro son: al norte la provincia del Azuay, al sur la provincia de Loja, al este la provincia de Zamora Chinchipe, y al oeste la provincia de El Oro. (Saraguro G. A., 15 De Marzo Del 2015)

Mapa 1 Ubicación de Loja



*Fuente: PDOT Saraguro
Elaborado por: el Autor*

3.1.1.3 División política

El cantón Saraguro, se encuentra localizado al norte de la provincia de Loja, y forma parte de las 11 parroquias con que cuenta el pueblo de Saraguro, con sus 10 parroquias rurales y 1 urbana. Se encuentra a una altura de 2 520 msnm y su superficie es de 108270.25 ha. (Saraguro G. A., 15 De Marzo Del 2015)

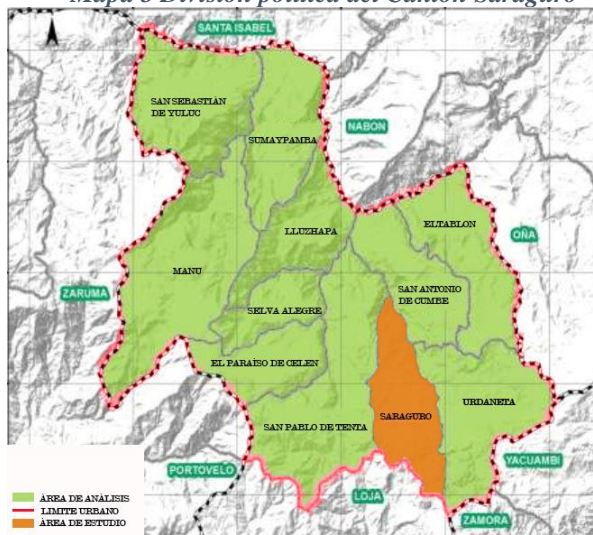
Mapa 2 Localización de Saraguro



*Fuente: PDOT Saraguro
Elaborado por: el Autor*

La cabecera cantonal de Saraguro, cuenta con 9 barrios que son: Sucre, 18 de noviembre, Pucará, Azuay, 31 de diciembre, Casa para Todos, San Francisco, El Porvenir y Loja.

Mapa 3 División política del Cantón Saraguro



*Fuente: Plan de desarrollo y ordenamiento de Saraguro
Elaborado por: el Autor*

3.1.1.4 Clima

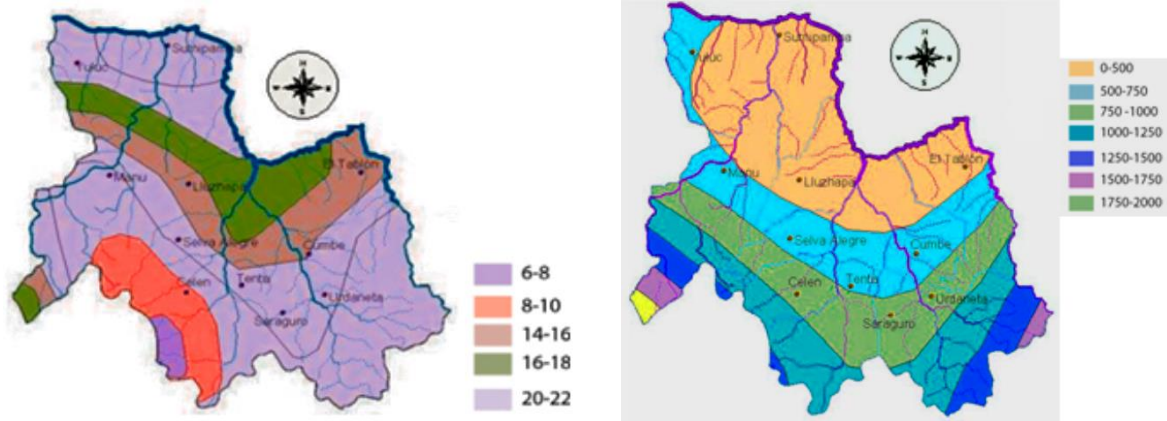
El clima del cantón Saraguro, es templado andino, el mismo que está determinado en el siguiente cuadro. (Saraguro G. A., 15 De Marzo Del 2015)

Tabla 4 Datos climáticos de la cabecera cantonal de Saraguro

Factor climático	Equivalente
Temperatura	8 a 26 ° C
Temperatura promedio	12,9 ° C
Precipitación anual	758 a 1250 mm
Humedad relativa	80% a 88%
Lluvias	Noviembre a mayo
Vientos	Junio a septiembre y la velocidad varia de 2 a m/s
Heladas	Diciembre a Enero

*Fuente: Plan de desarrollo y ordenamiento de Saraguro
Elaborado por: el Autor*

Mapa 4 Temperatura y precipitación



*Fuente: Plan de desarrollo y ordenamiento de Saraguro
Elaborado por: el Autor*

3.1.1.5 Topografía

Saraguro, presenta una topografía muy irregular, con pendientes, aunque existen algunas áreas que se encuentran totalmente planas, donde se encuentran implantados todos los barrios pertenecientes a la cabecera cantonal. (Saraguro G. A., 15 De Marzo Del 2015)

Mapa 5 Topografía del cantón Saraguro



*Fuente: Topografía del cantón Saraguro
Elaborado por: el Autor*

3.1.2 Sistema socio cultural

3.1.2.1 Demografía

El cantón Saraguro, está compuesto por dos culturas que son: la cultura Indígena y mestiza, distribuidos en todo su territorio. La mayoría de su población es mestiza, pero se encuentran distribuidos en todas las parroquias rurales y muy pocos en el área urbana. (Saraguro G. A., 15 De Marzo Del 2015)

Según datos del INEC (2010), la población del cantón Saraguro, es de 30.183 habitantes, de los cuales solo en la cabecera cantonal la población es de: 4.031 habitantes.

Tabla 5 Indicadores de población

Cantón	Población	
	Mestiza	Indígena
Saraguro	3047	984
Total	4031	

*Fuente: Plan de desarrollo y ordenamiento de Saraguro
Elaborado por: el Autor*

3.1.2.2 Población de la cabecera cantón de Saraguro

Según el último censo de población y vivienda del Cantón Saraguro, los 4031 habitantes, representan un 13.36%, que se encuentran ubicados en el sector urbano, mientras que los 26152 habitantes, constituyen el 86.64%, que pertenecen al sector rural. (INEC, 2010)

3.1.2.3 Población futura del cantón Saraguro

Se ha considerado una proyección de la población para 10 y 20 años, ya que se supone un tiempo de vida de las instalaciones, sin necesidad de reparaciones mayores, así tenemos la

proyección para el año 2020 y 2030 , utilizando la siguiente fórmula por el método geométrico (Jimenez, 2013).

$$N_t = N_o (1 + r)^t$$

Variación porcentual: (r) 0, 83%

Valor final del periodo: (Nt 2020)

Valor final del periodo: (Nt 2030)

Valor al inicio del periodo: (No 2010) 4031

t= número de años 10 - 20 años

$$N_t = 4031 (1 + 0.83)^{10}$$

$$N_t = 1698$$

$$N_t = 4031 (1 + 0.83)^{20}$$

$$N_t = 7152$$

En el cantón Saraguro, la tasa de crecimiento es del 0,83%. Para el cálculo de la proyección de la población, con esto se calcula la tasa de crecimiento del cantón para el año 2020 y 2030, ya que el censo se lo realiza cada 10 años.

Tabla 6 Estimación de la población para el 2030

Población Censo 2010	Tasa de crecimiento Poblacional (i)	Población Calculada (2020)	Población Futura (2030)
4031	0.83	1698	7152

*Fuente: INEC 2010
Elaborado por: el Autor*

Con la población calculada para el año 2030, se considera que los habitantes del cantón aumentarían en total de 8850. Con los datos obtenidos podremos diseñar y plantear áreas para el nuevo mercado municipal de Saraguro, y de esta manera se pueda cumplir con la demanda de personas que vamos a tener dentro de 20 años.

3.1.2.4 Cultura

El cantón Saraguro, está conformado por dos etnias, con características físicas distintas; los indígenas, que conservan sus tradiciones y vestimenta que llevan de por vida; y los mestizos, que básicamente se encuentran dispersos por todo el Cantón.

Los Saraguros, aún conservan sus hábitos y sus atuendos, su idioma, es el español y el quechua. Entre algunas comunidades, todavía conservan su lengua nativa, pero las únicas comunidades que hablan en su totalidad este idioma, son Gera y Oñacapac, lo cual hace que el cantón posea una gran diversidad cultural. (Patrimonio, 2007)

3.1.3 Sistema económico

Saraguro, cuenta con tierras fértiles, porque la mayor parte de la población se dedica a la agricultura, ganadería y pesca, ya que esta es su principal actividad económica, lo que lo convierte como el cantón l más productivo de la provincia de Loja

Lo que se toma en cuenta son las actividades, sus principales fuentes de ingresos, donde interviene la población, las tierras que poseen, y la producción tanto agrícola, como ganadera.

La economía de los Saraguros, está basada en la agricultura, la ganadería y la pesca, pero los productos de autoconsumo son, pequeñas manualidades: tejidos de lana y de zuro, y las artesanías (Saraguro G. A., 2014).

Tabla 7 Población ocupada por rama de actividades del Cantón Saraguro



Fuente: INEC, 2010

Elaborado por: el Autor

3.1.4 Producción

3.1.4.1 Producción agrícola

Las buenas condiciones naturales que posee el suelo donde se cultivan los diferentes productos como el maíz, papaya, cebolla, yuca, plátano, banana, trigo, naranja, frejol, arveja, naranjilla, café y cacao etc. Todos estos productos se comercializan en el mercado municipal. (Saraguro G. A., 2014)

Ilustración 27 Producción agrícola



*Fuente: Ministerio de agricultura y ganadería
Elaborado por: el Autor*

3.1.4.2 Producción pecuaria

Dentro del cantón, la producción de maíz, huevos, aves de corral, truchas, leche, queso y quesillo. Pero lo que mayormente se produce es una gran cantidad de maíz, leche, queso, ya que es la ganadería otra de las principales actividades económicas, vemos así mismo que la mayor parte de la población, se dedica a la cría y es la base de su sustento. Toda esta producción pecuaria se vende en la actual plaza de ganado municipal de Saraguro, todos los fines de semana. En esta zona se observa un gran porcentaje de comercialización de ganado vacuno y porcino. (Saraguro G. A., 2014)

Ilustración 28 Producción pecuaria



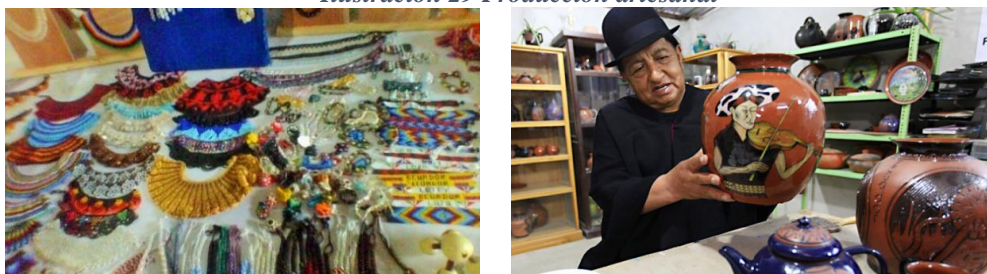
*Fuente: Agricultura Loja
Elaborado por: el Autor*

3.1.4.3 Producción artesanal

El cantón Saraguro, posee una tradición artesanal muy reducida, básicamente se refieren a la elaboración de vestimentas, tejidos, artesanía, cerámicas, collares, manillas que se comercializan para mantener las tradiciones y costumbres que se desarrollan en este Cantón.

En Saraguro se encuentra una asociación dedicada a la producción de sus artesanías hechas a mano, reconocida como AIAIS (Asociación Interprofesional de Artesanos Indígenas de Saraguro) que se encargan de realizar todos los productos artesanales ya que es un pueblo intercultural. (Saraguro G. A., 2014)

Ilustración 29 Producción artesanal



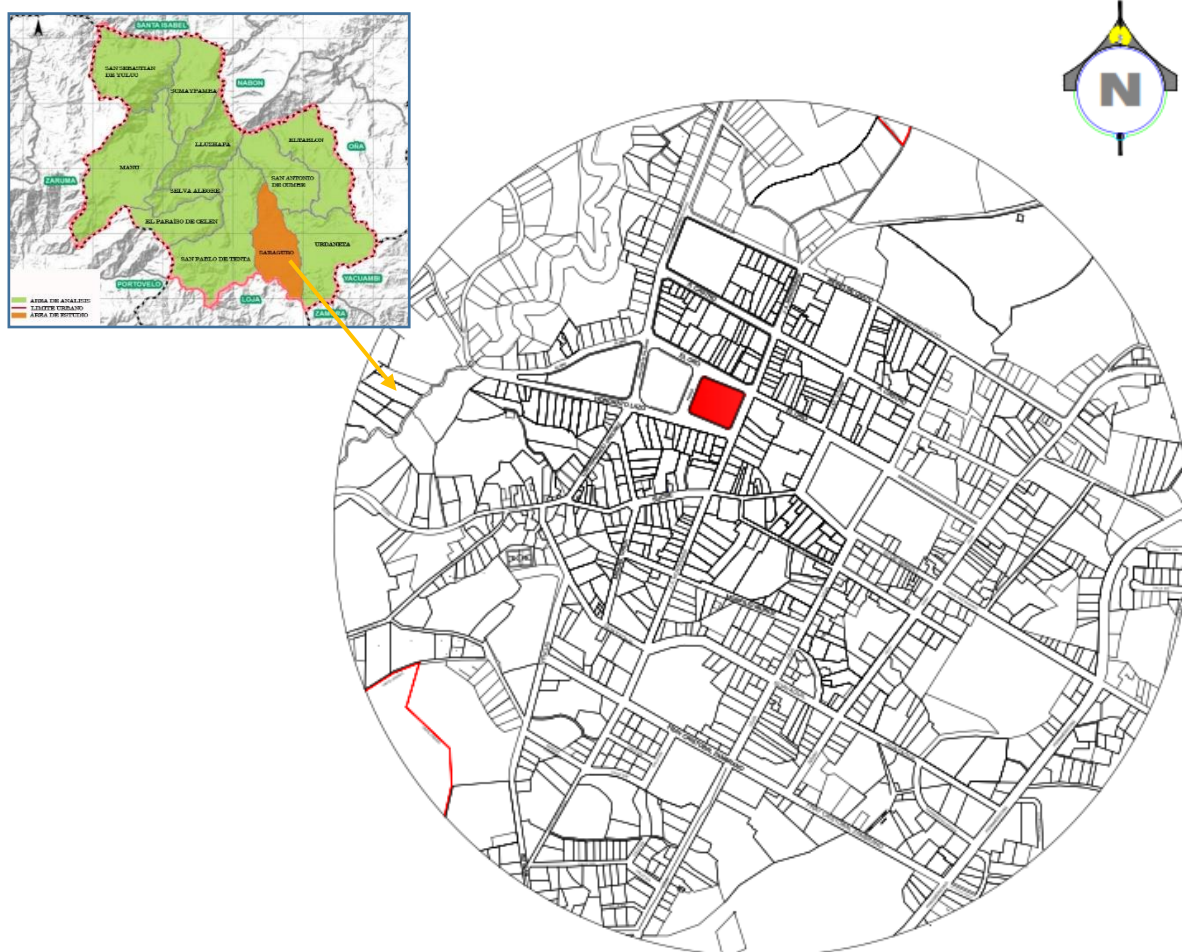
*Fuente: El comercio
Elaborado por: el Autor*

3.2 Contexto urbano

3.2.1 Delimitación del área de estudio

El cantón Saraguro, está ubicado al Norte de la provincia de Loja y al Sur del Ecuador, es uno de los cantones más extensos de la provincia de Loja, para realizar la propuesta de diseño delimitaremos el área de estudio para el desarrollo del mercado teniendo en cuenta todos los aspectos sociales, económicos y culturales del sector.

Mapa 4 Delimitación del área de estudio



*Fuente: Plano predial de Saraguro
Elaborado por: el Autor*

El entorno urbano donde se encuentra implantado el actual mercado, cuenta con una gran actividad comercial, debido a su ubicación cercana al parque central, además que los principales equipamientos públicos se encuentran en sus alrededores.

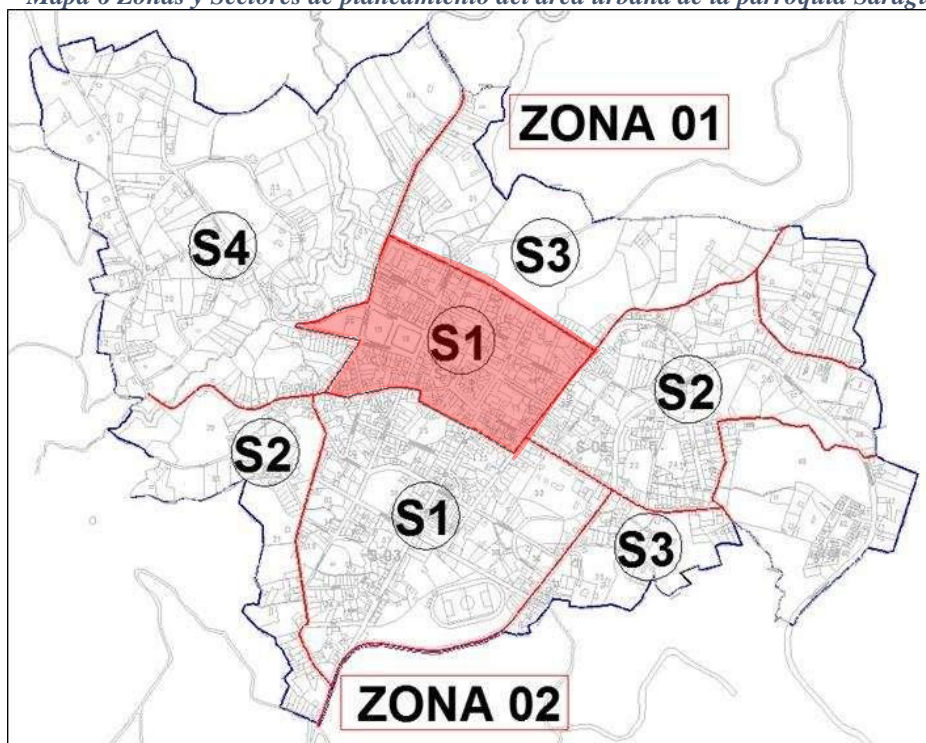
Según el criterio urbanístico de Jan Bazant (1981), con respecto al radio de uso de los mercados se considera un área de 400–500m, es decir, el área de estudio que se toma para el análisis es de 500m debido a que el radio abarca toda la cabecera cantonal.

Saraguro, posee una trama urbana ortogonal, con manzanas únicas e irrepetibles generadas por la necesidad de adaptar las vías a la topografía inclinada del sitio. La forma de las cuadras en su mayoría, está formada por cuadrículas, partiendo siempre de la plaza, mayor formando calles que dan lugar a las manzanas.

3.2.2 Uso de suelo de la cabecera cantonal

El uso de suelo que más predomina según las características de Ocupación y Edificación del Territorio de Saraguro, el terreno se encuentra implantado en la Zona 1, sector 1 de la cabecera cantonal donde el uso asignado para este sector es para viviendas comerciales, producción de bienes artesanales, y equipamientos públicos.

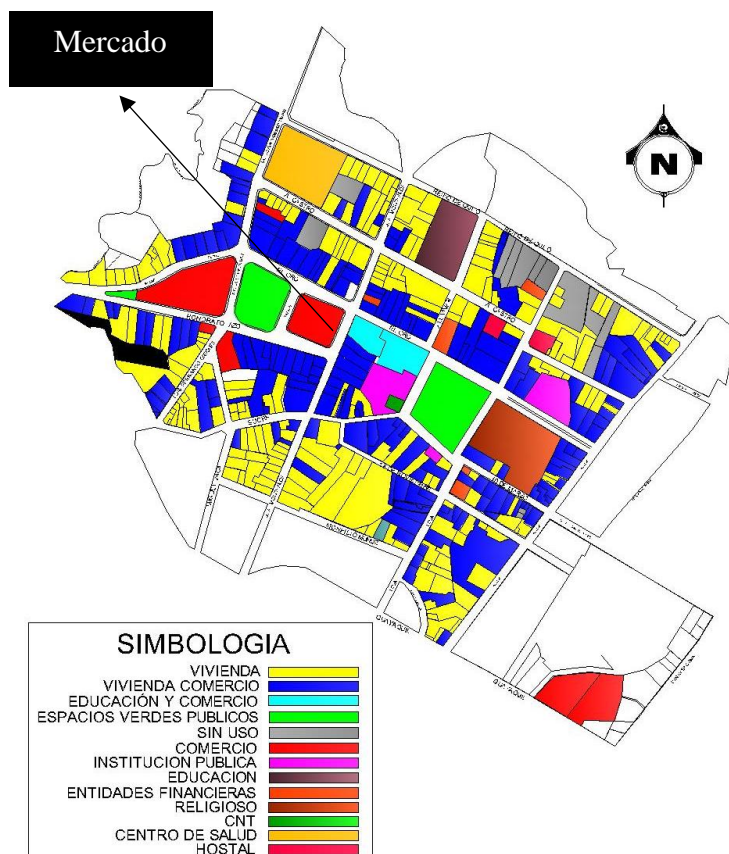
Mapa 6 Zonas y Sectores de planeamiento del área urbana de la parroquia Saraguro



*Fuente: Plan de desarrollo y ordenamiento de Saraguro
Elaborado por: el Autor*

En el mapa de uso de suelo, podemos observar que la mayor parte de las viviendas que se encuentran en el entorno del mercado, son de uso mixto, también tenemos solo viviendas sin ningún uso comercial, y la mayor parte de los equipamientos públicos, se encuentran cercanos ya que tienen un radio de influencia no mayor a 500m, y en cuanto a las áreas verdes tenemos cuatro parques, y en la zona rural, contamos con grandes vegetaciones.

Mapa 7 Uso de suelo del cantón Saraguro



*Fuente: Plano predial del Cantón Saraguro
Elaborado por: el Autor*

3.3 Análisis del mercado actual

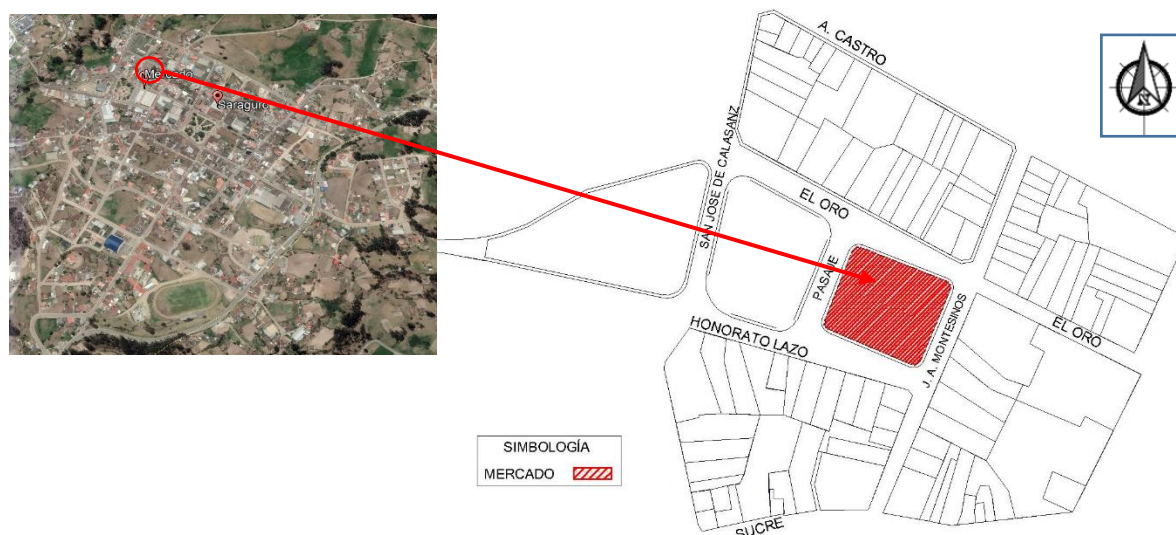
El cantón Saraguro, cuenta con un único mercado que es un punto de conexión entre la ciudad de Loja y Cuenca, por lo que se convierte en un lugar estratégico para el intercambio comercial ya que el mercado se encuentra ubicado en el centro urbano y se convierte en el principal equipamiento que permite realizar la venta de productos locales o los que vienen de otras regiones.

3.3.1 Ubicación

El mercado actual del cantón Saraguro, se encuentra ubicado en el casco urbano en las calles Juan Antonio Montesinos, El Oro, Pasaje y Honorato Lazo. Debido a que es el único mercado se convierte en el principal equipamiento que realiza los intercambios comerciales, ya sea en el área local o en otras partes del Ecuador.

El actual mercado municipal de Saraguro, se encuentra implantado en un terreno con un área de 2723.45 m², con una pendiente negativa del 4% distribuidos en dos bloques separados que se encuentran a diferentes niveles debido a la topografía del terreno.

Mapa 8 Ubicación del actual mercado de Saraguro



*Fuente: Plano predial del Cantón Saraguro
Elaborado por: el Autor*

3.3.2 Antecedentes históricos del mercado actual

El mercado municipal de Saraguro fue construido en el año de 1976, por parte de una agrupación de pobladores del Cantón y fue dirigido por primera vez, por las mismas personas que tuvieron la iniciativa de generar este centro de abasto.

En el 1980, el mercado pasa a ser propiedad del GAD municipal de Saraguro, el cual es el encargado de su administración y mantenimiento ya que no cuentan con una administración dentro del mercado. Los delegados encargados son: Comisario Municipal y el inspector de servicios municipales, para así tener el equipamiento en óptimas condiciones.

Ilustración 30 Mercado antiguo de Saraguro



*Fuente: Saraguro pedacito de cielo imágenes antiguas
Elaborado por: el Autor*

En 1989, el mercado tuvo su primera intervención arquitectónica en donde se modificó algunos puestos de venta, se construyó un segundo bloque porque no existía un orden en cada una de sus zonas y no podían exhibir sus productos; en el 2006; tuvo su segunda intervención donde se construyó baterías sanitarias y se implementó de cerámica los pisos, gradas y se realizó el cambio de su cubierta en ambas ocasiones puesto que el actual Mercado ya cumplió su vida útil.

La intervención que se realizó en el mercado, fue más de carácter constructivo, ya que se trató de dar solución a las fallas constructivas que se generaron debido al factor tiempo y a la falta de recursos económicos; es así que no ha existido alteraciones y avances en su parte funcional y formal, por lo que actualmente es eminente la problemática anteriormente mencionada.

3.3.3 Situación del estado actual del mercado de Saraguro

El actual mercado, es el único centro de intercambio comercial ya sea de productos de la zona, como también de productos que provienen de otras regiones del país. La edificación utiliza el área total del terreno que consta de un área de 2723.45m², con un frente de 56.54m al norte, 56.39 al sur, 48.38 al este y 48.22 al oeste; además el actual mercado como ya se

explicó en la problemática carece de espacio para el desarrollo de actividades socioculturales y servicios debido a la falta de planificación en su diseño.

A continuación, en la valoración del equipamiento se puede observar una ficha informativa del estado actual del mercado municipal, en el cual se valora diferentes ámbitos y condiciones físicas de la edificación.

3.3.4 Valoración del mercado municipal de Saraguro

En la presente valoración aplicada a la actual infraestructura comercial del cantón Saraguro se ha considerado analizar estado de conservación de los elementos constructivos aplicando el método del regionalismo crítico, basado en parámetros de diseño y funcionamiento, incluyendo el territorio y las actividades que se desarrollan fuera del equipamiento comercial y nos ayudan a identificar el estado general de la edificación tomadas del método para determinar los tipos de intervención constructiva en edificaciones, el plan de Ordenamiento territorial del cantón Saraguro, Ordenanzas de Gestión Urbana Territorial del Ecuador y Normas INEN.

A continuación, para conocer los elementos que conforman la edificación se elaboran fichas en donde se identifican las características importantes de los elementos y en qué condiciones se encuentran para tener un mejor conocimiento de estos elementos que conforman la edificación.

Los elementos encontrados son: Mampostería, vigas, columnas, revestimientos, pisos, escaleras, cubierta (estructura, entechado) puertas, instalaciones eléctricas y sanitarias, etc. En la presente valoración se evaluarán 5 elementos para identificar el estado actual del mercado.

Para realizar este tipo de evaluación, se realiza una observación, la evidencia fotográfica y medidas, porque el objetivo de la observación es la comprobación del fenómeno que se tiene a la vista para evitar los errores existentes con diversos grados de generalidad y complejidad.

La observación es, por tanto, un instrumento exploratorio básico para el logro empírico de nuestros objetivos y constituye uno de los aspectos importantes del método científico.

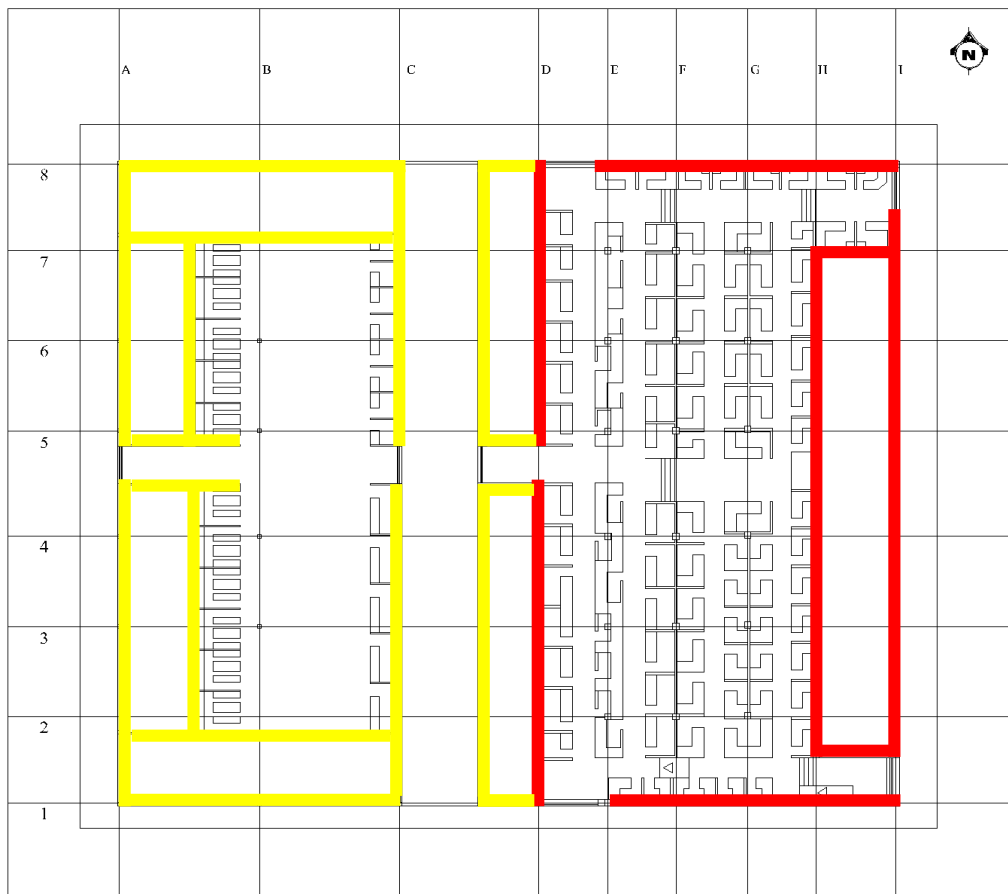
La valoración inmobiliaria debe ser considerada como una ciencia interdisciplinaria que requiere de mucha información, conocimiento y de un análisis de valores de oferta en el mercado, métodos y técnicas de valoración para procesar datos y llegar a establecer el valor de un determinado bien inmueble, es por eso que se utilizaran tres instancias para valorar el estado de conservación como son:



BUENA: El elemento está en buenas condiciones no presenta riesgos

REGULAR: Aparece carencias que disminuye el sistema de seguridad, sin llegar a peligro eminente.

MALA: El elemento presenta una fuerte gravedad donde pierde su identidad y condiciones básicas, ya no soporta las condiciones para las que fue realizado.

FICHA DE ESTADO DE CONSERVACION DE ELEMENTOS ENCONTRADOS												
ELEMENTO:		MAMPOSTERÍA										
MATERIALES	Tierra	Madera	Ladrillo	Vidrio	Hierro	Hormigón	Aluminio	Tuvo de pvc	Cable solido	Bloque	Piedra	Pintura
											X	X
	DESCRIPCIÓN DEL ELEMENTO											
	La mampostería que se encuentra en la edificación sostiene parte de la estructura ya que fue construida en piedra y se encuentra en buen estado, mientras que la mampostería realizada en bloque está deteriorada presentando humedad y grietas.											



SIMBOLOGIA							
		Piedra					
		Bloque					
ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ELEMENTO MANPOSTERIA							
UBICACION	ESTADO	Eje 1-4	Eje 4-8	Eje A-D	Eje D-I	TOTAL	%
Planta Baja	Bueno	24m	30m		80m	134m.	33%
	Regular	8m	7.4 m	44.50m		59.9 m.	15%
	Malo	50m	45.2m	117m		212.2m	52%
TOTAL PARCIAL						406.1m	100%

FICHA DE ESTADO DE CONSERVACION DE ELEMENTOS ENCONTRADOS												
ELEMENTO:		VIGAS										
MATERIALES	Tierra	Madera	Ladrillo	Vidrio	Hierro	Hormigón	Aluminio	Tuvo de pvc	Cable solido	Bloque	Piedra	Pintura
		X			X	X						
DESCRIPCIÓN DEL ELEMENTO												
Las vigas que se encuentra en la edificación sostiene parte de la estructura ya que fue construida en madera, pero con el paso del tiempo se fueron realizando intervenciones en su estructura y se encuentra en buen estado, mientras que el bloque que no ha sido intervenido se encuentran todos sus elementos en estado de deterioro y se encuentran colapsando.												



SIMBOLOGIA



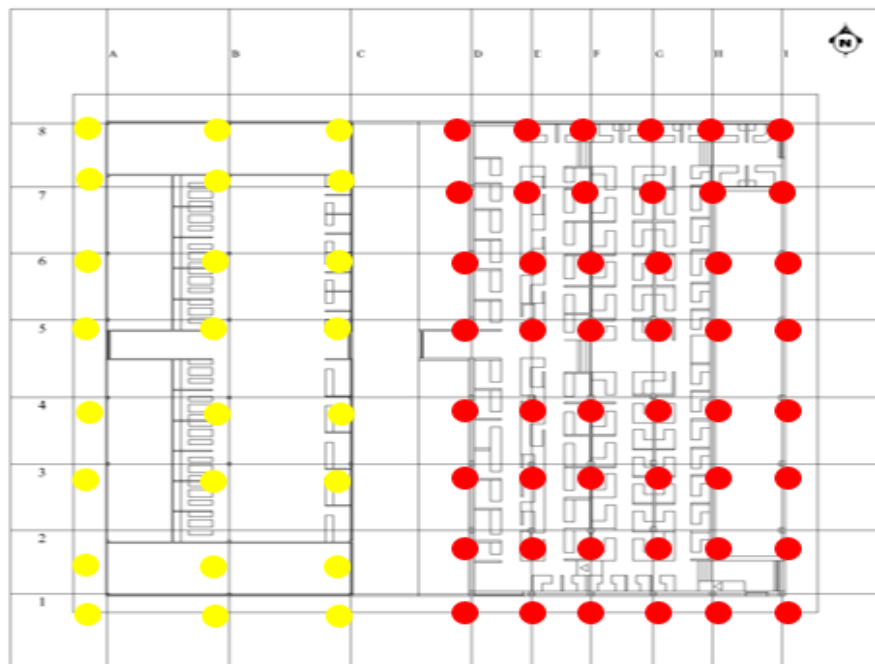
Metal





Madera

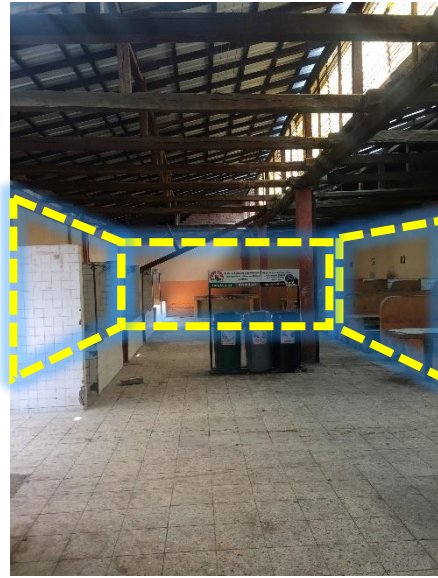
ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ELEMENTO VIGA							
UBICACION	ESTADO	Eje 1-4	Eje 4-8	Eje A-D	Eje D-I	TOTAL	%
Planta Baja	Bueno	96m	96m		270m	462m.	62%
	Regular						
	Malo	72m	72m	135m		279m	38%
TOTAL PARCIAL						741m	100%



FICHA DE ESTADO DE CONSERVACION DE ELEMENTOS ENCONTRADOS												
ELEMENTO:		COLUMNAS										
MATERIALES	Tierra	Madera	Ladrillo	Vidrio	Hierro	Hormigón	Aluminio	Tuvo de pvc	Cable solido	Bloque	Piedra	Pintura
						X	X					
	DESCRIPCIÓN DEL ELEMENTO											
	Las columnas que se encuentra en la edificación sostienen la estructura de las dos zonas, en el primer bloque contamos con 48 columnas que se encuentra en buen estado, mientras que en el segundo bloque posee 24 columnas que se encuentran en estado de deterioro por la humedad fueron perdiendo su resistencia.											



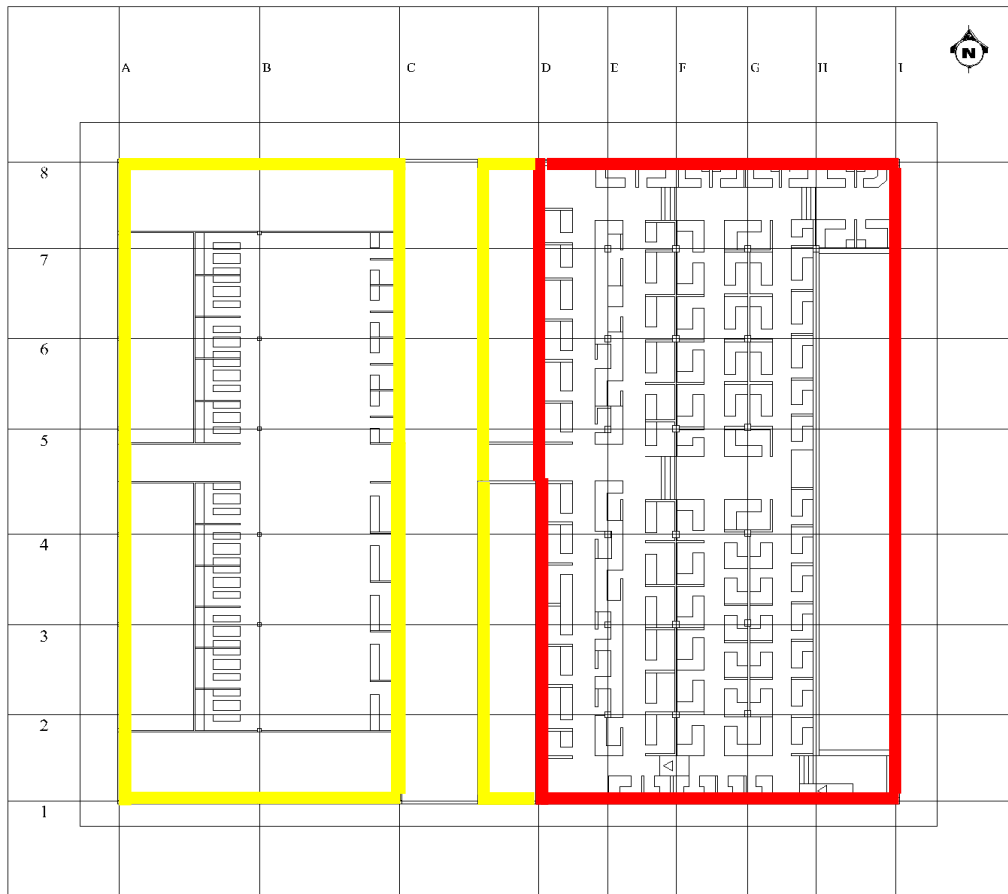
IMBOLOGIA							
		Columnas bloque 1					
		Columnas bloque 2					
ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ELEMENTO COLUMNAS							
UBICACION	ESTADO	Eje 1-4	Eje 4-8	Eje A-D	Eje D-I	TOTAL	%
Planta Baja	Bueno			8	40	48	67%
	Regular					.	
	Malo	12	12			24	33%
TOTAL PARCIAL						72	100%



FICHA DE ESTADO DE CONSERVACION DE ELEMENTOS ENCONTRADOS												
ELEMENTO:		REVESTIMIENTO										
MATERIALES	Tierra	Madera	Ladrillo	Vidrio	Hierro	Hormigón	Aluminio	Tuvo de pvc	Cable solido	Bloque	Piedra	Pintura
											X	X
	DESCRIPCIÓN DEL ELEMENTO											
	El revestimiento de la mampostería de bloque y piedra que se encuentra en la edificación está deteriorada por factores climáticos ya que presenta fisuras, humedad y desprendimiento en algunos sectores del bloque 2 por el colapso de la cubierta.											



SIMBOLOGIA							
		Piedra					
		Bloque					
ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ELEMENTO REVESTIMIENTO							
UBICACION	ESTADO	Eje 1-4	Eje 4-8	Eje A-D	Eje D-I	TOTAL	%
Planta Baja	Bueno						
	Regular	65m	78m		40m	183 m.	51%
	Malo	50.6m	65m	75m		190.6m	49%
TOTAL PARCIAL						373.6m	100%

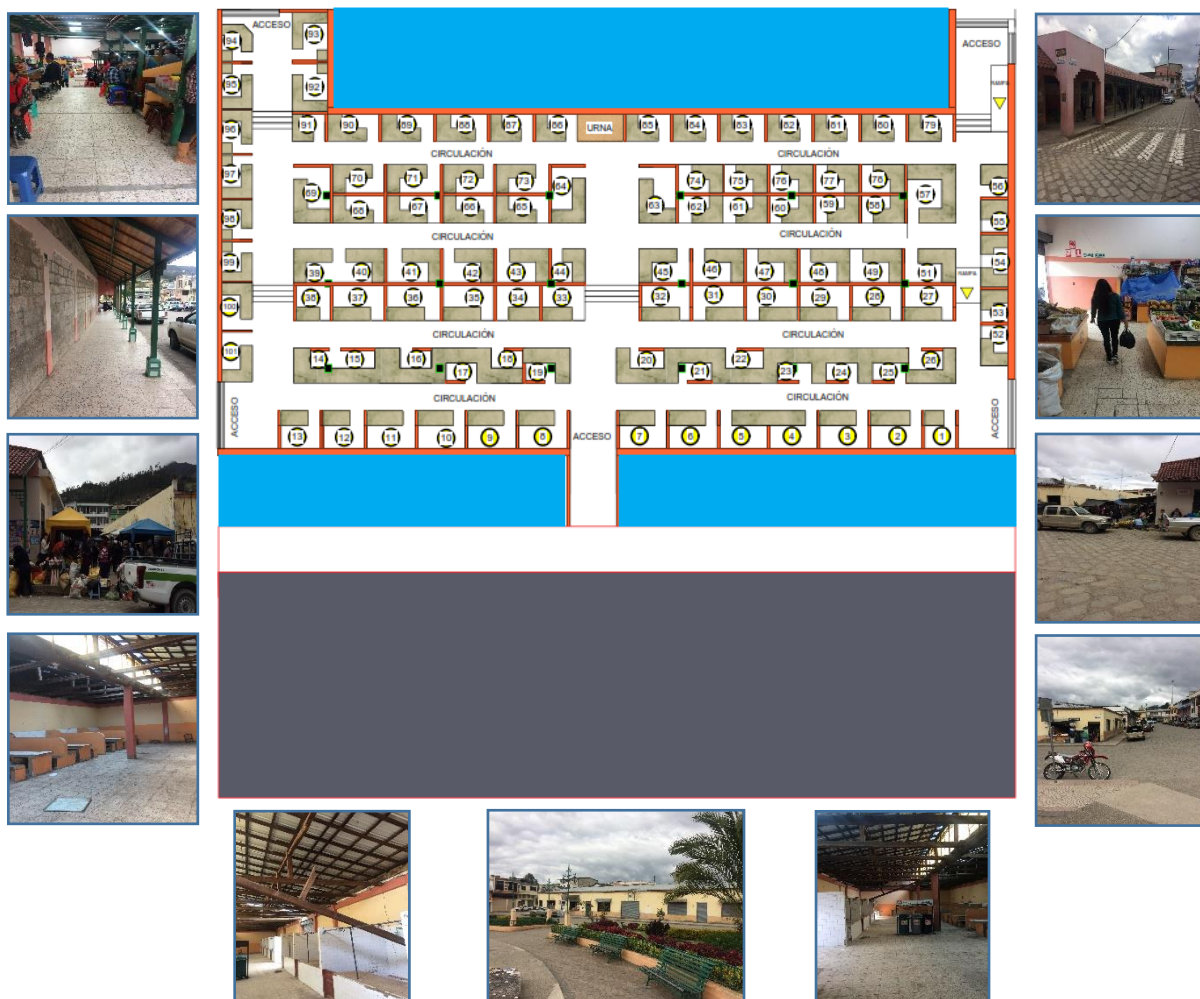
FICHA DE ESTADO DE CONSERVACION DE ELEMENTOS ENCONTRADOS												
ELEMENTO:												CUBIERTA
MATERIALES	Tierra	Madera	Ladrillo	Vidrio	Hierro	Hormigón	Aluminio	Tuvo de pvc	Cable solido	Bloque	Piedra	Pintura
		X			X							
	DESCRIPCIÓN DEL ELEMENTO											
	La cubierta que se encuentra en el bloque 1 de la edificación al ser intervenida en dos ocasiones se encuentra en buen estado, mientras que la cubierta del bloque 2 está deteriorada presentando humedad y grietas que han afectado la estructura de madera.											



SIMBOLOGIA							
		 Madera					
		 Metal					
ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ELEMENTO CUBIERTA							
UBICACION	ESTADO	Eje 1-4	Eje 4-8	Eje A-D	Eje D-I	TOTAL	%
Planta Baja	Bueno	445m ²			620m ²	1065m ²	52%
	Regular	71m ²		99m ²		170m ²	8%
	Malo	348m ²	485m ²			833m ²	40%
TOTAL PARCIAL						2068m²	100%

3.3.4.1 Plano de estado de conservación del mercad

Mapa 1 Estado de conservación del mercado



Elaborado por: el Autor

3.3.5 Conclusión estado de conservación.

El análisis de la valoración permitió identificar el tipo de intervención constructiva que se va a realizar en la edificación que se encuentra ubicada en una zona con valor cultural y con el estudio del contexto nos facilita reconocer zonas con valores culturales, esta intervención tiene por objeto devolver el valor que han perdido tanto el inmueble como los espacios urbanos a causa de la naturaleza o del hombre.

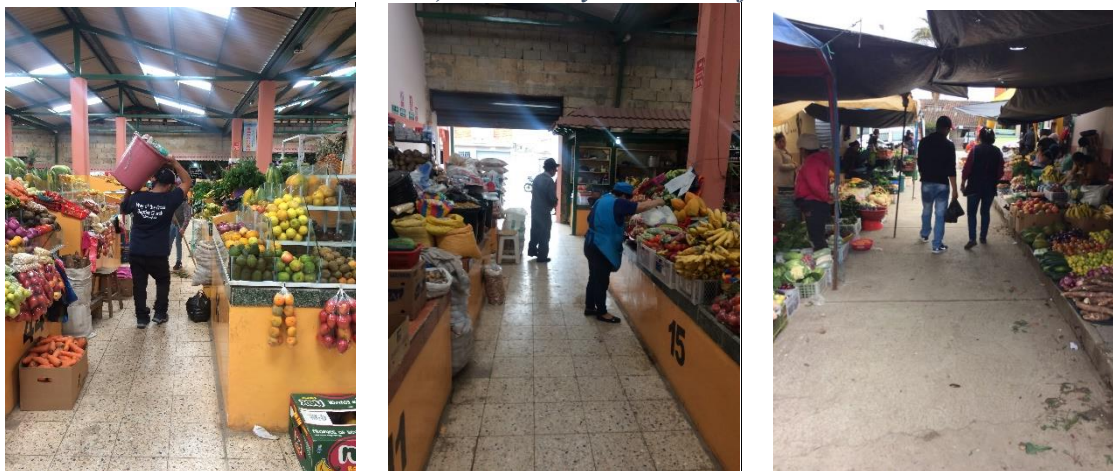
El ambiente incide directamente en el aceleramiento del deterioro de los inmuebles, quedando demostrado a partir del análisis de cada una de las lesiones presentes en la edificación y su consiguiente deterioro a lo largo de los años.

La infraestructura del mercado municipal de Saraguro tiene 50 años de construcción, fue creado para satisfacer las necesidades de ese tiempo, sin embargo, no se planteó ningún tipo de proyección futura, para una posible ampliación por lo que en la actualidad no funciona adecuadamente, ya que no posee los espacios requeridos por un mercado contemporáneo. Actualmente, no cuenta con ciertas áreas fundamentales que deben tener estos equipamientos que se dedican a la comercialización de productos ya que no cuentan con buenos servicios eléctricos ni sanitarios, área de limpieza, área de carga y descarga, bodegas, estacionamiento de vehículos, cuarto frío, enfermería, guardería y sus puestos de ventas son inadecuados para expender sus productos por sus áreas reducidas y muchos de los comerciantes utilizan las áreas de circulación para colocar su mercadería, esto se da, porque carecen de una buena organización tanto dentro, como fuera del mercado, debido a la mala administración del Mercado Municipal de Saraguro.

3.3.6 Comercio

El comercio se lo realiza todos los días de la semana en el actual mercado o en las ferias libre. En la parte comercial existen grupos que se dedican al comercio formal especialmente en el mercado o en locales comerciales aledaños estos pueden ser alquilados o propios dependiendo de las condiciones de cada persona, otro grupo se dedica al comercio informal, donde los que realizan esta actividad, son muy reducidos, aunque se encuentran alrededor del mercado algunas veces obstaculizando el paso peatonal.

Ilustración 31 Comercio en el Mercado, Feria Libre y Comercio Informal



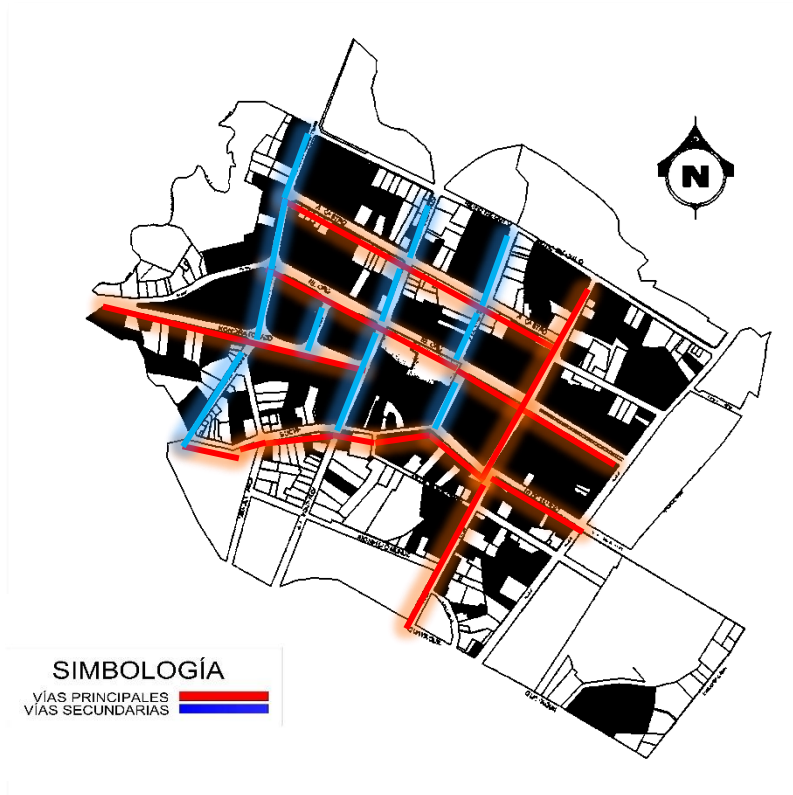
*Fuente: el autor
Elaborado por: el Autor*

3.3.7 Sistema vial

Los diferentes accesos al mercado son, por las calles el Oro y la calle Honorato Lazo, que son vías principales también contamos con las vías secundarias, como son: Juan Antonio Montesinos y Pasaje, teniendo en cuenta que la vía Honorato lazo y el Oro, se unen con la vía principal.

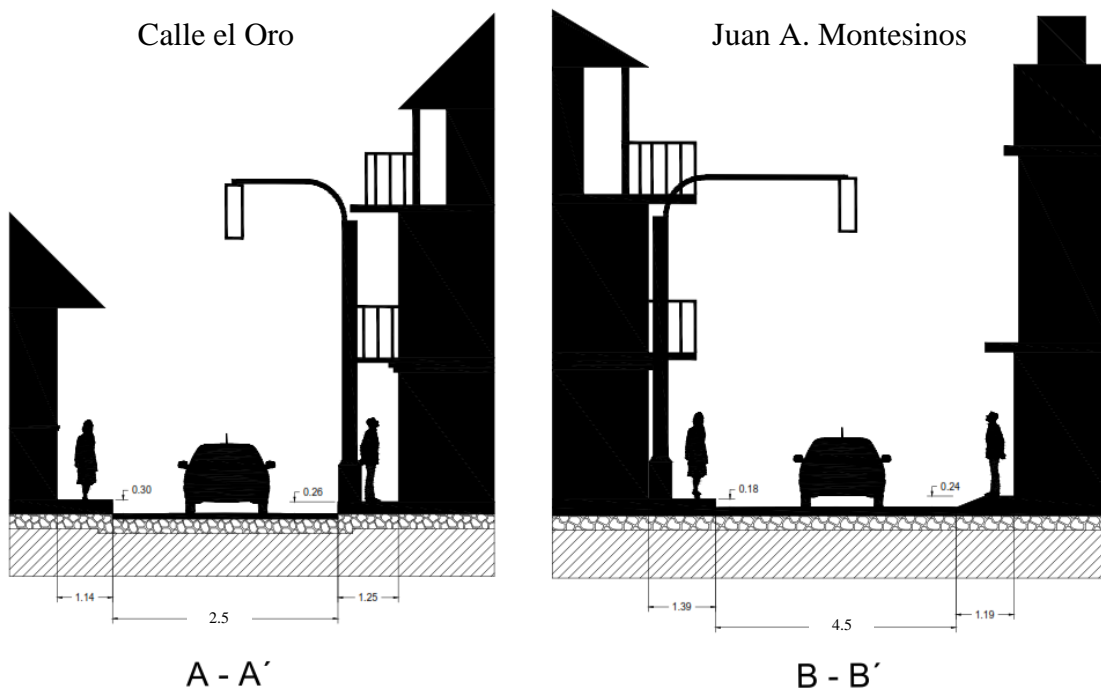
Los anchos de las vías son de 4.50 la calle Juan Antoni Montesinos y la calle el oro de 2.50, ya que se encuentra en el bulevar, es por eso su tamaño la calle Honorato lazo, que es la más amplia con una distancia de 8 m y es ahí donde los vehículos de carga y descarga se estacionan.

Mapa 9 Sistema Vial

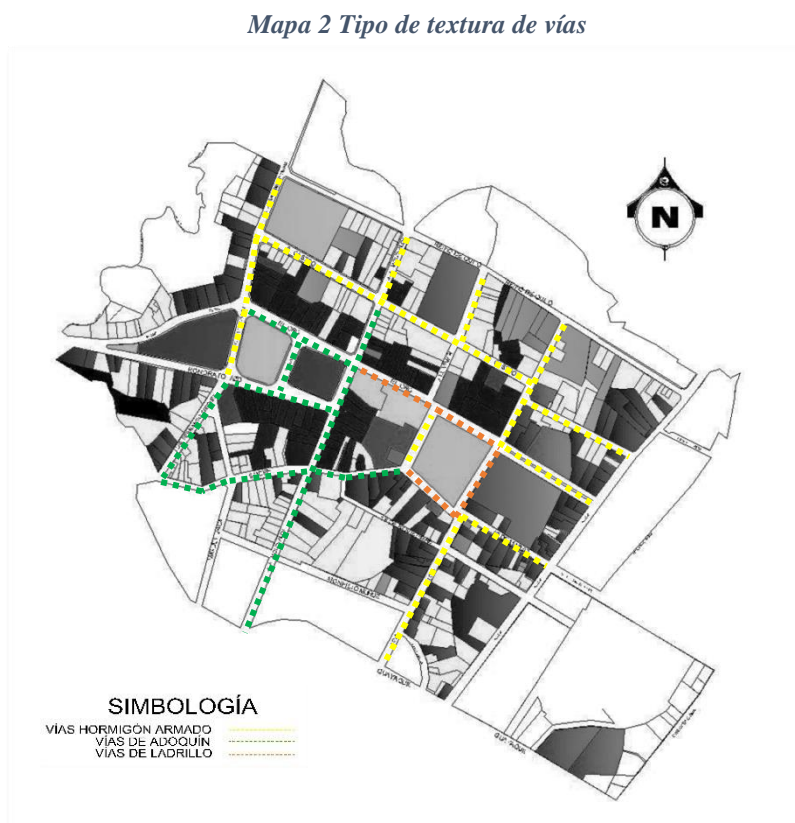


Fuente: plano predial de Saraguro
 Elaborado por: el Autor

Ilustración 32 Cortes de Vías



La mayor parte de las calles del centro urbano se encuentran en buen estado, algunas de estas poseen un sistema de adoquinado, ladrillos de hormigón, y otras utilizan el hormigón armado, aunque la presencia de las lluvias tiende a deteriorar las vías. En el siguiente mapa podemos observar las calles que se encuentran con diferente textura.



*Fuente: plano predial de Saraguro
Elaborado por: el Autor*

Como se puede apreciar en el plano de texturas de piso, en la mayor parte de las calles del centro de la urbe, son de Hormigón Armado, y poseen aceras y bordillos, mientras que el resto de calles ubicadas en las periferias, no cuentan con estos servicios y beneficios.

3.3.8 Sistema de recolección de basura

El sistema de recolección de Basura en el centro urbano del cantón Saraguro, se realiza a través de un camión implementado para este tipo de actividad que pertenece a la

municipalidad de este cantón y eso se lo realiza, todos los días de la semana, por las diferentes parroquias del cantón.

Según ordenanza municipal, los días y el horario de la recolección de basura, es el siguiente:

Tabla 8 Recolección de basura

Días de recolección de basura	Tipo de basura	Horario
Lunes	Inorgánica	14h00 – 17h00
Martes	Orgánica	14h00 – 17h00
Miércoles	Inorgánica	14h00 – 17h00
Jueves	Orgánica	14h00 – 17h00
Viernes	Inorgánica	14h00 – 17h00
Sábado	Orgánica	13h00 – 17h00

*Fuente: Plan de desarrollo y ordenamiento de Saraguro
Elaborado por: el Autor*

3.3.9 Zonificación del mercado actual

Mapa 3 Zonificación del mercado



*Fuente: Plano predial de Saraguro
Elaborado por: el Autor*

3.3.9.1 Estudio de áreas del actual equipamiento

Tabla 9 Estudio de áreas

Áreas de la edificación	
Área del terreno	2741.12 m ²
Área bloque 1	1236.46 m ²
Área bloque 2	833.75 m ²
Zona húmeda	217.53 m ²
Zona semi-húmeda	382.28 m ²
Zona seca	792.81 m ²
Área de circulación	1113.28 m ²
Área de aceras	670.90 m ²

Elaborado por: El autor

Con las dos intervenciones que se realizaron en la actual infraestructura, continúa presentando la misma distribución y circulaciones, tanto en su interior, como en su exterior. Así también se puede evidenciar que existe carencia de servicios públicos, como son zonas de servicios higiénicos, patio de comidas, control sanitario, áreas de recreación, área administrativa, etc.

El mercado municipal de Saraguro, cuenta con 101 puestos de venta, todos distribuidos ortogonalmente de manera desordenada, ya que todos los productos se encuentran en un mismo puesto, es decir, no existe una buena zonificación de las áreas de venta, y muchos de estos puestos, sufren adaptaciones o alteraciones en su uso, y no están siendo utilizados de manera organizada en cuanto al producto que se va a consumir.

En la siguiente imagen, se puede apreciar que el puesto ubicado en una esquina del mercado era destinado para la venta de víveres, y en la actualidad este puesto está siendo utilizado como un área para venta de comida; por eso es necesario que exista un patio de comidas, donde puedan tener relación, en cuanto al tipo de servicio que prestan.

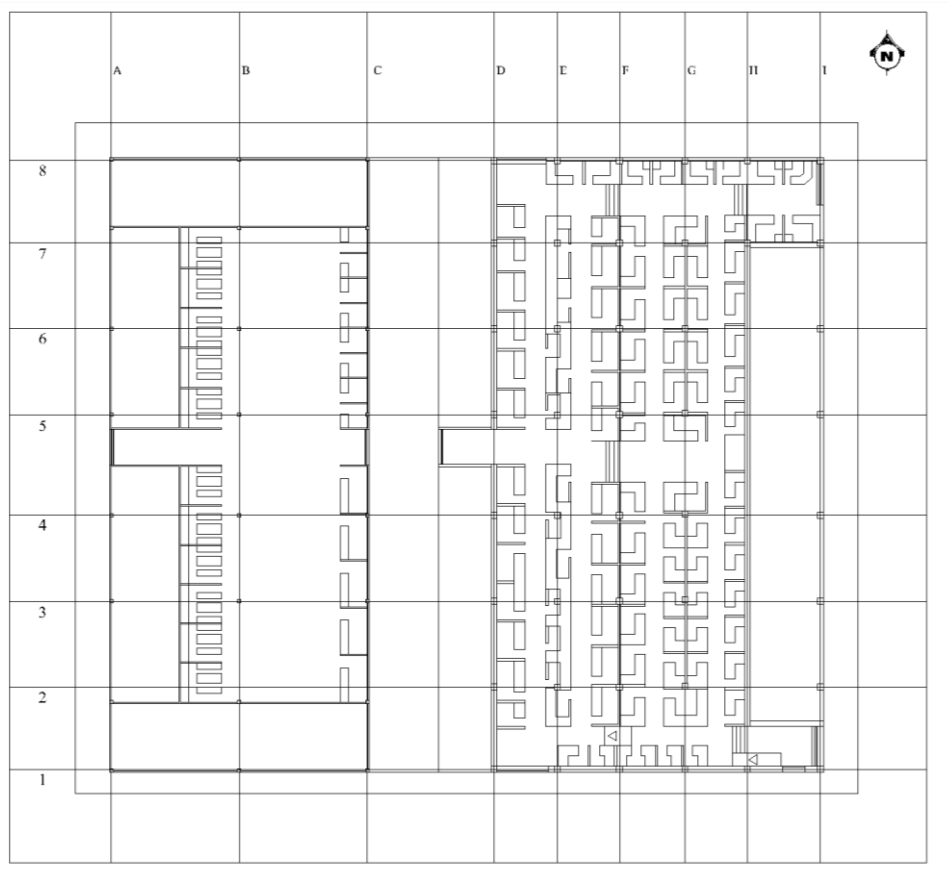
Ilustración 33 Puesto exterior que se dedica a la venta de comida



*Fuente: Plano predial de Saraguro
Elaborado por: el Autor*

3.3.10 Análisis funcional arquitectónico

Mapa 4 Plano arquitectónico del mercado de Saraguro



*Fuente: Planta arquitectónica del mercado que se encuentra en funcionamiento
Elaborado por: el Autor*

El mercado municipal de Saraguro, cuenta con una sola planta en la cual están distribuidos los diferentes ambientes para la comercialización de los productos, también se puede apreciar en la planta que este equipamiento es de forma rectangular, pero con circulaciones centrales en forma de cruz, que permite a los usuarios mayor movilidad en el interior del mercado, aunque los espacios de circulación son, de 1.20 m, que es muy reducido, para la cantidad de personas que visitan el centro de abasto.

Los diferentes accesos del mercado, se encuentran ubicados en las cuatro fachadas de la edificación, que permiten las circulaciones en sentido longitudinal y transversal, ya que no poseen un acceso principal, donde las personas no puedan acceder libremente, las puertas de entrada o salida, tienen una dimensión de 2.50m y 2.00m, lo que permite la conexión bien fluida entre interior con el exterior.

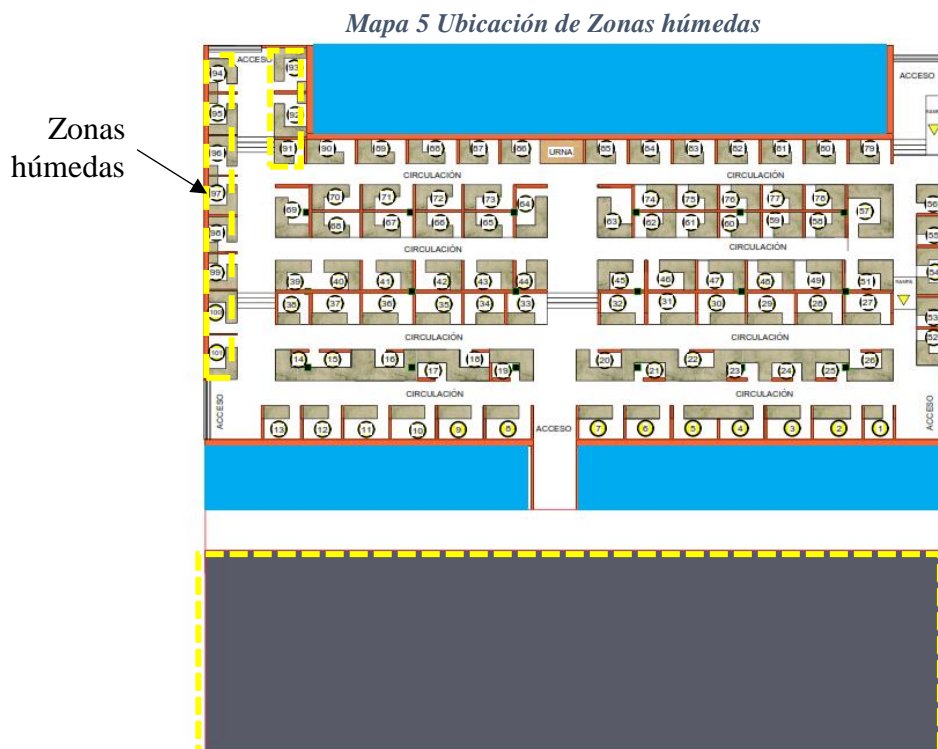
Los puestos de venta se encuentran distribuidos de forma horizontal y vertical, cuya forma rectangular, permite ordenar cada una de las zonas del mercado en las cuales existen diferentes tipos de puestos, debido a la proporción del espacio y servicios que prestan cada uno de ellos.

A continuación, se realiza un análisis del mercado por sus zonas de venta.

3.3.10.1 *Área húmeda*

En esta área, se considera todos los puestos que se venden productos que necesitan ser limpiados y que requieren refrigeración, tales como, locales de comida, área de jugos, carne, mariscos y embutidos. En el actual mercado, el área para la venta de comida y de las carnes, se encuentran en malas condiciones, por lo que estos servicios fueron trasladados a otro equipamiento para que puedan trabajar de mejor manera, los cuales cuenta con 26 puestos utilizados en la venta de estos productos, de los cuales 10 son para la venta de cárnicos, y los

otros 16, para la venta de comida, habida cuenta que estos se encontraban en parte que está en proceso de deterioro.

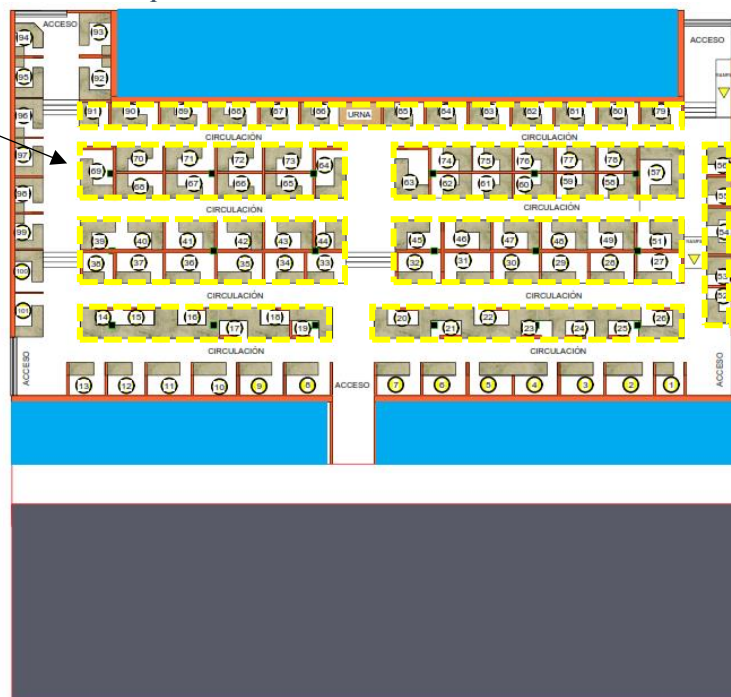


3.3.10.2 Área semi-húmeda

En esta parte del mercado, en el área semi-húmeda, se encuentran los puestos de ventas de: frutas, verduras y legumbres; estos espacios son los que más ocupan área dentro del equipamiento, por lo que son los productos que más se comercializan. Estas zonas se encuentran en condiciones regulares ya que todavía los comerciantes pueden realizar sus ventas, aunque no posean las comodidades necesarias en total contamos con 77 puestos que se dedican al expendio de los productos que los usuarios más consumen.

Mapa 6 Ubicación de Zonas semi-húmedas

Zonas semi-húmedas



Fuente: Planta arquitectónica del mercado de Saraguro
Elaborado por: el Autor

3.3.10.3 Área seca

En esta área se encuentran ubicados las zonas donde los productos no necesitan de instalaciones para conservarlos. En el interior del mercado existen 13 puestos de venta de harinas y granos secos y los 14 puestos, que se encuentran en la parte exterior son de uso comercial para así el mercado tenga una equidad en cuanto a las zonas que debe poseer un centro de abastos.

Mapa 7 Ubicación de las zonas secas

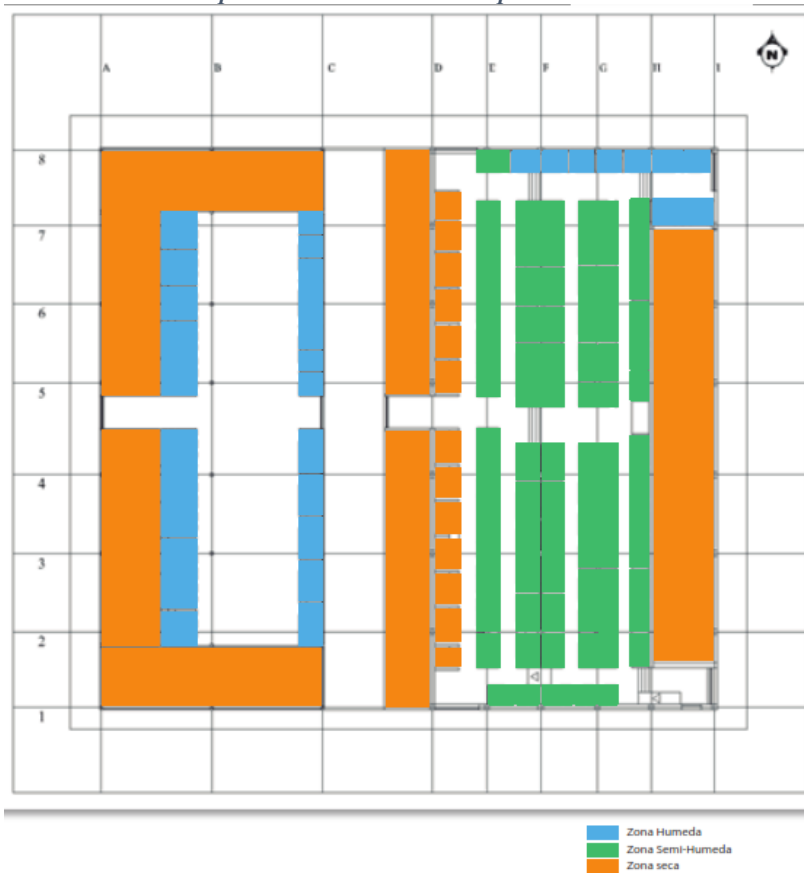
Zonas secas



Fuente: Planta arquitectónica del mercado de Saraguro
Elaborado por: el Autor

3.3.10.4 Análisis de espacios y de áreas

Mapa 8 Ubicación de Zonas por servicios



Elaborado por: el Autor

El mercado de Saraguro, se divide en tres zonas distribuidas en sus dos bloques sin ningún orden, con la finalidad de entender el proyecto que luego será indispensable para conseguir los objetivos de esta investigación.

Zona húmeda: Se encuentran espacios como venta de carnes, comedores, juguería y área de lavado.

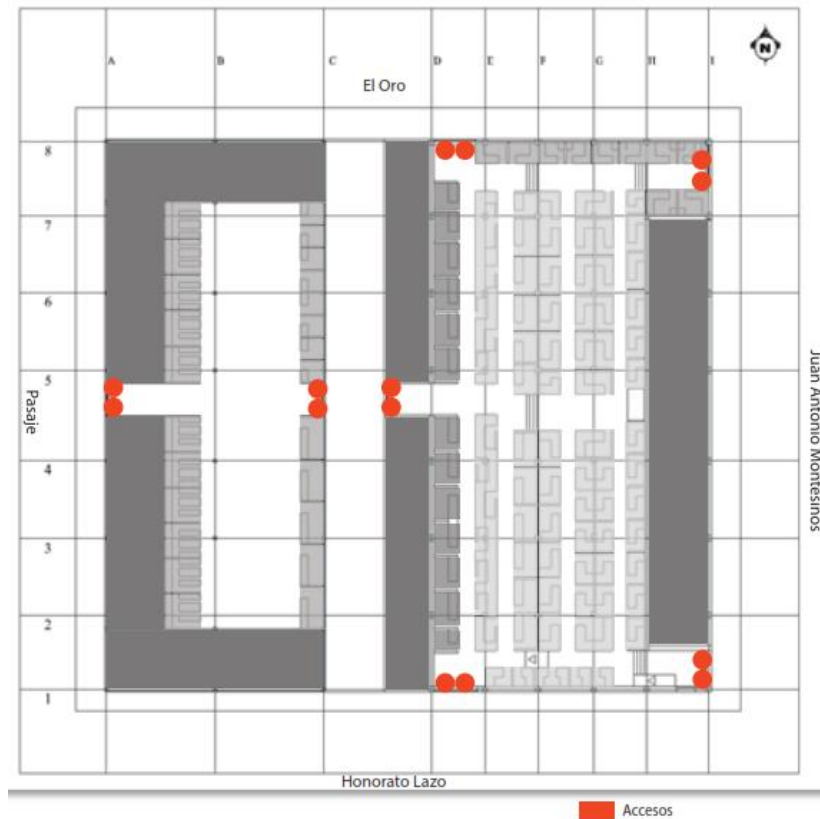
Zona semi-húmeda: Se encuentran espacios donde venden verduras, frutas, queso, lácteos.

Zona seca: Se encuentran espacios como abarrotes, bodegas, bisutería, ropa, oficinas.

La separación de estas tres zonas dentro de un mercado es necesaria para ordenar los espacios y que los compradores puedan realizar sus compras de una manera más fácil, garantizando la preservación de los alimentos y productos que ahí se venden, porque en el actual mercado de Saraguro, según el Mapa 8, podemos observar que existe una dispersión inadecuada de las zonas ya que la zona húmeda, semi-húmeda y seca, se encuentran en un mismo sector, ocasionando el mal funcionamiento del mercado. Existen 7 accesos en el mercado, 5 que se encuentran en el bloque 1 y 2 en el bloque 2, los dos principales en la calle Juan Antonio Montesinos y los tres accesos restantes en la calle El oro, Honorato lazo y 1 en la parte central que conecta con el bloque 2 el cual se integra con el mercado.

Los siete accesos son de 2,50 m, de ancho, no tienen un fácil acceso para personas con capacidades especiales, el cual, según normativas en equipamientos mayores, es obligatorio.

Mapa 9 Accesos al mercado municipal de Saraguro

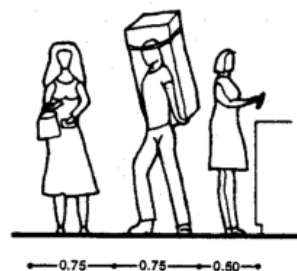


Elaborado por: el Autor

Las circulaciones del mercado son muy reducidas cuentan con una medida de 1.25m de ancho inadecuadas para que los consumidores y compradores e impedidos de poder circular fácilmente, además, el desnivel del terreno, ha provocado la construcción de gradas y de esta manera, se impide el acceso a personas con movilidad reducida por la no existencia de rampas.

Según las normas INEN las circulaciones dentro de un mercado deben ser de 2 metros como mínimo, para que las personas puedan realizar sus compras y así mismo, circular libremente.

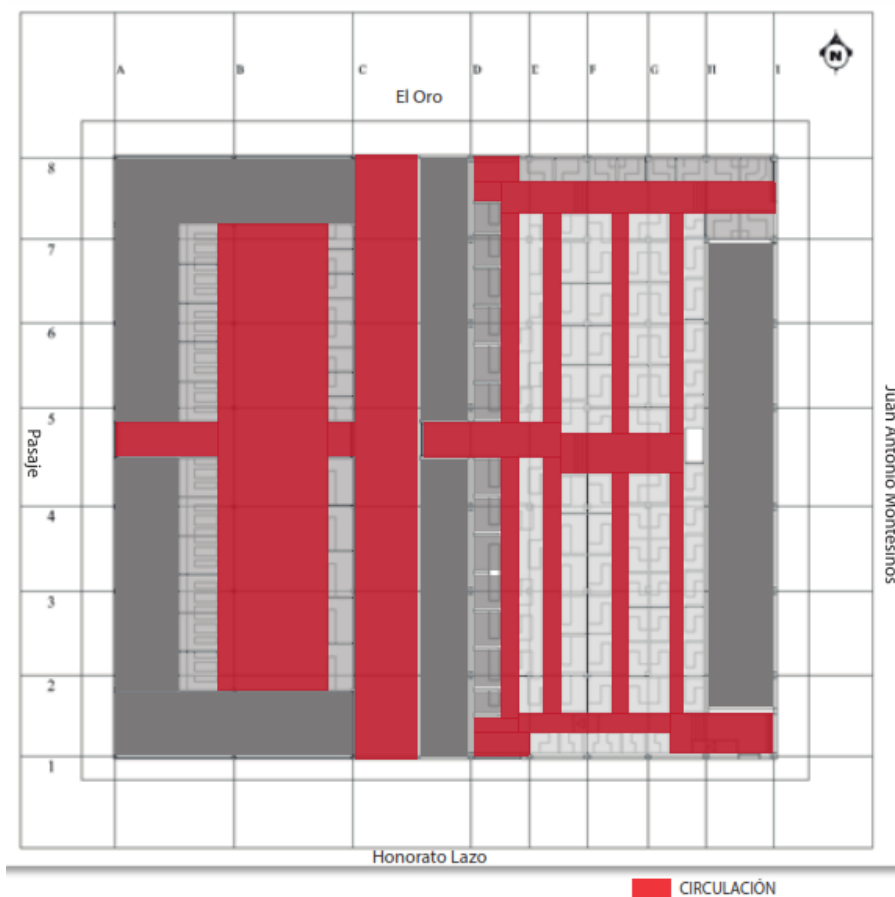
Ilustración 34 Circulación en un mercado



Fuente: NTE INEN2687:2013

Elaborado por: el Autor

Mapa 10 Circulación interna



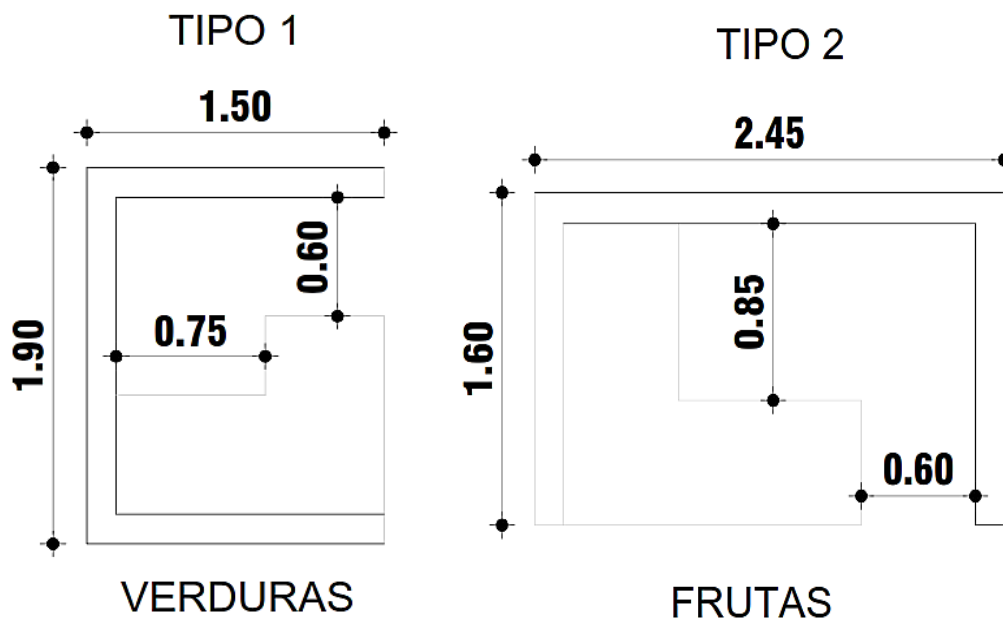
Elaborado por: el Autor

3.3.10.5 Puestos de ventas según su área

El mercado municipal de Saraguro, cuenta con 4 diferentes tipos de puestos en la parte interna, el primer tipo, corresponde a las verduras; con un área de 2.85 m² espacio insuficiente para que los comerciantes puedan realizar sus actividades correctamente; el segundo, tipo de puesto son las frutas con un área de 3.92 m² espacio que se considera adecuado para la venta de frutas: el tercer tipo son, los puestos de comida con un área de 7.25 m² espacio donde funciona la cocina y el comedor, considerado inadecuado para preparar los alimentos por su incomodidad para desarrollar esta actividad; y, el cuarto tipo son los puestos de carnes donde su área es de 3.42 m², ya que no cuentan con las medidas adecuadas para su funcionamiento. Es por eso que se ha tomado en cuenta las normas ecuatorianas de

construcción para analizar los espacios para que los mercados sean adecuados para los usuarios y vendedores.

Ilustración 35 Puestos de verduras y frutas

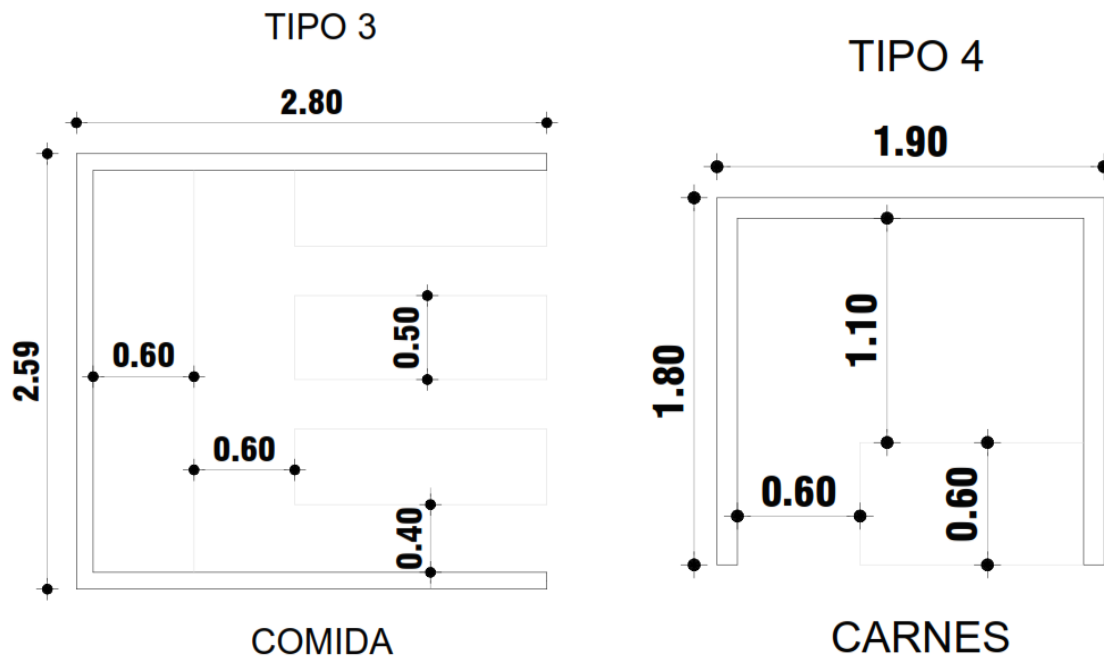


Elaborado por: el Autor

Los puestos de verduras y frutas, se encuentran en el bloque 1 que aún está en funcionamiento y por la falta de espacio en los puestos de ventas, los comerciantes utilizan parte de la circulación para colocar su mercadería, obstaculizando la movilidad de los usuarios, debido a que existen más puestos de ventas que vendedores han optado por utilizar más de un puesto para expender sus productos.

Según las normas INEN, los puestos de las verduras deben tener un área de 6.25 m² y el puesto de las frutas 7.50 m², que son las adecuadas para la venta de productos.

Ilustración 36 Puestos de comida y carnes



Elaborado por: el Autor

Los puestos de comida y carnes se encuentran en el bloque 2, disponen de un área de trabajo insuficiente para que los vendedores puedan desarrollar las diferentes actividades porque necesitan un giro adecuado dentro de los puestos de ventas y no se puede dar por la falta de

espacio, ya que no pueden colocar mobiliario que les permita ordenar y poner a la vista sus productos y mantenerlos en buenas condiciones.

Según las normas INEN, los puestos de carnes deben tener un área 8.50 m², que deben tener cámaras frías y el patio de comidas, por cada local debemos tener un área de 20 m² con mobiliario.

3.3.10. Síntesis del diagnóstico

En la etapa de diagnóstico estudiado se realizó una síntesis con el fin de determinar las variables para así definir los criterios y estrategias para desarrollar la propuesta arquitectónica final.

Tabla 10 Síntesis del diagnóstico

Síntesis del diagnóstico	
Medio geográfico	<p>En cuanto al medio geográfico realizada la síntesis aporta en el diseño ya que no solo sirve para armonizar el lugar, sino que también se puede desarrollar un ambiente más confortable, con una buena oxigenación del aire ya que conjuntamente con el parque que se encuentra junto al mercado, se puede lograr una vinculación entre los dos ambientes considerando los tipos de vegetación y los espacios donde las personas puedan tener una cohesión social ya sea dentro o fuera del mercado.</p>
Medio urbano	<p>En cuanto al medio urbano, la zona donde se encuentra implantado el mercado, es de uso comercial, y es ahí donde el mercado es el principal equipamiento en donde se desarrolla la mayor actividad económica por lo que tenemos accesibilidad al mercado por los distintos puntos de la ciudad y que se les hace mucho más fácil llegar a todas las personas, sin utilizar vehículos si no que lo pueden visitar caminando.</p>

Valoración arquitectónica

La valoración arquitectónica del mercado, nos da como resultado un análisis de cómo se encuentra actualmente este centro de abasto ya que sus fachadas no cuentan con ningún revestimiento, fueron elaboradas de piedra, hasta la actualidad no ha sufrido ningún tipo de grieta ni desplomes, es por eso que se las debe conservar para realizar la intervención arquitectónica teniendo en cuenta todos los materiales que se utilizaron y los que se van a implementar, asimismo no cuenta con circulaciones adecuadas la falta de accesibilidad a personas con capacidades especiales y no hay un orden en cuanto a sus zonas de ventas que todas se encuentran en un mismo espacio ya este proyecto se lo desarrollo en dos bloques, el que se construyó de piedra el que se utilizó bloque que se encuentra en estado de deterioro, por lo que se ha considerado la demolición de este bloque ya que su estructura no cumple con las normas de seguridad establecidas.

Desarrollo de encuesta

De las encuestas realizadas, se pudo determinar que las personas que frecuentan el mercado no se encuentran satisfechos con el espacio donde realizan sus actividades comerciales, ya que no cumple con las condiciones higiénicas adecuadas ni un orden en la venta de los productos, en cuanto a los vendedores, las condiciones en donde desarrollan sus actividades no son las adecuadas, ya que para recibir sus productos no cuentan con una área de carga y descarga, la falta de cámaras de frías para los productos cárnicos y sus espacios por donde circulan los usuarios, son muy reducidos ya que muchas de las veces los comerciantes

utilizan los pasillos para colocar sus productos ocasionando una inadecuada circulación.

3.3.11 Conclusión del diagnóstico del Mercado actual

Los problemas del mercado de Saraguro, se deben principalmente a la parte funcional, debido a circunstancias tales como que el diseño actual, no cumple con las necesidades de los usuarios por sus espacios muy reducidos. La circulación dentro del mercado, es un problema grave para los compradores y vendedores, por dificultad de movilidad conflictiva, también por la falta de rampas que permitan el acceso de las personas con capacidades especiales por lo que resulta difícil el ingreso al mercado.

Los puestos destinados para la venta de productos en el Bloque I y II, no cuentan con las medidas apropiadas para su correcto funcionamiento, según las NTE INEN 2687:2013, de mercados saludables, estos espacios son ineficientes para desarrollar las actividades comerciales.

Es indispensable entonces pensar en solucionar los problemas de salubridad del actual mercado, propender al mejoramiento de las baterías sanitarias, el área de carga y descarga, el área de lavado, el acceso del agua potable a los puestos que lo necesitan, y el manejo de los residuos sólidos, para mejorar las condiciones higiénicas del mercado de Saraguro. Además, se puede evidenciar que no existe una infraestructura en donde se puedan manejar todos los desechos sólidos que produce el centro de abastos.

Actualmente, el equipamiento se encuentra funcionando, pero no cumple con las condiciones necesarias que el cantón requiere, a pesar de que lleva 50 años de su existencia, además no cuenta con un área para una posible ampliación, por eso es precisa realizar una intervención arquitectónica del mercado para solucionar los problemas de funcionalidad, higiene,

movilidad y la implementación de áreas que son indispensables como son: enfermería, guardería, bodegas y la administración.

Saraguro, posee una producción agrícola del 65%, mayor a otras actividades primarias; pero por la falta de dinamismo económico dentro y fuera del mercado, no se puede entregar a la comunidad ese potencial, por eso es necesario y urgente contar con una infraestructura adecuada, que mejore los servicios comerciales que darían solución a esta problemática.

El resultado final del diagnóstico se muestra desfavorable para el actual Mercado Municipal de Saraguro, el valor mínimo que surge como respuesta a los parámetros analizados, ratifica los problemas que existen en la actual edificación, que además no se muestra factible para realizar una ampliación, puesto que del realizarlo, no se lograría cumplir con todas las necesidades, y surgiría un problema de inseguridad, al no contar con bases estructurales que soporten cargas mayores.

3.4 Desarrollo de la encuesta

Es una orientación hacia la investigación social, en cual, se busca la participación de los habitantes en el análisis de su propia realidad y de esta manera, iniciar la participación de las personas en beneficio de los partícipes de la investigación.

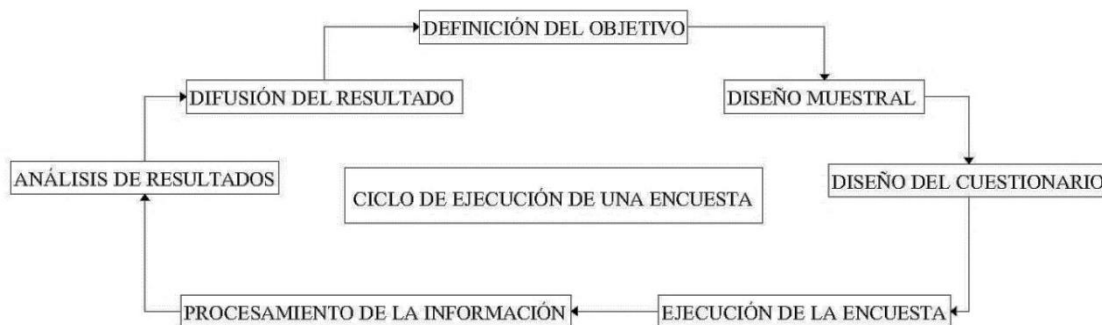
De esta manera, para que un proyecto sea factible, es necesario realizar una serie de investigaciones, en la que se involucre de manera directa el lugar donde se va a realizar dicha investigación, y así poder conocer sus necesidades y demandas más importantes. Una vez obtenido los datos proporcionados por la población, se podría lograr llevar a cabo un proyecto con mayor aceptación y satisfacción.

3.4.1 Encuesta

Antes de realizar la propuesta de un nuevo mercado, se debe realizar una serie de investigaciones, cuyos resultados, nos sirvan de base para desarrollar un proyecto adecuado y que cumpla con las necesidades de la población.

Para el diseño de las encuestas, los principales involucrados, son los usuarios del mercado, los comerciantes y el municipio, que es el que se beneficiara de este equipamiento. Para ello, se tomar en cuenta los siete procesos de implementación de una encuesta. (Monterrey, 2005)

Esquema 1 Procesos de implementación de una encuesta



*Fuente: D.R. Universidad Virtual del Tecnológico de Monterrey
Elaborado por: el Autor*

3.4.2 Muestra para encuesta a clientes

Para calcular la población a encuestar, se aplicó el método de fórmula finita, el cual permite obtener el número de personas a las cuales se va a realizar la encuesta; en este caso, corresponde a 4031 habitantes según el último Censo de Población y Vivienda del 2010, INEC.

Para realizar el cálculo del tamaño de la muestra de la población, se tomó la siguiente fórmula.

$$N = Z^2 p * q N / e^2 (N-1) + Z^2 p * q$$

$$N = 1.96^2 * 0.05 * 0.95 4031 / 0.03^2 (4031-1) + 1.96^2 (0.05) (0.95)$$

$$N = 193$$

Datos:

N = Total de la Población

Z = 1.96

Z = Intervalo de confianza, seguridad del 95%

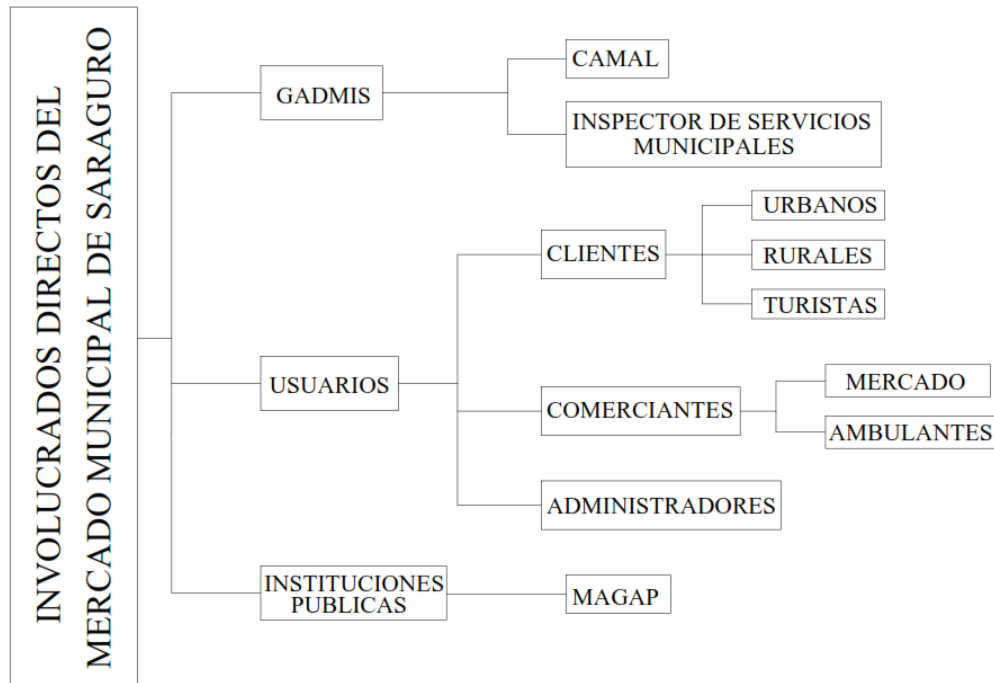
p = 5% = 0.05 **p** = Proporción esperada

q = 0.95 **q** = 1-p = 1-0.05 = 0.95

d = 3% = 0.03 **d** = Margen de error

3.4.3 Análisis de actores

Esquema 2 Involucrados directos del mercado municipal de Saraguro



Fuente: el autor

Elaborado por: el Autor

CAPÍTULO 4: Propuesta

4.1 Metodología de diseño

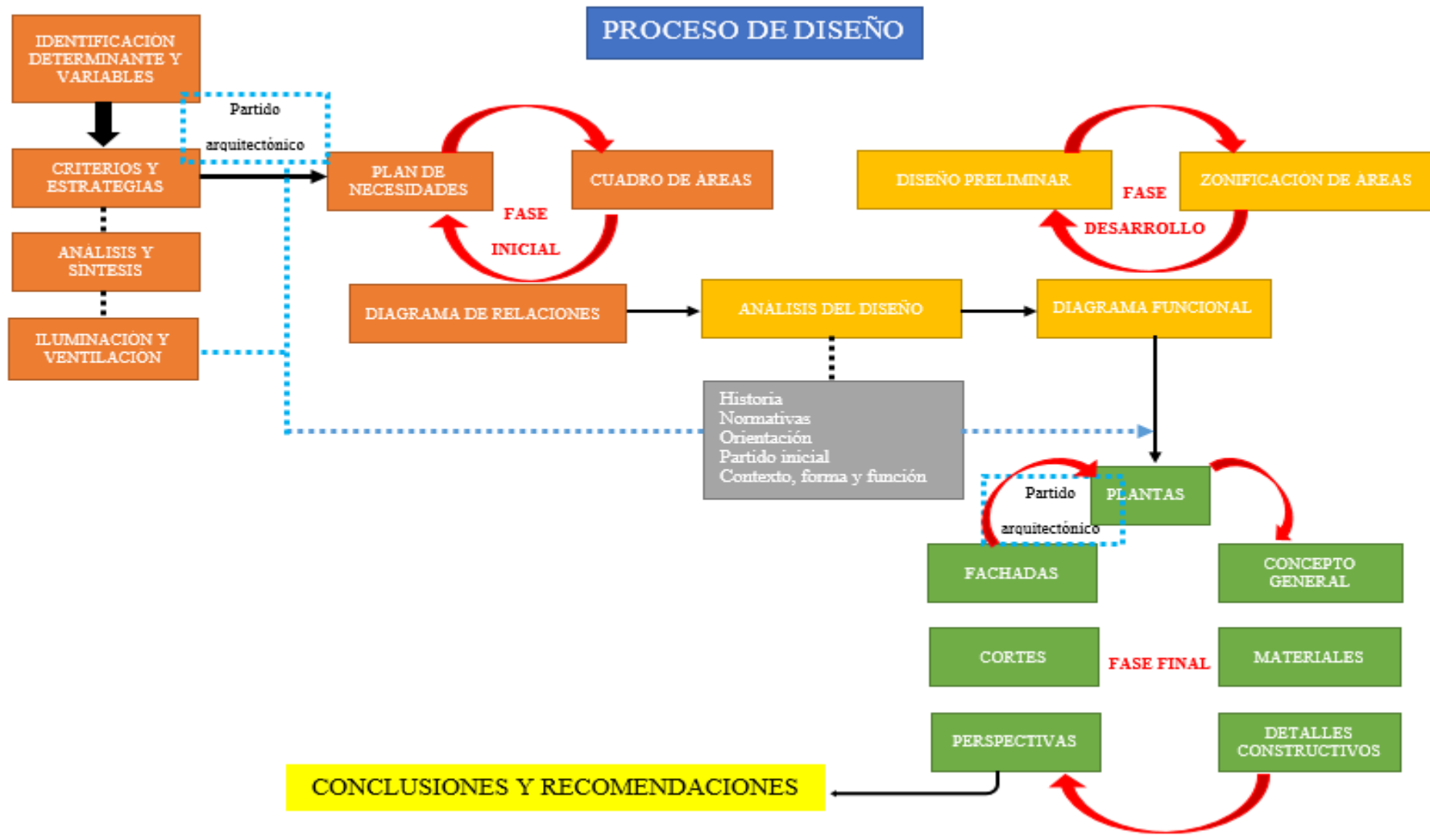
La metodología proyectual aplicada para desarrollar el método de diseño arquitectónico, se basó en un análisis bibliográfico, que comprende todos los contenidos referentes a mercados, pero, principalmente basándonos en las normas y reglamentos donde se establecen los pasos y procedimientos que se deben cumplir, para realizar el diseño del mercado municipal.

Es por eso que, cada una de las etapas que se presentan en la metodología de diseño que responde a un orden y planificación y este procedimiento, se indica en el mapa conceptual en donde se explican las tres etapas que se debe seguir para el desarrollo del proyecto arquitectónico.

Tabla 11 Criterios de diseño

CRITERIOS DE DISEÑO		
Referente	Diseño	Criterios
El regionalismo crítico (Peter Zumthor)		<ul style="list-style-type: none"> - La modernidad - Identidad cultural - Integración con el entorno - El uso de las texturas - La funcionalidad - Tomar en cuenta clima, luz y orientación. - La cohesión social.
Mercado de San Pablo Oztotepec (Mauricio Rocha)	 	<ul style="list-style-type: none"> - La habitabilidad - La dinamización del comercio. - Circulación adecuada - Elevación de las cubiertas para tener una buena iluminación y ventilación. - La cohesión social. - La horizontalidad y verticalidad en las circulaciones. - Integración con el entorno
Mercado 9 de Octubre (Boris Alborno)	  	<ul style="list-style-type: none"> - Mantener la fachada patrimonial. - La accesibilidad peatonal. - La simplicidad - Horizontalidad y verticalidad en sus circulaciones. - Uso de claraboya para iluminación y ventilación. - Circulaciones adecuadas. - Accesibilidad a las plantas superiores mediante gradas que se encuentran en la parte central de la edificación. - Rescatar los espacios públicos. - Utilización de ladrillo macizo.

Elaborado por: El autor



Fuente: Proceso de diseño arquitectónico Gabriela Rioja
 Elaborado por: El autor

4.1.1 Fase inicial

En la fase inicial del proceso metodológico, es muy necesario identificar los determinantes y las variables para desarrollar los criterios y estrategias del diseño, para analizar y sintetizar toda la información que se recopiló durante el análisis bibliográfico, y así ir desarrollando las ideas principales para determinar el partido arquitectónico.

En esta fase, se elabora un plan de necesidades, donde se implementarán nuevas áreas que el actual mercado no cumple, pero teniendo en cuenta el diseño de un cuadro de áreas que especifique el uso de cada uno de los espacios y cuál es su función, y así desarrollar un diagrama de relaciones con todos los ambientes conocidos, ya que estos espacios puedan tener relación directa, indirecta o nula, para facilitar una zonificación general de los espacios.

4.1.2 Fase de desarrollo

La fase de desarrollo empieza con el análisis del diseño donde se determinará todo lo referente al partido inicial, teniendo en cuenta la historia del mercado y cuáles fueron las normas que se implementaron en la construcción, y señalar que debemos cambiar con la nueva intervención, teniendo en cuenta el contexto, la forma y su función.

El diseño preliminar del anteproyecto, se basa en las necesidades actuales de los habitantes del cantón y la zonificación que se elaborará, basándonos en las áreas que se van a implementar y así desarrollar el diagrama funcional de cada uno de los espacios, sus ingresos, salidas y circulaciones.

4.1.3 Fase final

En la fase final, se tomará en cuenta el desarrollo de las dos fases anteriormente mencionadas, en donde ya se presenta un producto de manera esquemática, para elaborar los diagramas que nos lleven a determinar los planos y bocetos de cómo se van a ir desarrollando sus plantas, fachadas,

cortes y dibujos en 3d, tomando en cuenta la materialidad y los colores que vayan acorde al proyecto que se va a elaborar.

Y, por último, se elaborará las conclusiones necesarias del proceso de diseño.

4.2 Programa arquitectónico

Se plantea el nuevo mercado, tomando en cuenta la conceptualización y el proceso de investigación realizado, con la finalidad de satisfacer las necesidades recopiladas en las visitas de campo realizadas en la actual infraestructura, además fomentar la importancia del equipamiento contribuyendo al desarrollo económico, social y cultural del cantón.

Para lograr los fines propuestos en la intervención, es necesario mejorar el funcionamiento del mercado, generando una edificación nueva, proyectada a la población futura, permitiendo una expansión que mejore los espacios mediante la propuesta de diseño que se va a resolver.

Otro punto importante de este inmueble, es el análisis del contexto identificando que existen problemas sociales, debido a la presencia de vendedores informales, causando desorden en la zona de estudio.

Con la intervención arquitectónica del mercado actual, se logró identificar problemas estructurales y funcionales, que se pueden resolver, con la propuesta planteada, mejorando la imagen del mercado y corrigiendo los problemas de desorden y así poder brindar un servicio de calidad y que se relacione con los equipamientos públicos y privados.

La infraestructura actual, contempla un rediseño total de la edificación debido a que el mercado ya cumplido su vida útil, pero conservando la mampostería de piedra que se encuentra en buen estado, permitiendo reorganizar y distribuir las áreas de venta según el producto que se desee adquirir.

Finalmente, en esta propuesta, los recursos y energías naturales, son un punto importante en la elaboración del proyecto, para que se adapte de mejor manera al entorno, teniendo en cuenta el proceso de diseño para elaborar el programa arquitectónico y como se van a relacionar los espacios, solucionando las necesidades actuales y futuras de la población saragureña.

4.3 Área de influencia

Ilustración 37 Área de influencia del mercado de Saraguro



Elaborado: El autor

Los usuarios que más influyen dentro del proyecto, son los que pertenecen a la parte urbana con una población de 4031 habitantes, pero para desarrollar la propuesta de diseño, se toma en cuenta la población futura, estableciendo un rango de 20 años, con un total 7152 habitantes, la cual nos da como resultado, 11.183 pobladores.

4.4 Plan de necesidades

El plan de necesidades no define el diseño, sino que ayuda a establecer los parámetros necesarios para satisfacer las necesidades de la población obteniendo un equipamiento ordenado que establezca los usos y las funciones que debe cumplir el mercado, teniendo en cuenta las medidas

establecidas para que los ambientes sean más cómodos para los vendedores, contemplando la utilización de todo el terreno y parte del parque contando con un área de 8355 m².

Tabla 12 Plan de necesidades

ZONA	ÁREAS	AMBIENTE
MERCADO	Húmeda	Carne roja – res Carne roja - cerdo Carne blanca – pollo Mariscos Embutidos Lácteos
	Semi-húmeda	Frutas Legumbres Hortalizas y vegetales Área de comidas Área de comedores
	Seca	Abarrotes Ropa Zapatos Artesanías
	Administrativa	Administración Secretaría – recepción Salas de estar Sala de reuniones Sanitarios Enfermería
	Servicio	Área de lavado Bodega de mantenimiento Área de residuos Sanitarios generales Carga y descarga
ENTORNO	Zona exterior del mercado	Parqueadero Accesos Plaza Áreas verdes

Fuente: Plan de modernización de los mercados municipales

Elaborado: El autor

4.5 Cálculo de áreas

El mercado municipal de Saraguro, para que pueda conservarse en un tiempo de vida de 20 a 30, dependerá del manejo apropiado de la infraestructura y del mantenimiento de la edificación que se va a proponer, con un diseño adecuado que cumpla con las necesidades de los compradores y vendedores, convirtiéndose en un lugar de encuentro para todas las personas.

Para el dimensionamiento de las áreas del mercado, se tomará en cuenta a la población actual y futura en el cantón Saraguro. El cálculo de proyección realizado para la obtención de la población futura, se realizó en el capítulo 3, en la tabla 6 estimaciones de la población para el 2030 en donde se utilizó la siguiente formula:

$$N_t = N_o (1 + r)^t$$

Variación porcentual: (r) 0, 83%

Valor final del periodo: (Nt 2020)

Valor final del periodo: (Nt 2030)

Valor al inicio del periodo: (No 2010) 4031

t= número de años 10 - 20 años

Los datos utilizados para comprobar la proyección de crecimiento poblacional, se obtuvieron del último censo que se realizó en el 2010, justificando que en el cantón Saraguro, existen 4031 habitantes, con una tasa de crecimiento anual de 0.83%, determinando que la población futura para el año 2030, será de 12.881 habitantes, a ser atendidos, en el mercado municipal de Saraguro, considerando que la afluencia de personas, aumentará en un 25% los fines de semana según las encuestas realizadas.

Para determinar los puestos de ventas para un centro de abastos, según la información del plan de ordenamiento territorial de Loja expresa que necesitamos 1 puesto de venta por cada 120 habitantes. (Loja, 2014)

Estimación de los puestos de ventas dentro del mercado

Calculo de puestos = $12.881/120$

Cantidad de puestos = 107.34

Con la población estimada para el año 2030, se procedió a calcular los puestos de ventas que determinarán el diseño, con un total de 108 puestos los cuales estarán distribuidos en función a la zona húmeda, semi-húmeda y seca.

Para diseñar el mercado, se realizó la distribución de los puestos de ventas por el servicio que prestan: 33 puestos para la zona húmeda, la cual está conformada por el área de cárnicos; 44 puestos en la zona semi-húmeda, la cual se conforma por el patio de comidas, el área de frutas y verduras; y por último, 24 puestos para la zona seca, conformada por el área de abarrotes, ropa, artesanías, bodegas, administración, enfermería y guardería, según las normas INEC, todos los centros de abastos, deben prestar estos servicios. A continuación, se expresa en la siguiente tabla.

Tabla 13 Calculo de áreas

Zona húmeda	No de locales	Dimensiones (m)	Área m2	Área total m2
Carnes rojas – Res	8	3.20 x 2.80	8.96	71.68 m2
Carnes Rojas - chancho	8	2.80 x 2.95	8.26	66.08 m2
Pollo	4	2.80 x 2.95	8.26	33.04 m2
Mariscos	8	2.78 x 3.20	8.88	71.04 m2
Embutidos	4	2.80 x 2.95	8.26	33.04 m2
Zona de lavado	1	3.00 x 3.80	11.40	11.40 m2
Baños	2	4.80 x 5.20	31.90	63.80 m2
Área total				350.08 m2
Circulación				414.30 m2
Total				764.38 m2

Zona semi-húmeda	No de locales	Dimensiones (m)	Área m ²	Área total m ²
Frutas	8	3.20 x 3.10	9.92	79.36 m ²
Frutas	8	2.70 x 3.10	8.37	66.96 m ²
Verduras	16	2.78 x 2.95	8.20	131.20 m ²
Comida	12	2.85 x 5.30	15.10	181.26 m ²
Área total				458.78 m ²
Circulación				467.24 m ²
Total				926.02 m ²

Zona seca	No de locales	Dimensiones (m)	Área m ²	Área total m ²
Abarrotes	6	5.80 x 5.60	32.48	194.88 m ²
Ropa	8	5.80 x 5.30	30.74	245.92 m ²
Artesanías	5	5.80 x 5.60	32.48	194.88 m ²
Bodegas	2	3.70 x 3.90	14.43	28.86 m ²
Guardería	1	20.00 x 35.20	704	704 m ²
Administración	1	10.90x 11.20	122.08	122.08 m ²
Enfermería	1	5.90 x 10.70	63.13	63.13 m ²
Área total				1.553.75m ²

Fuente: INEC

Elaborado: El autor

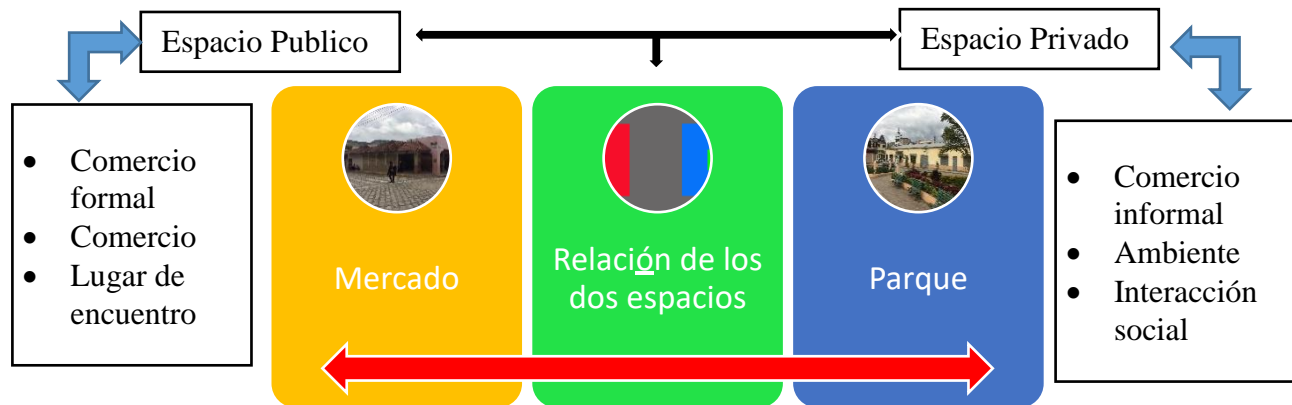
Área total de la construcción 6153 m²

Área del terreno 8355 m²

El programa arquitectónico, cumple con desarrollar todas las actividades comerciales y de servicio del cantón Saraguro, permitiendo la implementación de nuevos espacios que son necesarios dentro del mercado, logrando realizar una ampliación tanto horizontal como vertical para que se pueda llevar a cabo el comercio de la mejor manera con ambientes adecuados.

4.6 Conceptualización del proyecto

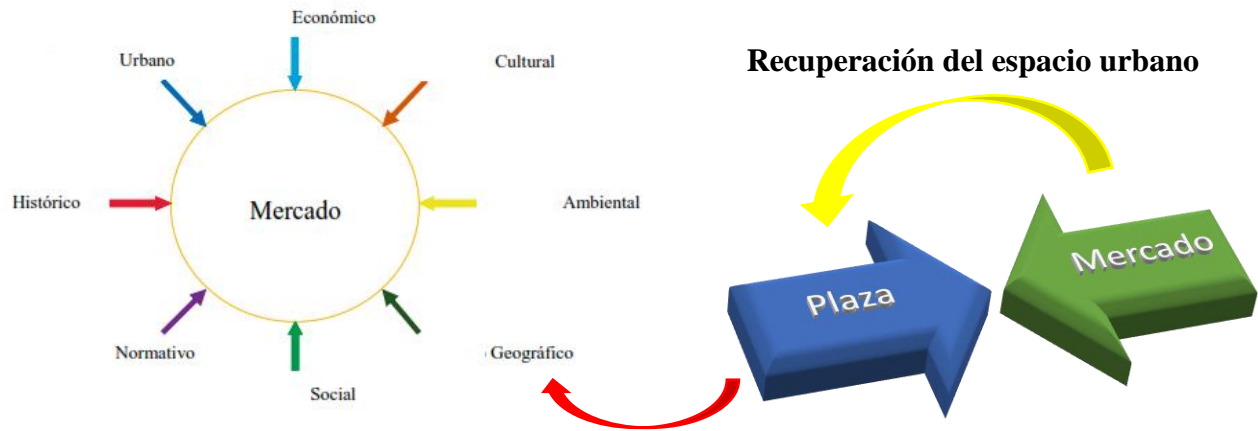
La conceptualización del proyecto, busca fomentar una relación entre el espacio privado y público, permitiendo que se reúnan los comerciantes y usuarios, para realizar sus actividades de intercambio comercial, en un espacio arquitectónico que puedan interactuar entre sí.



Para Utzon & Moneo (2015), menciona que un equipamiento de consumo, no solo sirve para desarrollar esta actividad comercial, sino que los mercados no solo son lugares de consumo, sino también ayudan a fortalecer la interacción social con los puntos de encuentro, para que la edificación se adapte a las necesidades de la población, sus costumbres, el contexto y su forma de vida y que el mercado se convierta en algo significativo.

4.7 Partido arquitectónico

Grafico 3 Idea partido arquitectónico



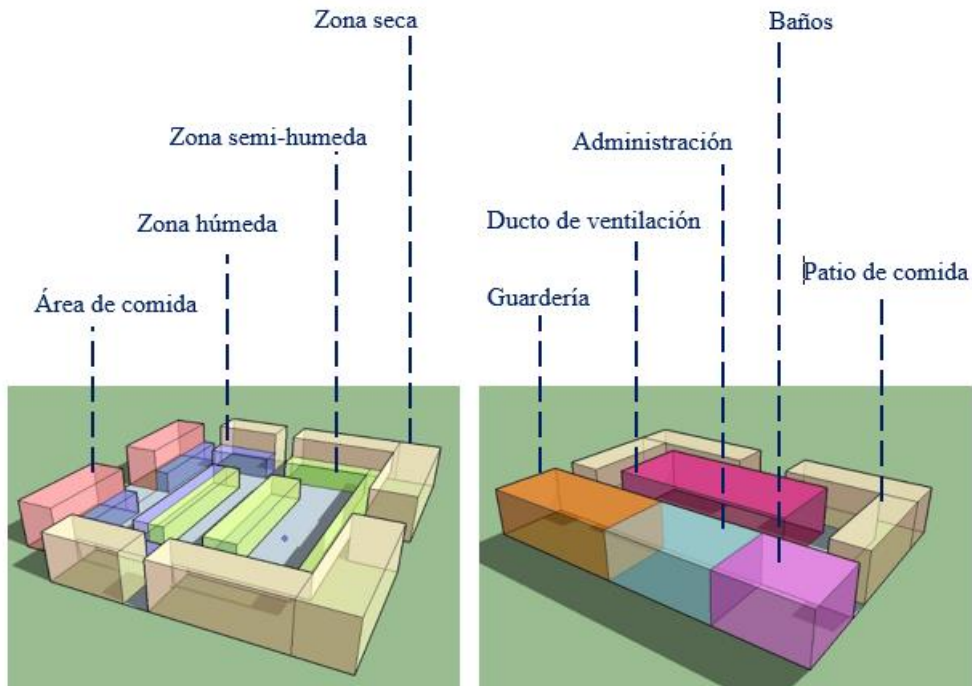
Elaborado: El autor

La idea principal del proyecto, es apoyar para resolver los problemas que actualmente se ven evidenciados en el mercado, implementando una infraestructura que se vincule con el espacio público que contribuya con el desarrollo económico, social y cultural del Cantón, es por eso que se plantea una arquitectura abierta, y un espacio ligero que sea funcional y que cumpla con las necesidades de los comerciantes y compradores. La propuesta planteada, impulsara a los habitantes del cantón Saraguro, a visitar esta infraestructura y el espacio público en donde podrán desarrollar sus costumbres y tradiciones, tomando en cuenta la interculturalidad que existe en este pueblo.

4.8 Diagramas funcionales

El mercado se basa específicamente en tres zonas que son las que dinamizan el comercio, y desde ahí parten para ir implementando las zonas que son necesarias en centro de abastos con son el área administrativa, de servicio y el espacio público, que son las que complementan al mercado.

funcionamiento, teniendo en cuenta el plan de necesidades, el estudio de áreas, los aspectos físicos y climatológicos del lugar, es por eso que se determinó las siguientes áreas: Zona húmeda, Zona semi-húmeda, Zona seca, Área de comida, Administración, Servicios sanitarios, Patio de comidas, Guardería, Área de desechos sólidos, Área de carga descarga.



ESTADO ACTUAL VS PROPUESTA		
PUESTOS	ACTUAL	PROPUESTA
Carne de chanco	4	8
Carne de res	4	8
Pollo	2	4
Mariscos	4	8
Embutidos	0	4
Verduras	50	16
Frutas	27	16
Granos cocinados	1	3
Tienda de Abarrotes	5	6
Ropa	3	8
Artesanías	0	5
Area de comida rápida	0	9
Patio de comidas	8	16
Jugos	4	4
Carga y descarga	0	1
Area de desechos	0	1
Area de lavado	0	1
Parqueadero	0	1
Plaza	1	1
Guardería	0	1
Administración	0	1
Enfermería	0	1
Baterías sanitarias	0	2
Sala de estar	0	6
Bodega	0	3

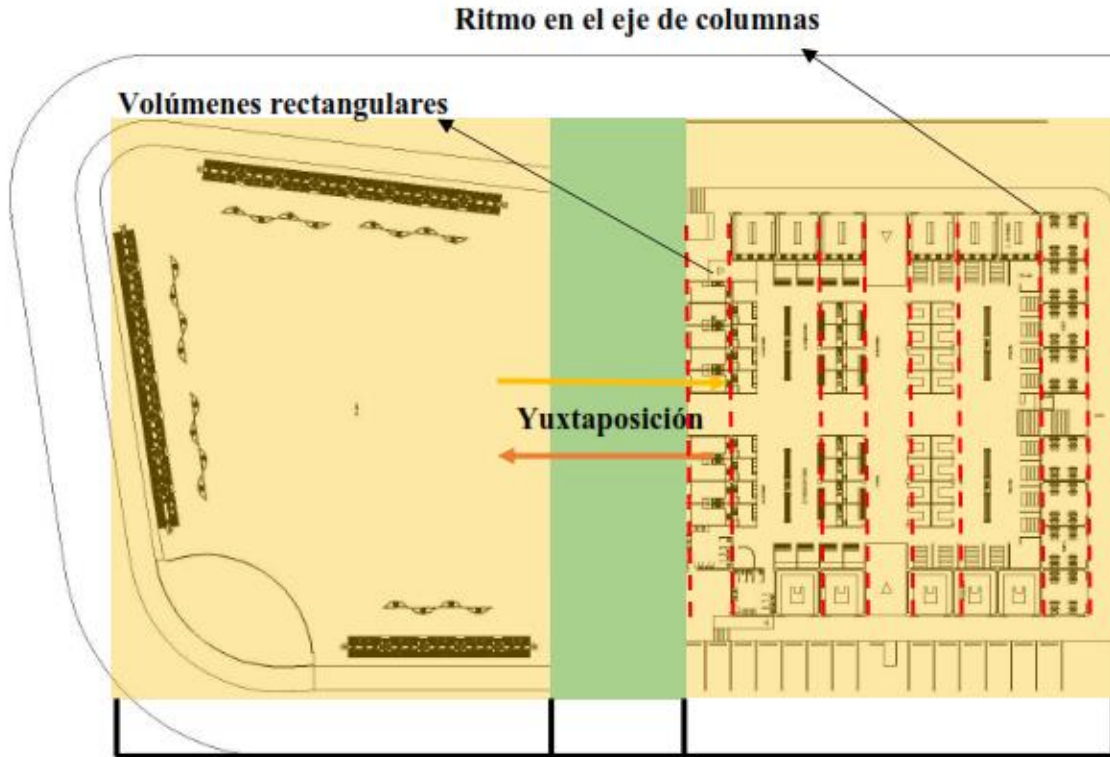
Elaborado: El autor

En la tabla, se pudo determinar que no existen áreas que son indispensable para el correcto funcionamiento del mercado, algunos de los puestos de ventas se encuentran vacíos, y muchos de los vendedores, ocupan de dos a tres puestos, aunque existen vendedores ambulantes que no ocupan estos espacios para realizar la venta de sus productos, ocasionando desorden en el actual mercado, por lo que se determinara los puestos necesarios para la cantidad de comerciantes que ocupan el mercado, según la población que van a servir teniendo en cuenta el crecimiento poblacional.

4.10.2 Organización espacial

La organización espacial se da mediante la yuxtaposición de los volúmenes tanto del espacio público como del espacio privado, es por eso que se utilizó la vía que divide a estos dos conjuntos, para se comuniquen entre si formando un solo conjunto que se integre al entorno urbano existente, es por eso que, cada espacio se encuentra modulado mediante rectángulos formando los puestos de ventas y que puedan tener una mayor circulación para que todos los ambientes del mercado, sean funcionales y que se cumpla con lo establecido durante toda la investigación.

La trama que se utiliza para armar la estructura, se la realiza en base al ritmo por las columnas que siguen un orden que se repite cada cierta distancia, para determinar los espacios y que estos no se conviertan en un obstáculo para los usuarios.



Para determinar los espacios se utiliza la regla de los tres tercios

Elaborado: El autor

Tabla 14 Planteamiento estructural

PLANTEAMIENTO ESTRUCTURAL	
Descripción	Ilustración
<p>Las columnas de hormigón armado, son las que soporta la carga de la edificación y están distribuidos en un mismo sentido, para que las cargas se distribuyan uniformemente, en nuestro proyecto, las columnas son de 40 * 40 y con luces de 5m que se refuerzan en las juntas por la distancia que tenemos de columna a columna.</p>	

Elaborado:

El


autor

Tabla 15 Mampostería

MAMPOSTERÍA	
Descripción	Ilustración
<p>La mampostería es de bloque de 15*40*20 pero con recubrimiento de piedra de 20*40 para mantener el valor histórico de la edificación ya que se lo considera con algo cultural, por el tiempo de vida que lleva esta construcción, la idea no es realizar algo moderno, sí no que se relacione con el contexto sin que se pierda la construcción tradicional.</p>	


Elaborado: El autor

Tabla 16 Volado de hormigón

VOLADO	
Descripción	Ilustración
<p>El volado de la segunda planta se lo implemento por ser una parte importante de proyecto ya que no cumple solo la función de proteger del sol, sino que también se convierte en parte de la edificación dándole mayor realce a las fachadas de piedra se lo planteo en hormigón por el volado de 3m ya que se encuentra reforzado con una columna inclinada para soporta el peso de esta estructura.</p>	

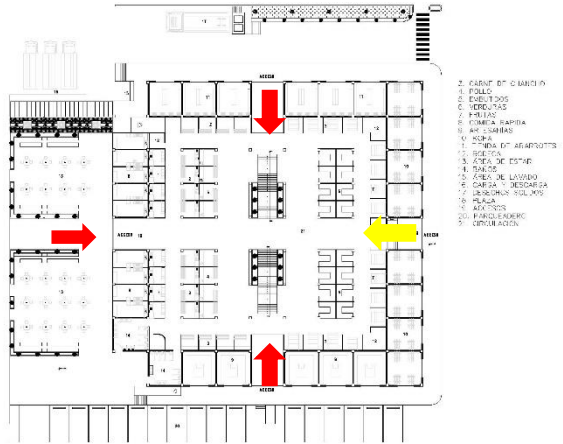
Elaborado: El autor

Tabla 17 Materiales de piso

MATERIALES DE PISOS	
Descripción	Ilustración
<p>Los materiales que se utilizaron en la planta baja son: adoquín en la vía, piedra en la plaza y aceras manteniendo el mismo concepto de la mampostería, sin perder la tradición en la planta alta se utilizara cerámica antideslizante en patio de comida y piso de fomix en las aulas de los niños por seguridad.</p>	

Elaborado: El autor

Tabla 18 Accesibilidad

ACCESIBILIDAD	
Descripción	Ilustración
<p>Contamos con tres puntos de acceso que se encuentran ubicados al norte, sur y oeste. Se dispuso el acceso por esta parte de la edificación por la vinculación con la plaza, ya que los comerciantes llegan por la parte oeste a distribuir sus productos, mientras que el acceso que se encuentra en la fachada este es netamente de la segunda planta y así reducir el flujo peatonal de los otros accesos.</p>	

Elaborado: El autor

Tabla 19 Circulación interna del proyecto

CIRCULACIÓN INTERNA DEL PROYECTO	
Descripción	Ilustración
<p>Las circulaciones internas, son óptimas para que las personas puedan circular con facilidad. en el área de mariscos, carnes y verduras la circulación es de 2.5 a 3 lo que establece la norma ecuatoriana y así en toda la edificación contamos con la circulación horizontal y vertical, para mantener el dinamismo económico del Cantón.</p>	


Elaborado: El autor

Tabla 20 Articulación con la plaza

ARTICULACIÓN CON LA PLAZA	
Descripción	Ilustración
<p>La integración del mercado con la plaza, se convierte en una necesidad de tanto funcional como formal ya que si se mantiene la vía para la circulación de vehículos se convierte en un problema por la congestión vehicular ya q al ser la vía más angosta y de doble sentido, los vehículo no pueden circular con facilidad.</p>	

Elaborado: El autor

DISEÑO DE LA PLAZA

Descripción	Ilustración
<p>Con el diseño de la plaza, se busca que el ambiente sea más limpio, que no posea demasiado mobiliario, ni franjas de vegetación que interrumpen la adecuada circulación de las personas, es por eso que solo se plantea un espacio abierto donde las personas puedan desarrollar las actividades culturales ya que, con este fin, se integró el mercado con la plaza. En cuanto a la vegetación, se implementara cuatro franjas verdes en donde utilizaremos arboles del sector que den sombra y se pueda relacionar con una vegetación nueva.</p>	

4.11 Perspectivas

Ilustración 38 Vista este



Ilustración 39 Vista noreste

Elaborado: El autor

Ilustración 40 Vista Sureste

Elaborado: El autor

Ilustración 41 Vista oeste



Elaborado: El autor

Ilustración 42 Vista plaza



Elaborado: El autor

Ilustración 43 Vista suroeste



Elaborado: El autor

Ilustración 44 Vista patio de comidas planta baja



Elaborado: El autor

Ilustración 45 Vista sureste

Elaborado: El autor

Ilustración 46 Vista sur

Elaborado: El autor

Ilustración 47 Vista interna gradas y ducto de iluminación y ventilación



Elaborado: El autor

Ilustración 48 Vista interna de puestos ventas y jardinera



Elaborado: El autor

Ilustración 49 Vista interna del patio de comidas



Elaborado: El autor

Ilustración 50 Vista interna puestos de ventas



Elaborado: El autor

4. Conclusiones

Mediante la investigación bibliográfica, se identificó tres zonas indispensables para el adecuado funcionamiento en la venta de los productos como son, la zona húmeda, Semi-húmeda y seca, además, se encontraron los elementos necesarios para solucionar los problemas comerciales.

Las normativas establecidas para diseñar un mercado, nos facilitaron la creación de nuevos puestos de ventas que sean confortables, ergonómicos y que presten los servicios comerciales de calidad.

El estudio y análisis del comportamiento del actual mercado, se realizó la valoración de la infraestructura, en donde identificamos el deterioro que la edificación presenta, por eso es necesario realizar el rediseño de un nuevo equipamiento, que cumpla con las expectativas de los habitantes.

Con el diagnóstico realizado en toda la edificación, se identificaron las cualidades que posee el espacio público y como se debe integrar con el mercado, para generar un espacio que se adapte al entorno, donde va a estar implantado generando áreas verdes, que se complementen con el espacio urbano, proponiendo para que esta edificación se convierta en un lugar de encuentro, donde se puedan realizar las actividades económicas, sociales y culturales del Cantón.

5. Recomendación

Para diseñar el proyecto, se debe analizar bibliografía referente al proyecto que se va a elaborar y, las normas establecidas para un mercado, que cumpla con las necesidades de los habitantes y que se convierta en un icono histórico de Saraguro.

Se debe desarrollar un dialogo con los administradores del equipamiento, para identificar y conocer cuáles son los problemas que se originan dentro o fuera del mercado, y así, establecer las posibles soluciones que son tan necesarias para que se pueda mejorar las actividades comerciales de manera moderna, actual y óptima.

Con el diseño de este equipamiento, se puede dar a conocer la interculturalidad de Saraguro, contribuir para fomentar el turismo y ser un nuevo modelo que despierte el interés de propios y extraños, que despierte el interés de conocer, no solo la cultura de esta comunidad, sino también, despierte conocer un sitio de un nuevo modelo de mercado moderno, acorde al desarrollo de un comercio dinámico y que se pueda mostrar el potencial de sus productos de este Cantón.

6. Bibliografía

- Barrios, A. R. (2006). Propuesta arquitectónica del mercado municipal de Momostenango. 96.
- Bastar, S. G. (2012). Metodología de la investigacion. *Red tercer milenio*, 92.
- Botta, A. M. (2011). Regionalismo Critico. *Regionalis critico*, 1.
- Cerdeño, V. J. (2010). Mercados municipales: la respuesta de los consumidores. *Mercasa*, 11.
- Ciampi, M. B. (2012). *Las Ferias libres de Santiago*. Santiago de Chile.
- Collis, H. (2003). *TRANSPORTE Y ARQUITECTURA. CHINA*: onlybook.
- Farber, P. B. (2003). *199 Preguntas sobre Marketing y Publicidad*. Bogota, Colombia: Norma.
- Fischer, L. E., & Espejo, J. (2011). *Mercadotecnia*. Mexico: McGRAW-

HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A DE C.V.

- Fuárez, S. (Dirección). (2017). *Inti Raymi /Kulla Raymi / Pawkar Raymi / Kapak Raymi* [Película].
- Gonzalez, M. (20 de 07 de 2002). *Gestiopolis*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/>
- Jimenez, G. R. (12 de junio de 2013). *Scribd*. Obtenido de <https://es.scribd.com/doc/147294050/METODOS-PARA-CALCULAR-LA-POBLACION-FUTURA>
- Manene, L. M. (04 de 04 de 2012). *wordpress*. Obtenido de <http://www.luismiguelmanene.com/2012/04/04/el-mercado-concepto-tipos-estrategias-atractivo-y-segmentacion/>
- Mankiw, N. G. (2012). Principios de economía. 891.
- Monterrey, D. U. (2005). Metodología para llevar a cabo una encuesta. *Diplomado de Gobierno Abierto y Participativo Institucional* , 3.
- Pallasmaa, J. (2016). *Habitar*. Barcelona: Gustavo Gili.
- patrimonio, M. d. (15 de 01 de 2007). *Ministerio de cultura y patrimonio*. Obtenido de <https://www.culturaypatrimonio.gob.ec/inti-raymi-fiesta-del-sol-y-la-cosecha-en-ingapirca/#>
- Patrimonio, M. d. (15 de 01 de 2007). *Ministerio de Cultura y Patrimonio*. Obtenido de <https://www.culturaypatrimonio.gob.ec/inti-raymi-fiesta-del-sol-y-la-cosecha-en-ingapirca/#>
- Reina, M. T. (2012). *GRAN REPORTAJE DE LA FERIA LIBRE DE LA OFELIA*. Quito.
- Rocha, M. (2003). *Mercado San Pablo Oztotepec*. Mexico .
- Romero, R. (2009). *MARKETING*. Argentina: Editora Palmir E.I.R.L.

Saraguro, G. A. (15 De Marzo Del 2015). Plan De Desarrollo y Ordenamiento Territorial Del
Canton Saraguro Periodo 2014 - 2019. 233.

zumthor, P. (2004). *Pensar la arquitectura*. Barcelona: Gustavo Gili.

ANEXOS

Análisis de la encuesta aplicada

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR ESCUELA PARA LA CIUDAD, EL PAISAJE Y LA ARQUITECTURA

Distinguido usuario del mercado municipal de Saraguro, de la manera más comedida se ruega a usted responder las preguntas planteadas en la siguiente encuesta, con la finalidad de conocer los criterios positivos y negativos con respecto al actual mercado. Esta información, nos servirá de sustento para la elaboración de un nuevo proyecto arquitectónico en este equipamiento, que corresponde al trabajo de fin de carrera de estudiante de: Fabricio Xavier Bravo Pardo, de la Universidad Internacional Del Ecuador.

Desde ya, les expreso mis más sinceros agradecimientos, por su tiempo y paciencia en el desarrollo de esta encuesta.

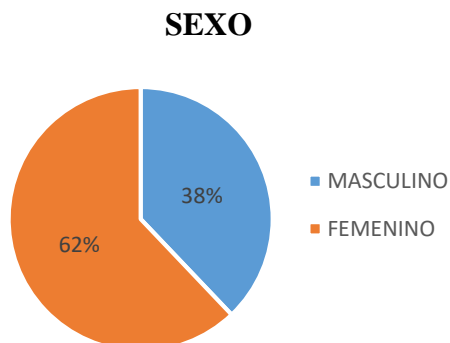
Encuesta para los ciudadanos

1. ¿Sexo?

Masculino

Femenino

El objetivo de esta pregunta es, determinar según su género cuáles son las personas que más acuden al mercado.



Cuadro 1

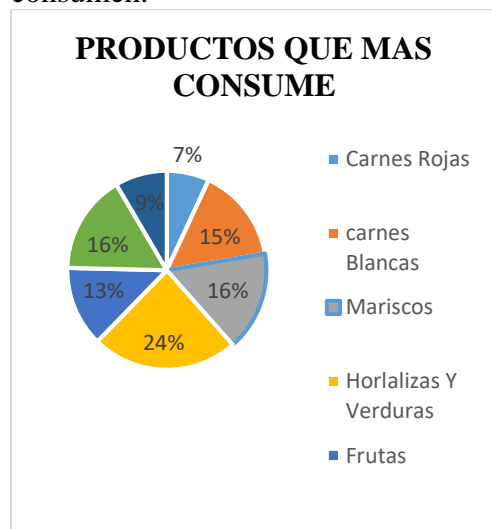
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	36	62%
Femenino	59	38%
Total	95	100%

Elaborado por: el autor

2. ¿Qué tipo de productos es el que más consume?

Carnes rojas	(230 libras)
Carnes blancas	(261 libras)
Mariscos	(196 libras)
Hortalizas y Verduras	(269 libras)
Frutas	(287 libras)
Legumbres	(273 libras)
Queso y quesoillo	(249 libras)

El objetivo de esta pregunta es, determinar cuáles son los productos que las personas más consumen.



Cuadro 2

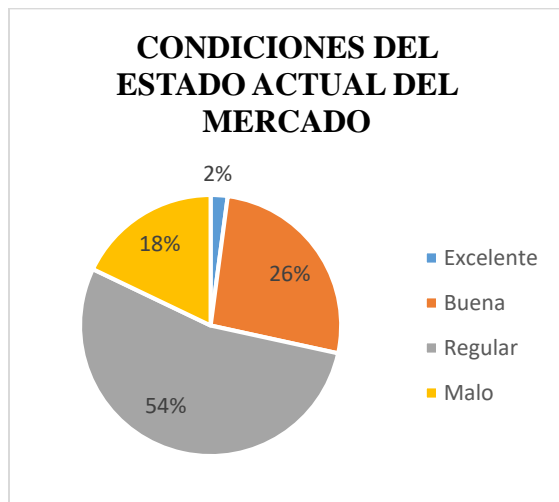
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Carnes Rojas	9	7%
Carnes Blancas	20	15%
Mariscos	21	16%
Hortalizas y Verduras	31	24%
Frutas	17	13%
Legumbres	21	16%
Queso y Quesillo	11	9%
Total	95	100%

Elaborado por: el autor

3. ¿Cómo califica usted las condiciones del estado actual del mercado?

Excelentes Buenas Regulares Malas

El objetivo de esta pregunta es, determinar cómo las personas pueden apreciar el estado actual del mercado, si consideran que se lo mantenga o se realice uno nuevo.



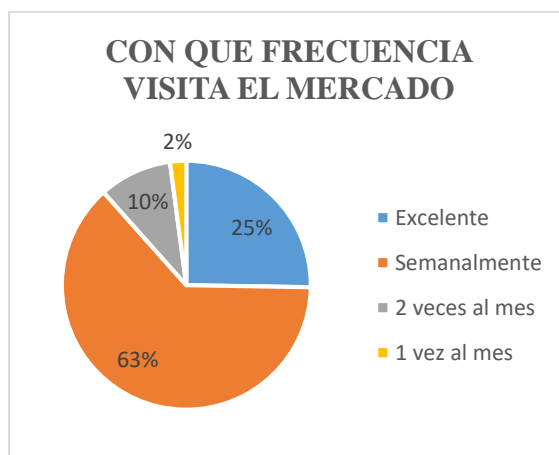
Elaborado por: el autor

Cuadro 3		
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	2	2%
Buena	25	26%
Regular	51	54%
Malo	17	18%
Total	95	100%

4. ¿Con qué frecuencia visita el mercado municipal de Saraguro?

Diariamente Semanalmente 2 veces al mes 1 vez al mes

El objetivo de esta pregunta, es determinar la afluencia de personas que acuden al mercado, y así identificar qué días de la semana existe mayor flujo de personas.



Elaborado por: el autor

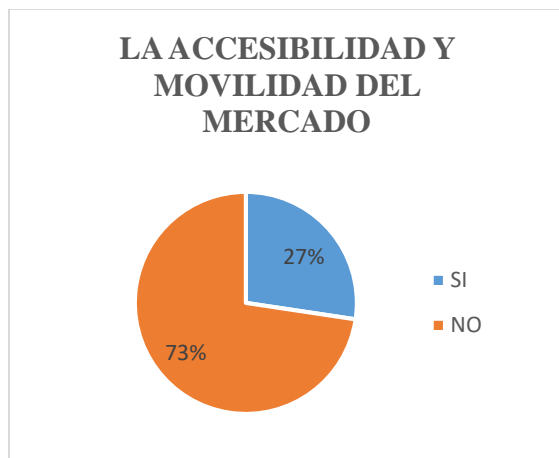
Cuadro 4		
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Diariamente	24	25%
Semanalmente	60	63%
2 veces al mes	9	10%
1 vez al mes	2	2%
Total	95	100%

5. ¿La accesibilidad y la movilidad que actualmente existe en el mercado brinda un correcto movimiento al usuario que transita dentro del centro de abasto?

Sí

No

El objetivo de esta pregunta, es determinar si las áreas de circulación de los usuarios son adecuadas para lograr un buen funcionamiento del mercado.



Elaborado por: el autor

Cuadro 5		
Variable	Frecuencia	Porcentaje
SI	26	27%
NO	69	73%
Total	95	100%

6. ¿Cómo evalúa usted las condiciones de higiene, orden y distribución de los ambientes que posee del actual mercado municipal?

Excelente

Bueno

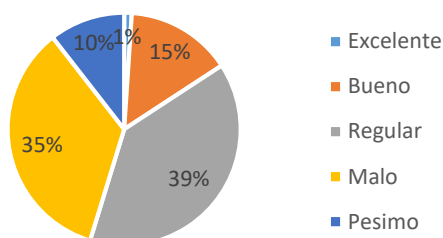
Regular

Malo

Pésimo

El objetivo de esta pregunta es, evaluar si las personas que visitan el mercado cuentan con las condiciones higiénicas y si sus ambientes están bien distribuidos.

CONDICIONES DE HIGIENE, ORDEN Y DISTRIBUCION DE LOS AMBIENTES



Cuadro 6

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	1	1%
Bueno	14	15%
Regular	37	39%
Malo	33	35%
Pésimo	10	10%
Total	95	100%

Elaborado por: el autor

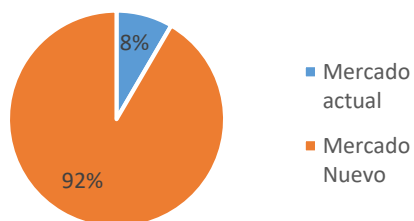
7. De las siguientes opciones, ¿cuál cree usted que sería la mejor solución si él?

Actual mercado

Nuevo mercado

El objetivo de esta pregunta es, determinar si las personas están conformes con el actual mercado o necesitan contar con un equipamiento que cuente con las actuales necesidades de las personas.

SOLUCION PARA LA COMERCIALIZACION DE LOS PRODUCTOS



Cuadro 7

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Mercado actual	8	8%
Nuevo mercado	87	87%
Total	95	100%

Elaborado por: el autor

8. ¿Por qué razones compraría usted en el nuevo mercado?

Higiene

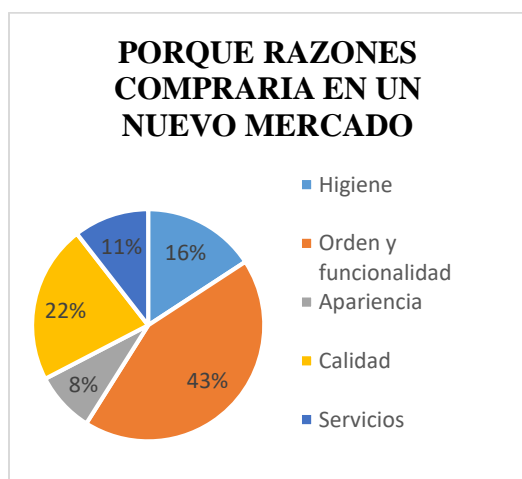
Orden y funcionalidad

Apariencia

Calidad

Servicios

El objetivo de esta pregunta es, conocer que servicios necesitan las personas y en qué condiciones obtienen sus productos.



Elaborado por: el autor

Cuadro 8

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Higiene	1	1%
Orden y funcionalidad	14	15%
Apariencia	37	39%
Calidad	33	35%
Servicios	10	10%
Total	95	100%

9. ¿Al diseñar un nuevo mercado que servicios y áreas cree usted que debe incorporarse?

Áreas verdes

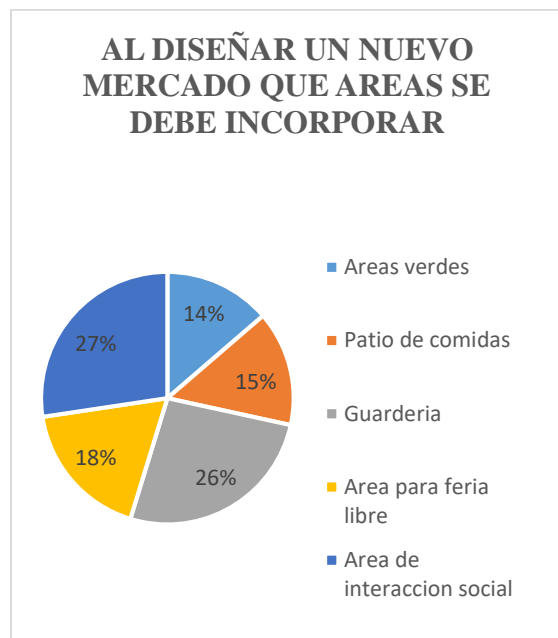
Patio de comidas

Guardería

Área para el desarrollo de la feria libre

Áreas de interacción social (plaza y mobiliario público)

El objetivo de esta pregunta es, determinar qué áreas se deben incorporar para lograr un mejor funcionamiento del mercado y que sea agradable para los que acuden al equipamiento.



Elaborado por: el autor

Cuadro 9

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Áreas verdes	13	14%
Patio de comidas	14	15%
Guardería	25	26%
Área para feria libre	17	18%
Área de interacción	26	27%
Total	95	100%

10. ¿Cree usted que la feria libre aportará al desarrollo turístico y rescatará las tradiciones culturales del Cantón?

Sí

No

El objetivo de esta pregunta es, determinar si las ferias libres son un factor importante dentro las ciudades y que beneficios se pueden obtener.



Elaborado por: el autor

Cuadro 10

Variable	Frecuencia	Porcentaje
SI	74	78%
NO	21	22%
Total	95	100%

Conclusión de los resultados de la encuesta a los ciudadanos

En lo referente a las personas encuestadas y concluida la tabulación de los datos obtenidos, se ha logrado conseguir información primaria, donde se ve la inconformidad de las personas que realizan sus compras en el actual mercado del cantón Saraguro. En cuanto a las preguntas se puede decir que las personas que más acuden al mercado son las de género femenino y que los productos de mayor consumo son las hortalizas y verduras, pero los usuarios califican el estado actual del mercado como regular manifestando que ya no cumple con los servicios estructurales que actualmente poseen estos equipamientos ya que las personas acuden al centro de abasto aunque la accesibilidad y movilidad se encuentran reducidas y no existen los respectivos accesos para las personas con capacidades especiales haciendo de este lugar un sitio incómodo por las condiciones higiénicas la mala organización de los ambientes y que su funcionalidad no es la adecuada porque son regulares para una edificación que realiza este tipo de comercio y que los habitantes del cantón necesitan un nuevo mercado con las condiciones físicas y técnicas ya establecidas para dicho mercado que cuente con áreas de interacción social ya que esto podría mejorar las relaciones interculturales del pueblo y aportaría al desarrollo turístico del Cantón Saraguro.

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR ESCUELA PARA LA
CIUDAD, EL PAISAJE Y LA ARQUITECTURA**

Distinguido comerciante del mercado municipal de Saraguro, de la manera más comedida se ruega a usted responder las preguntas planteadas en la siguiente encuesta con la finalidad de conocer los criterios positivos y negativos con respecto al actual mercado. Esta información nos servirá de sustento para la elaboración de un nuevo proyecto arquitectónico en este equipamiento, que corresponde al trabajo de fin de carrera de estudiante Fabricio Xavier Bravo Pardo de la Universidad Internacional Del Ecuador.

Desde ya le antelo mis más sinceros agradecimientos por su tiempo y paciencia en el desarrollo de esta encuesta.

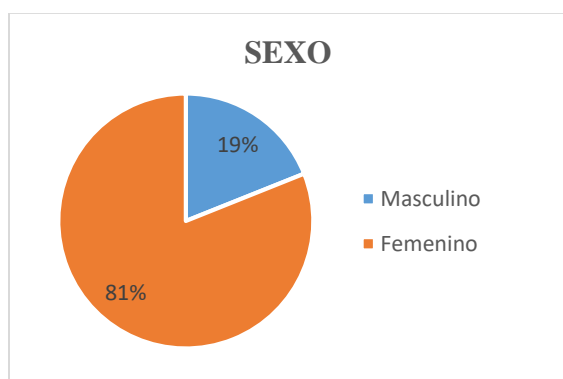
Encuesta para los comerciantes

1. ¿Sexo?

Masculino

Femenino

El objetivo de esta pregunta es, determinar según su género cuáles son las personas que se dedican al comercio.



Cuadro 1		
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	18	19%
Femenino	77	81%
Total	95	100%

Elaborado por: el autor

2. ¿Con quién labora en su punto de venta?

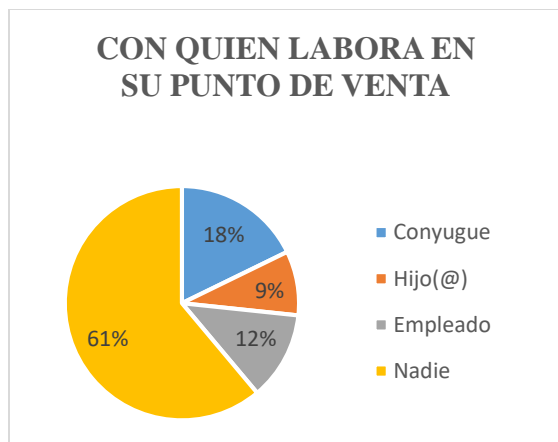
Conyugue

Hijo (a)

Empleado (a)

Nadie

El objetivo de esta pregunta es, determinar cuántas son las personas que se encuentran en el puesto de venta y que áreas son las que se necesitan implementar.



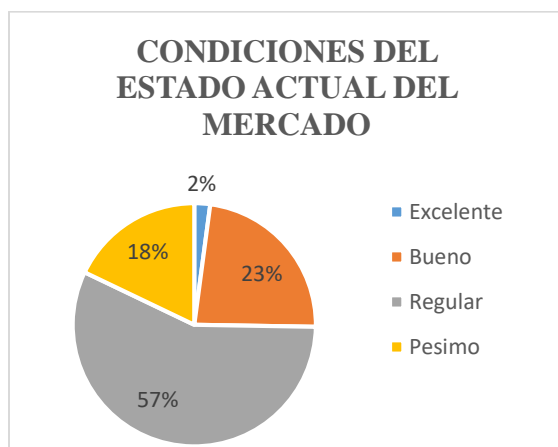
Elaborado por: el autor

Cuadro 2		
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Conyugue	16	18%
Hijo (@)	8	9%
Empleado	11	12%
Nadie	55	61%
Total	95	100%

3. ¿Cómo califica usted las condiciones del estado actual del mercado?

Excelente Bueno Regular Pésimo

El objetivo de esta pregunta es, conocer si las personas se encuentran satisfechas con las condiciones actuales del mercado.



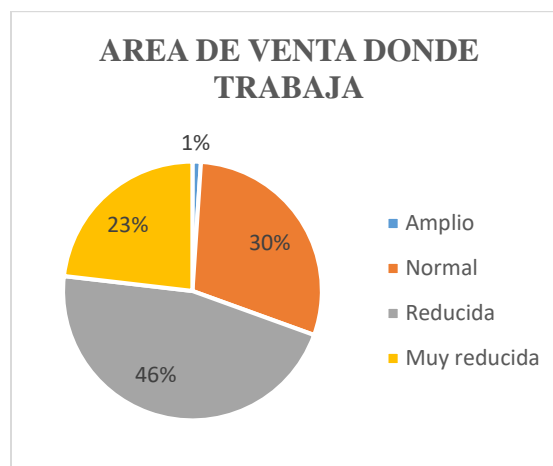
Elaborado por: el autor

Cuadro 3		
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	2	2%
Bueno	22	23%
Regular	54	57%
Pésimo	17	18%
Total	95	100%

4. ¿Cómo califica usted el Área de venta donde Trabaja

Amplio Normal Reducida Muy reducida

El objetivo de esta pregunta es, determinar si los comerciantes se encuentran cómodos en los puestos de ventas.



Elaborado por: el autor

Cuadro 4		
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Amplio	1	1%
Normal	28	30%
Reducida	44	46%
Muy reducida	22	23%
Total	95	100%

5. ¿En dónde adquiere usted su mercadería?

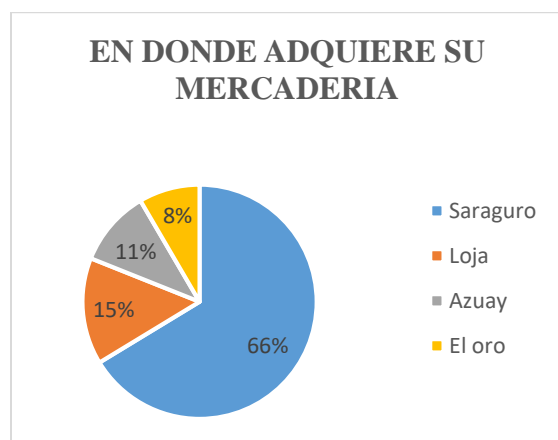
En el cantón Saraguro

En la provincia de Loja

En la provincia del Azuay

En la provincia del Oro

El objetivo de esta pregunta es, determinar de dónde traen sus productos o si los adquieren con facilidad en el mercado.



Elaborado por: el autor

Cuadro 5		
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Saraguro	63	66%
Loja	14	15%
Azuay	10	11%
El oro	8	8%
Total	95	100%

6. ¿Qué tipos de productos comercializa usted en su puesto de venta?

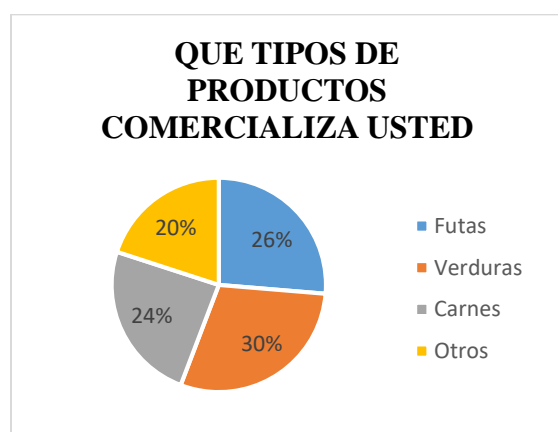
Frutas

Verduras y Hortalizas

Carnes

Otros

El objetivo de esta pregunta es, determinar si los comerciantes llevan un orden en cuanto a la venta de sus productos.



Elaborado por: el autor

Cuadro 6

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Frutas	25	26%
Verduras	28	30%
Carnes	23	24%
Otros	19	20%
Total	95	100%

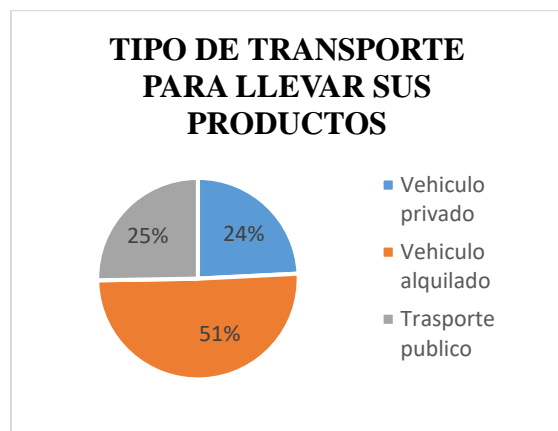
7. ¿Qué tipo de transporte utiliza usted para llevar sus productos?

Vehículo Privado

Vehículo Alquilado

Transporte Publico

El objetivo de esta pregunta es, determinar cómo los comerciantes transportan sus productos y si se le hace fácil llegar al mercado donde actualmente se encuentra.



Elaborado por: el autor

Cuadro 7

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Vehículo privado	23	24%
Vehículo alquilado	48	51%
Trasporte publico	24	25%
Total	95	100%

8. ¿Cómo califica las condiciones físicas de la parte interna del actual mercado?

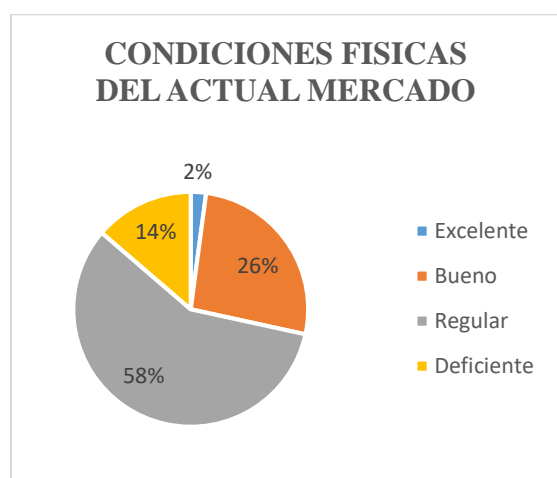
Excelente

Bueno

Regular

Deficiente

El objetivo de esta pregunta es, determinar si el mercado se encuentra en buenas condiciones o necesitan que sea mejorado.



Elaborado por: el autor

Cuadro 8		
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	2	2%
Bueno	25	26%
Regular	55	58%
Deficiente	13	14%
Total	95	100%

9. ¿Cómo califica los servicios de recolección de basura y sanitarios del actual mercado?

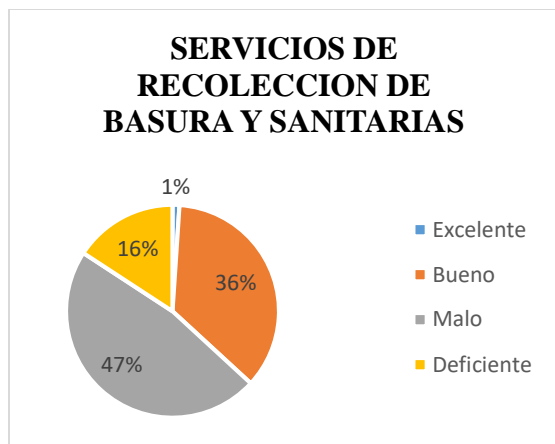
Excelente

Bueno

Malo

Deficiente

El objetivo de esta pregunta es, determinar si las condiciones higiénicas del mercado son las adecuadas o en qué condiciones realizan las actividades comerciales.



Elaborado por: el autor

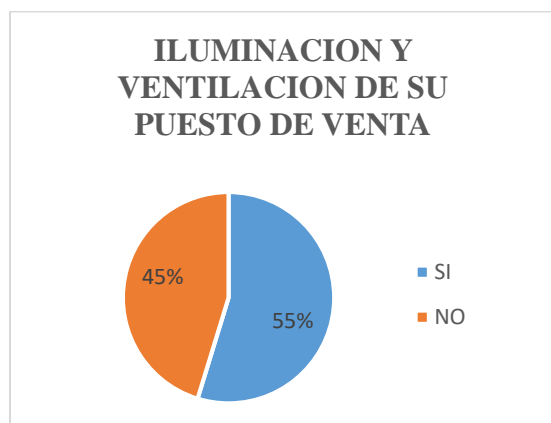
Cuadro 9		
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	1	1%
Bueno	34	36%
Malo	45	47%
Deficiente	15	16%
Total	95	100%

10. ¿Posee buena iluminación y ventilación su actual puesto de venta?

Sí

No

El objetivo de esta pregunta es, determinar si poseen una buena iluminación y ventilación para expender sus productos.



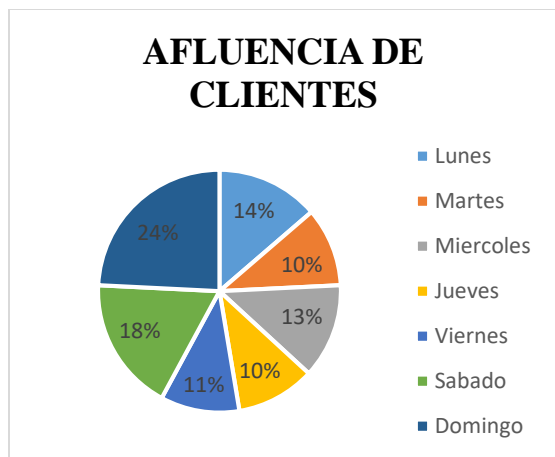
Elaborado por: el autor

Cuadro 10		
Variable	Frecuencia	Porcentaje
SI	52	55%
NO	43	45%
Total	95	100%

11. ¿Qué días tienen mayor afluencia de clientes?

.....

El objetivo de esta pregunta es, determinar qué día de la semana existe mayor afluencia de personas y en qué sector existe mayor aglomeración.



Cuadro 11

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Lunes	13	14%
Martes	10	10%
Miércoles	12	13%
Jueves	10	10%
Viernes	10	11%
Sábado	17	18%
Domingo	23	24%
Total	95	100%

Conclusión de los resultados de la encuesta a los comerciantes

En lo referente a los comerciantes encuestados, y concluida la tabulación de los datos obtenidos, se ha logrado conseguir información primaria, donde se ve la inconformidad del lugar donde realizan sus actividades comerciales, y la mayoría son de género femenino, ya que esta actividad la realizan solas, de las entrevistas realizadas nos dejan ver que se sienten inconformes por el estado que actualmente se encuentra el mercado, la venta actual es regular de sus productos y precisan de mejores condiciones tanto de comodidad, salubridad e higiene, habida cuenta que sus puestos actuales de trabajo son áreas sumamente reducidas. Uno de los factores importantes para adquirir sus productos, es que lo realizan en el mismo cantón, ya que los productos que más comercializan, son las verduras, y para transportarlos, utilizan vehículos alquilados, consecuentemente, las condiciones físicas del actual mercado, se han convertido en uno de los más apremiantes problemas de equipamiento, ya que parte de este, es evidente que se encuentra deteriorado y no cuenta con las condiciones higiénicas adecuadas, a todo esto se suma, una deficiente administración del mercado, no cuenta con una buena iluminación y ventilación en la mayoría puestos de ventas, consecuentemente hay un servicio muy limitado para quienes acuden con mayor afluencia, los días domingos, pero sin dejar de ver que también lo realizan todos los días de la semana. Frente a estos hechos que son visibles, porque este bien público

como es el mercado municipal, ya ha cumplido su tiempo de vida útil, resulta entonces necesario e indispensable la construcción de un nuevo Centro comercial, conocido como mercado, lo que permitirá a no dudarlo en una verdadera identidad de un pueblo que es un referente, tanto por sus costumbres, su cultura, por mantener sus ancestros y ser una riqueza y un referente turístico para el mundo.

Resultados de las encuestas realizadas a los ciudadanos de Saraguro

Encuesta para los ciudadanos

1. ¿Sexo?

Masculino	Femenino
62%	38%

2. ¿Qué tipo de productos es el que más consume?

Carnes rojas	Carnes blancas	Mariscos	Verduras	Frutas	Legumbres	Queso
7%	15%	16%	24%	13%	16%	9%

3. ¿Cómo califica usted las condiciones del estado actual del mercado?

Excelente	Bueno	Regular	Malo
2%	26%	54%	18%

4. ¿Con qué frecuencia visita el mercado municipal de Saraguro?

Diariamente	Semanalmente	2 veces al mes	1 vez al mes
25%	63%	10%	2%

5. ¿La accesibilidad y la movilidad que actualmente existe en el mercado brinda un correcto movimiento al usuario que transita dentro del centro de abasto?

SI	NO
27%	73%

6. ¿Cómo evalúa usted las condiciones de higiene, orden y distribución de los ambientes que posee del actual mercado municipal?

Excelente	Bueno	Regular	Malo	Pésimo
1%	15%	39%	35%	10%

7. De las siguientes opciones, ¿cuál cree usted que sería la mejor solución si él?

Actual	Nuevo
8%	87%

8. ¿Por qué razones compraría usted en el nuevo mercado?

Higiene	Orden	Apariencia	Calidad	Servicios
1%	15%	39%	35%	10%

9. ¿Al diseñar un nuevo mercado que servicios y áreas cree usted que debe incorporarse?

Área verde	Patio de comidas	Guardería	Área feria libre	Área de interacción
1%	15%	39%	35%	10%

10. ¿Cree usted que la feria libre aportará al desarrollo turístico y rescatará las tradiciones culturales del Cantón?

SI	NO
78%	22%

Encuesta para los comerciantes

1. ¿Sexo?

Masculino	Femenino
19%	81%

2. ¿Con quién labora en su punto de venta?

Conyugue	Hijo	Empleado	Nadie
18%	9%	12%	61%

3. ¿Cómo califica usted las condiciones del estado actual del mercado?

Excelente	Bueno	Regular	Pésimo
2%	23%	57%	18%

4. ¿Cómo califica usted el Área de venta donde Trabaja

Amplio	Normal	Reducida	Muy reducida
1%	30%	46%	23%

5. ¿En dónde adquiere usted su mercadería?

Saraguro	Loja	Cuenca	El oro
66%	15%	11%	8%

6. ¿Qué tipos de productos comercializa usted en su puesto de venta?

Frutas	Verduras	Carnes	Otros
26%	30%	24%	20%

7. ¿Qué tipo de transporte utiliza usted para llevar sus productos?

Privado	Alquilado	Publico
24%	51%	25%

8. ¿Cómo califica las condiciones físicas de la parte interna del actual mercado?

Excelente	Bueno	Regular	Deficiente
2%	26%	58%	14%

9. ¿Cómo califica los servicios de recolección de basura y sanitarios del actual mercado?

Excelente	Bueno	Malo	Deficiente
1%	36%	47%	16%

10. ¿Posee buena iluminación y ventilación su actual puesto de venta?

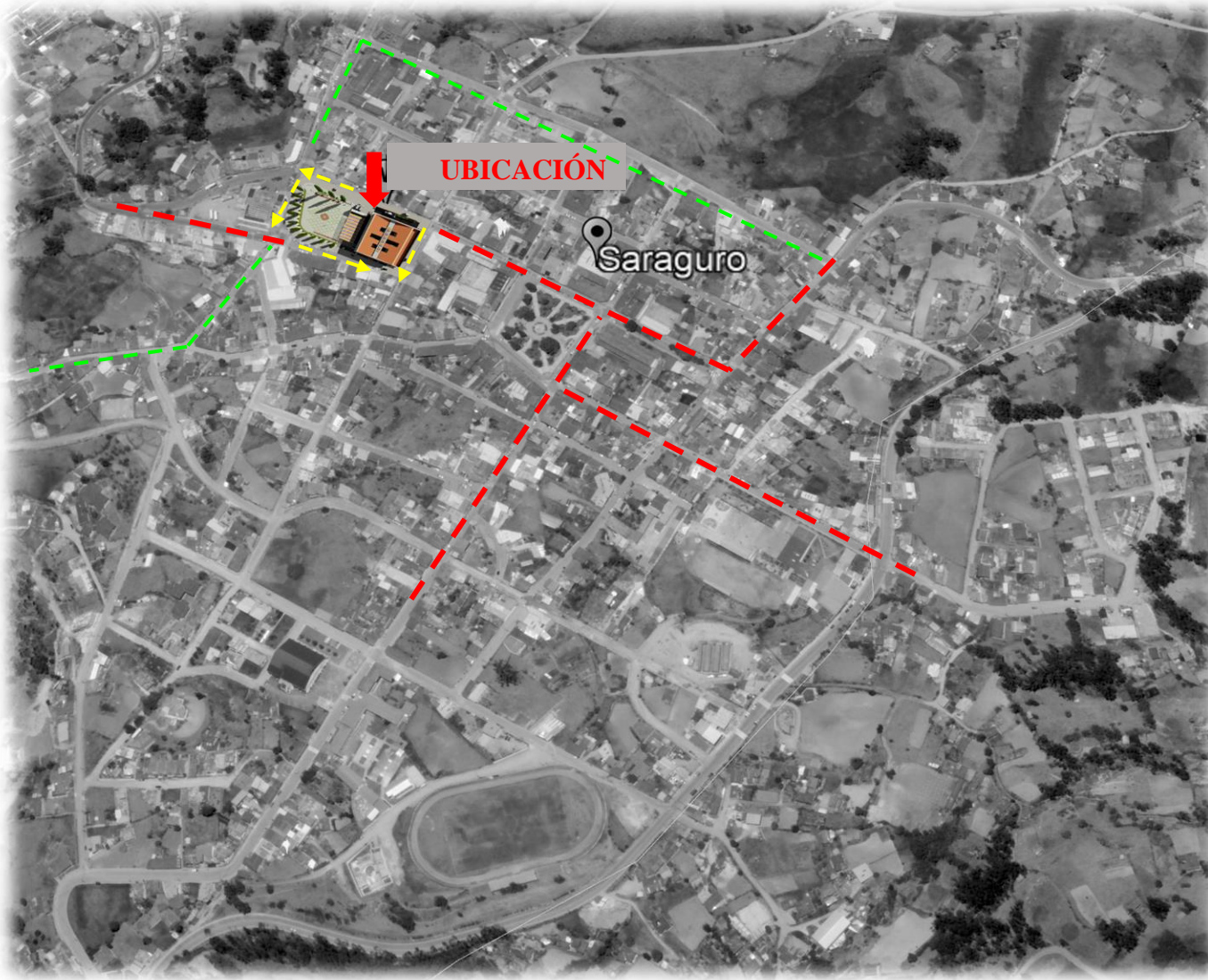
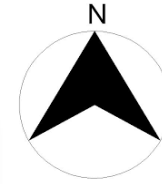
SI	NO
55%	45%




11. ¿Qué días tienen mayor afluencia de clientes?

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Jueves	Viernes
14%	10%	13%	10%	11%	18%	24%

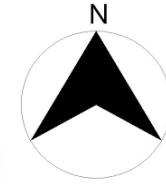
PLANOS ARQUITECTÓNICOS

UBICACIÓN



-  **Accesibilidad principal**
-  **Desplazamiento edificio**
-  **Vías para camiones**

EMPLAZAMIENTO



■ Accesos principales

Se toman en cuenta porque las personas que acuden al equipamiento llegan de las diferentes partes del Cantón

■ Plaza

Espacio de ocio, recreación y socio cultural donde las personas desarrollan sus actividades ancestrales que se dan en el Cantón

■ Conexión

El patio de comidas que permite la conexión directa de la plaza con el mercado.

■ Áreas verdes

Los elementos naturales que se encuentran en la plaza nos sirven para dar sombra al equipamiento y así mismo reactivar el espacio público.

