

ARQUITECTURA

**Tesis previa a la obtención del título de
Arquitecto.**

AUTOR: Karen Eliana Guacho Zapata

TUTOR: PhD. Arq. Alicia Rivera Rogel

Diseño arquitectónico del Mercado Pequeño Productor como
espacio comercial y cultural en el sector Las Pitas II, Loja

CERTIFICACIÓN DE AUTORÍA

Yo, Karen Eliana Guacho Zapata 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.



Karen Eliana Guacho Zapata

APROBACIÓN DEL TUTOR

Yo Alicia Rivera Rogel, certifico que conozco a la autora del presente trabajo de titulación “Diseño arquitectónico del Mercado Pequeño Productor como espacio comercial y cultural en el sector Las Pitas II, Loja”, Karen Eliana Guacho Zapata, siendo la responsable exclusiva tanto de su originalidad y autenticidad, como de su contenido.



.....
PhD. Arq. Alicia Rivera Rogel

DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

AGRADECIMIENTOS

Primeramente, deseo expresar mi profundo agradecimiento a Dios por ser mi guía y fortaleza, permitiéndome alcanzar uno de mis mayores objetivos.

A mis padres, Lorenzo y Mayra, quienes han sido la base de mi formación académica, les agradezco profundamente por su apoyo incondicional a lo largo de esta etapa universitaria. Su confianza en mí y su esfuerzo han sido fundamentales para lograr este propósito.

A mi hermano David, por su cariño y apoyo incondicional. Gracias por estar a mi lado en las largas noches de estudio y en cada visita al sitio, siempre brindándome tu compañía y ánimo.

A mi tutora de tesis, Arq. Alicia Rivera, le expreso mi mas sincero agradecimiento por su guía y orientación durante todo este proceso. Su conocimiento, dedicación y constante motivación fueron escenciales para la culminación de este proyecto.

Y finalmente, a mis fieles compañeros perrunos, Lassy y Rayo, cuya compañía incondicional hizo de este camino una experiencia más amena y especial.

DEDICATORIA

Principalmente dedico este trabajo a Dios, quien ha guiado mi camino en todo momento, y a mi amada familia, cuyo apoyo ha sido fundamental para completar esta etapa universitaria. Su apoyo incondicional me ha permitido alcanzar mis metas, y les agradezco sinceramente por su confianza y por haber contribuido a mi formación como persona.



01. INTRODUCCIÓN

- [14-21]
- 1.1 Problemática
 - 1.2 Justificación
 - 1.3 Pregunta de investigación
 - 1.4 Hipótesis
 - 1.5 Objetivos
 - 1.6 Metodología general



02. MARCO TEÓRICO

- [22-41]
- 2.1 Estado del Arte
 - 2.2 Ámbito histórico - Contextual
 - 2.3 Ámbito conceptual
 - 2.4 Marco Normativo



03. MARCO REFERENCIAL

- [42-79]
- 3.1 Catálogo de referentes
 - 3.2 Metodología
 - 3.3 Revitalización urbana
 - 3.4 Plaza Rotary
 - 3.5 Mercado 9 de Octubre
 - 3.6 Centro Cultural El Tranque
 - 3.7 Síntesis del análisis y aportes a la investigación



04. DIAGNÓSTICO

- [80-135]
- 4.1 Metodología
 - 4.2 Ubicación
 - 4.3 Análisis cartográfico (desde arriba)
 - 4.4 Análisis Social
 - 4.5 Análisis cartográfico (desde abajo)
 - 4.6 Matriz de problemas y estrategias
 - 4.7 Síntesis de problemas y potencialidades urbanas
 - 4.8 Síntesis del diagnóstico
 - 4.9 Síntesis de problemas y potencialidades arquitectónicas



05. PROPUESTA

- [136-151]
- 5.1 Metodología
 - 5.2 Conceptualización del proyecto arquitectónico
 - 5.3 Plan de necesidades
 - 5.4 Programa arquitectónico
 - 5.5 Estrategias
 - 5.6 Idea fuerza
 - 5.7 Diagrama funcional
 - 5.8 Laboratorio de grapas



06. REPRESENTACIÓN

- [152-183]
- 6.1 Emplazamiento
 - 6.2 Implantación
 - 6.3 Planta de cubierta
 - 6.4Planta baja
 - 6.5 Primera planta alta
 - 6.6 Segunda planta alta
 - 6.7 Elevaciones
 - 6.8 Secciones
 - 6.9 Corte fugado
 - 6.10 Detalles constructivos



07. VISUALIZACIONES

- [184-195]
- 7.1 Renders exteriores e interiores y urbanas



08. EPÍLOGO

- [196-205]
- 8.1 Conclusiones
 - 8.2 Índice de figuras
 - 8.3 Índice de tablas
 - 8.4 Bibliografía

RESUMEN

Esta investigación se enfoca en el diseño arquitectónico del Mercado Pequeño Productor como espacio comercial y cultural en el sector Las Pitas II, en la ciudad de Loja. Este mercado, inaugurado en 2005 como una solución temporal para los comerciantes mayoristas, alcanzó el fin de su vida útil en 2020. Ante esta situación, se plantea una propuesta de diseño que responde a las necesidades de comercialización, y también promueve la integración barrial, dado que, actualmente la infraestructura del mercado presenta un notable deterioro, y la ausencia de planificación en áreas verdes y espacios comunitarios ha afectado su relación con los residentes del sector.

La metodología empleada en esta investigación se desarrolla en cuatro fases. La primera fase consiste en la revisión de información bibliográfica con la finalidad de establecer criterios y estrategias fundamentales para el desarrollo del proyecto. La segunda fase abarca el análisis de referentes, con el objetivo de definir aspectos funcionales y constructivos aplicables al diseño. La tercera fase comprende el diagnóstico del sitio, lo que permite evaluar con mayor precisión el entorno y la preexistencia. Por último, la cuarta fase se enfoca en el desarrollo del proyecto, priorizando el diseño de espacios flexibles y aplicando estrategias que permitan consolidar al mercado como un nodo de comercio y cultura.

El resultado de la investigación se refleja en una propuesta de infraestructura a nivel barrial que rescata la memoria comercial del sector y responde a la falta de planificación en el área verde. Este diseño incorpora espacios destinados al comercio, áreas culturales, espacios flexibles y zonas recreativas, devolviendo su utilidad a los habitantes del sector.

Palabras clave: Mercado, cultura, comercio, integración

ABSTRACT

This research focuses on the architectural design of the Mercado Pequeño Productor as a commercial and cultural space in the sector Las Pitas II, in the city of Loja. This market, inaugurated in 2005 as a temporary solution for wholesale traders, reached the end of its useful life in 2020. In view of this situation, a design proposal is proposed that responds to the needs of commercialization, and also promotes neighborhood integration, given that the market's infrastructure currently shows a notable deterioration, and the absence of planning in green areas and community spaces has affected its relationship with the sector's residents.

The methodology used in this research is developed in four phases. The first phase consists of a review of bibliographic information in order to establish fundamental criteria and strategies for the development of the project. The second phase includes the analysis of references, with the objective of defining functional and constructive aspects applicable to the design. The third phase comprises the site diagnosis, which allows for a more precise evaluation of the surroundings and the pre-existence. Finally, the fourth phase focuses on the development of the project, prioritizing the design of flexible spaces and applying strategies to consolidate the market as a node of commerce and culture.

The result of the research is reflected in an infrastructure proposal at the neighborhood level that rescues the commercial memory of the sector and responds to the lack of planning in the green area. This design incorporates spaces for commerce, cultural areas, flexible spaces and recreational areas, returning their usefulness to the inhabitants of the sector.

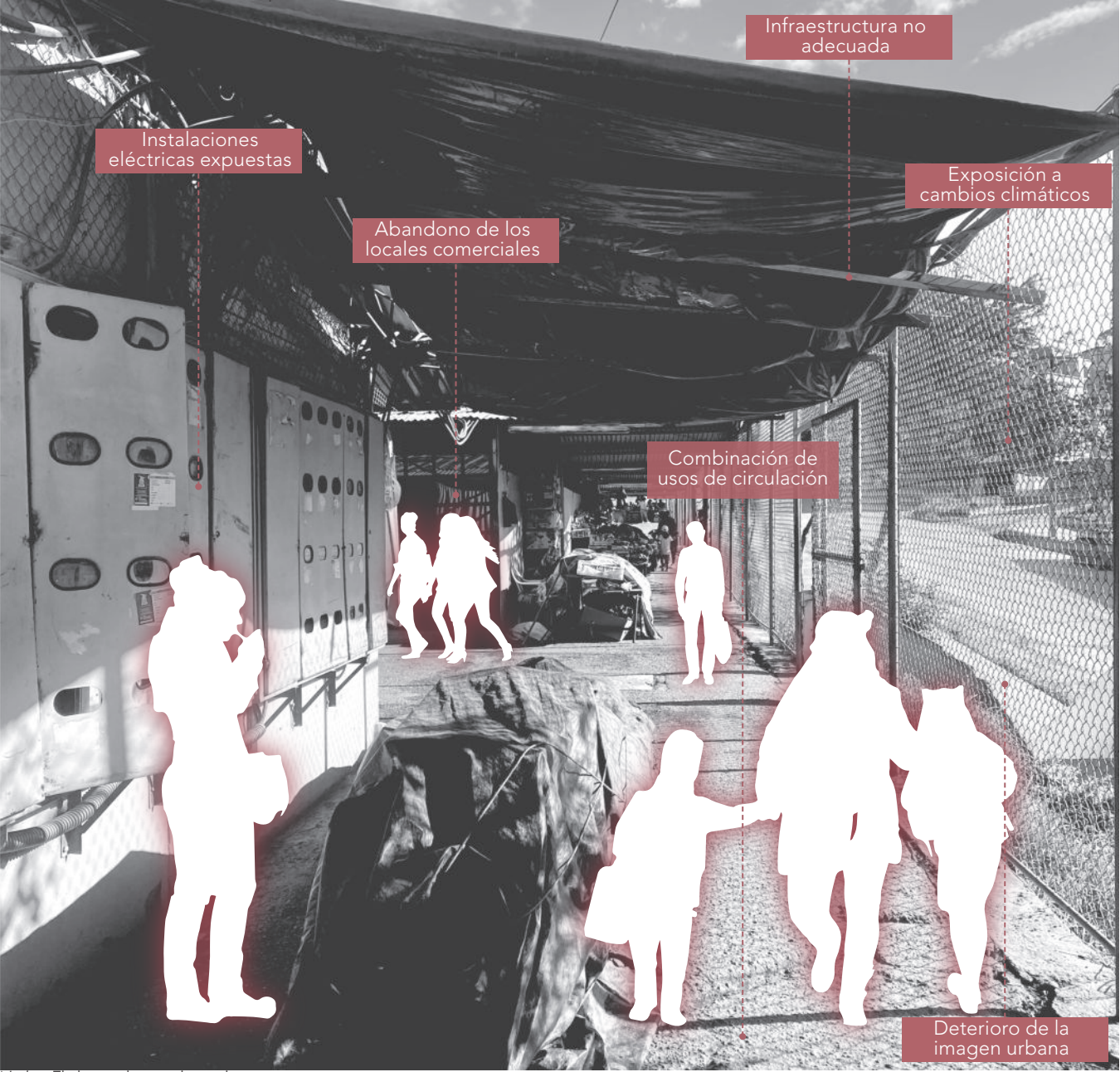
Keywords: Market, culture, trade, integration

01

INTRODUCCIÓN



Figura 01
Problemática del mercado Pequeño Productor



Nota. Elaborado por la autora

1.1 Problemática

En la actualidad los centros de abastecimientos son espacios públicos de suma importancia donde se llevan a efectuar las acciones comerciales y de intercambio sociocultural (Medina, 2013). Además, estos centros se han convertido en pilares indispensables para el crecimiento de las ciudades, ya que, estos abastecen a diversos sectores y a la vez organizan la vida y el movimiento dentro de una zona, generándole identidad y al mismo tiempo permitiéndole diferenciarse de los demás sectores de la ciudad.

En el sector las Pitass II, provincia de Loja, se encuentra el Mercado Pequeño Productor, catalogado como un mercado minorista, el cual resulta ineficiente para abastecer la búsqueda de servicios de la comunidad. La infraestructura no es óptima para el expendio de productos y algunas de las bodegas no abastecen adecuadamente todo el sector, dicha situación ha conducido a la mayoría de los habitantes a buscar sus productos de primera necesidad en otros mercados, en otras palabras, no cumplen con la exigencia mínima establecida por el INEC (PDOT, 2021).

El Mercado Pequeño Productor ofrece sus servicios todos los días. No obstante, la mejor venta se da los fines de semana, mientras que los demás días los comerciantes generan ingresos muy bajos (PDOT, 2021), de modo que ha provocado múltiples protestas por parte de los comerciantes, quienes exigen una solución, ya que, hay muchos comerciantes que dependen de la venta del día a día y toda esta situación los perjudica gravemente.

Como ya se mencionó anteriormente, el problema más notable del mercado Pequeño Productor, es que carece de una infraestructura apropiada. Al ser un mercado abierto, este se encuentra expuesto a los cambios climáticos como lluvia, calor, vientos lo que no responde a las necesidades de los comerciantes, ya que este mercado fue planteado como provisional, lo que representa un gran problema para toda la población del sector, en especial a los pequeños productores que se trasladan de distintas parroquias rurales de la provincia de Loja (GAD Loja, 2013).

Además, los habitantes manifiestan que otro problema es la falta de alumbrado público, lo cual vuelve inseguro a los locales y la zona en general. El horario comercial de lunes a sábado suele ser de 6:00 a 18:00 y el domingo de 6:00 a 14:00. Hoy en día este conflicto ha provocado que más del 50% de los adjudicatarios opten por abandonar sus puestos de trabajo debido a la deficiente atención hacia este mercado (La Crónica, 2022).

En relación con el contexto urbano del sector las Pitass II, se observa un notable déficit de espacios públicos y áreas verdes, dado que originalmente este mercado fue destinado como una zona verde y comunal (GAD Loja, 2021). Sin embargo, el desarrollo del mercado en este lugar ha ocasionado una apropiación predominante por parte de los comerciantes, dificultando la recuperación de este espacio para su uso original.

Esta situación, sumada a la carencia de áreas verdes y comunales limita las oportunidades de interacción social entre los habitantes, afectando negativamente la calidad de vida en el sector. Además, al encontrarse en un área parcialmente consolidada, estos espacios reciben menor atención y mantenimiento en comparación con otros lugares, lo que agrava su deterioro y amplía la desconexión con las necesidades de la comunidad.

Por otra parte, se evidencia una notable carencia de equipamientos que favorezcan el desarrollo del sector como una centralidad urbana. El equipamiento cultural más próximo es el Teatro Benjamín Carrión que se encuentra ubicado en el barrio Jipiro, mientras que el espacio verde más cercano es el parque Jipiro, ambos fuera del alcance inmediato del sector. Esta situación refleja la falta de espacios adecuados que promuevan actividades sociales, culturales y recreativas dentro de la zona.

En respuesta a esta problemática, se plantea como solución el diseño arquitectónico en el Mercado Pequeño Productor. Este proyecto busca consolidarse como un espacio multifuncional, tanto comercial como cultural, mediante la implementación de estrategias urbanas enfocadas en mitigar el deterioro del entorno, promover la regeneración del espacio público y fomentando una integración efectiva con las necesidades y dinámicas de la comunidad local.

Figura 02
Exterior del Mercado Pequeño Productor



Nota. Elaborado por la autora

1.2 Justificación

Los mercados son instituciones económicas de carácter popular que, a más de ser centros de abastecimiento, cumplen una función importante en la construcción de la ciudad (Zazo & López, 2018)

El comercio es una de las actividades primordiales dentro de la ciudad de Loja, especialmente en la provisión de insumos de primera necesidad, lo que convierte a los mercados en pilares estratégicos para el abastecimiento alimentario de sus habitantes (GAD Loja, 2013).

El Mercado Pequeño Productor, inaugurado en 2005 con una vida útil proyectada de 15 años, alcanzó su límite funcional en 2020 (Mejía, 2022). Desde entonces, la falta de mantenimiento ha provocado un deterioro significativo en su estructura. Además, la escasez de espacios públicos y la limitada interacción social en el sector han restringido su desarrollo económico y cultural, desalentando la llegada de nuevos residentes y la inversión en la zona.

El Mercado Pequeño Productor, principal equipamiento de abastecimiento del sector, cuenta con un radio de influencia de 1,500 metros (PUGS, 2021). A pesar de la proximidad del Mercado Municipal Nueva Granada, ubicado aproximadamente a 380 metros, este resulta insuficiente para atender a toda la población del área. En consecuencia, el mercado Pequeño Productor sigue siendo el punto principal de aprovisionamiento, al que acude la mayoría de las personas para conseguir sus productos de primera necesidad.

Según el INEN, menciona que el censo realizado en el año 2010 indicó que el barrio Las Pitass II, albergaba una población de 5.844 habitantes. Sin embargo, para el año 2019, esta cifra se incrementó a 6.477 habitantes, lo que representa el 24% de la población total de la parroquia Sucre (Orosco, 2019). Esto indica que en ese periodo de tiempo no hubo una variación significativa del aumento en la población, catalogando el sector como descuidado y en cierta medida negligente debido a la falta de mantenimiento e incumplimiento de las normas establecidas por los organismos de salubridad como el INEN, entre otros.

El INEN plantea como requisito que un mercado debe contar con una infraestructura física adecuada que impida el ingreso de animales y polvo, manteniendo así las condiciones sanitarias adecuadas (Mercados saludables en Ecuador, 2013). Por otra parte, el Plan Nacional del Desarrollo (2021), recuerda algunos lineamientos territoriales que deben de cumplir los espacios públicos (pag.135), tales como:

- Implementar medidas arquitectónicas y urbanísticas que propicien a la accesibilidad universal a equipamientos públicos y servicios básicos.
- Promover prácticas ambientales y de diseño urbanístico que favorezcan la adaptación y mitigación al cambio climático, priorizando la seguridad y resiliencia de la población, el equipamiento y la infraestructura vulnerable ante fenómenos extremos.

En este contexto, se justifica el diseño del Mercado Pequeño Productor que no solo sustituya al mercado actual, sino que también integre espacios para el desarrollo cultural del sector las Pitass II. Esta solución responde a las problemáticas detectadas ya que este mercado actual no responde adecuadamente a las necesidades sociales y económicas, ni cumple con los reglamentos estipulados por el INEN y el Plan Nacional de Desarrollo.

La propuesta de un equipamiento multifuncional mejorará la infraestructura existente, fomentará una mayor interacción comunitaria, incrementará la plusvalía del área y reforzará la identidad local. Al integrar funciones comerciales y culturales en un único espacio, se logrará un equilibrio entre las necesidades inmediatas de comerciantes y consumidores, mientras se impulsa el desarrollo económico y social a largo plazo en el sector de Las Pitass II.

A pesar de que la mayoría de los vendedores mayotistas han sido desplazados al Centro de Transferencia Comercial Mayorista (Puerto Seco), algunos se rehúsan a abandonar el mercado debido al fuerte sentido de apropiación que han desarrollado. Por ello, el enfoque multifuncional permitira conservar su actividad en el mismo espacio, integrando nuevos usos que favorezcan la convivencia. De este modo, se garantiza un equilibrio entre el comercio y el desarrollo cultural, optimizando el uso del suelo, reduciendo los conflictos por apropiación y fortaleciendo el espacio como un nodo que articula las necesidades económicas y sociales del sector.

1.3 Pregunta de investigación

¿Puede el diseño arquitectónico del Mercado Pequeño Productor como espacio comercial y cultural, contribuir al desarrollo integral del sector Las Pitas II, Loja?

1.4 Hipótesis

La proyección arquitectónica del Mercado Pequeño Productor, como un espacio multifuncional que integra actividades comerciales y culturales, contribuirá al mejoramiento urbano del sector Las Pitas II, optimizando la infraestructura, fomentando la interacción social y cultural, y promoviendo el desarrollo.

1.5 Objetivos

1.5.1 Objetivo General

Desarrollar un diseño arquitectónico para el Mercado Pequeño Productor como espacio comercial y cultural en el sector Las Pitas II, Loja, atendiendo las necesidades identificadas en el área de estudio y facilitando una conexión con los comercios y viviendas circundantes.

1.5.2 Objetivos Específicos



1.6 Metodología general

Se incorporará una metodología mixta (cualitativa y cuantitativa) que permitirá alcanzar el objetivo general planteado. La metodología general del proyecto se organiza en cuatro fases, cada una de las cuales emplea su propia metodología. La figura 03, muestra el esquema de la metodología.



Figura 03 Fases de las metodologías empleadas en la investigación

Nota. Elaborado por la autora

02

MARCO TEÓRICO



En el presente capítulo se incluyen los conceptos esenciales y necesarios para esta investigación en relación con mercados, plazas comerciales y equipamientos de uso mixto. Se abordan capítulos como el estado del arte, el contexto histórico, el marco conceptual y finalmente el marco normativo.

Cada uno de estos capítulos es esencial en la investigación, ya que, proporciona una base sólida y contextualizada para la propuesta de diseño del mercado y la integración de actividades culturales.

2.1 Estado del Arte

Para consolidar la presente investigación, se han revisado varios documentos fundamentales de tesis relacionados tanto a la comercialización como también a la cultura que se hace presente en los mercados minoristas.

A partir de estos trabajos, se aborda un análisis integral que incluye las bases teóricas, las metodologías empleadas y los resultados obtenidos, lo cual permite una comprensión amplia de los mecanismos comerciales y culturales que prevalecen en los mercados.

Diseño arquitectónico de un mercado resiliente y sustentable para la Ciudad de Loja. Caso de estudio: Mercado Pequeño Productor (Mejía, 2020)

La investigación de Mejía (2022), aborda la temática de mercados insostenibles e inadecuados para el sector en donde se encuentra ubicado el Mercado Pequeño Productor. El objetivo principal de la investigación es diseñar un mercado resiliente que responda a las demandas locales, optimizando su funcionalidad y minimizando su impacto ambiental.

La metodología combina enfoques cualitativos, para analizar las dinámicas socioculturales, y cuantitativos, para identificar patrones de uso y comportamiento. Los resultados de esta investigación no solo permiten comprender las deficiencias actuales del entorno, sino también ofrecen soluciones arquitectónicas que contribuyan a mejorar la calidad de vida de la comunidad y garantizar la sostenibilidad del equipamiento a largo plazo. Esta información es esencial para comprender mejor el contexto del lugar.

Centro de emprendimiento y desarrollo Botánico (Hernández, 2016)

Hernández (2016), enfoca su investigación en el desarrollo del emprendimiento y también del ámbito botánico. Su objetivo principal es diseñar un equipamiento que potencie las capacidades de la población a través de la investigación científica y la capacitación técnica, mientras se refuerza el vínculo con el entorno natural.

La metodología de esta investigación se presenta como método de acción el cual considera todos los contextos y necesidades de los usuarios. Esto implica el reconocimiento de los héroes y antihéroes en la arquitectura en función de los conceptos relacionados con la arbitrariedad en la arquitectura. A través de esta investigación, se llevó a cabo un análisis bibliográfico con la finalidad de abordar las principales complicaciones y determinar que decisiones son las más adecuadas para resolverlas.

Diseño arquitectónico de un Centro de Comercialización e integración Cultural en Quitumbe, Quito (Perez, 2016)

La investigación de Pérez (2016), se centra en un modelo arquitectónico que prioriza la creación de espacios comunes integrando actividades comerciales junto al intercambio cultural.

Por otro parte, esta investigación utiliza la metodología que ofrece la Universidad Internacional SEK (UISEK), que incluye un análisis multidimensional: un diagnóstico físico del sitio, la revisión de referentes arquitectónicos y un estudio de los aspectos socioculturales y económicos que se hacen presente en el contexto. Este enfoque permite desarrollar una propuesta integral que vincula la comercialización con el fortalecimiento de la identidad local y el desarrollo cultural del sector.

Centro de desarrollo Cultural (Cabezas, 2017)

Cabezas (2017), explora la carencia de espacios destinados al desarrollo cultural a escala barrial, resaltando la insuficiencia de infraestructuras como la Casa de la Cultura Ecuatoriana para atender las demandas de una población amplia y diversa. La investigación tiene como objetivo diseñar un equipamiento accesible que ofrezca actividades culturales y educativas a jóvenes, fomentando el aprendizaje y enriqueciendo el capital cultural de la comunidad.

La metodología aplicada se organiza en tres fases: análisis de necesidades de los usuarios, conceptualización arquitectónica basada en criterios urbanos, históricos y económicos, y finalmente, el diseño detallado del proyecto. Este enfoque permite abordar de manera efectiva las necesidades identificadas y establecer el equipamiento como un motor de desarrollo cultural y social.

Centro gastronómico y agrícola Urbano: Recuperación de la Identidad Cultural en Quitumbe (Mosquera, 2023)

La investigación de Mosquera (2023), se centra en la recuperación de la identidad cultural en Quitumbe a través de la generación de un centro gastronómico y agrícola. La propuesta busca atender a una población diversa, que abarca niños, jóvenes, adultos mayores y personas con discapacidad. El objetivo principal de la investigación es desarrollar estrategias para la generación de un espacio público que cuente con dos puntos de encuentro.

La metodología utilizada consta de cinco etapas: revisión bibliográfica, selección y análisis del sitio de intervención, diseño de estrategias urbanas, elaboración de esquemas conceptuales del anteproyecto y desarrollo del proyecto arquitectónico. Esta investigación se distingue por su enfoque en la centralidad del espacio público como un catalizador para el desarrollo comunitario, fomentando la cohesión social y el fortalecimiento de la identidad cultural del sector.

Conclusión

En conclusión, estos estudios aportan de manera significativamente al fortalecimiento del marco teórico de la presente investigación y ofrecen metodologías y estrategias que se pueden aplicar al diseño del equipamiento planteado. Estos trabajos destacan la importancia de incorporar en dicho equipamiento actividades que vayan más allá de lo comercial, integrando también funciones culturales, lo que permite visualizarlo como un espacio verdaderamente multifuncional.

Asimismo, se destaca la importancia de diseñar un equipamiento que promueva la cohesión social y la apropiación del lugar, contribuyendo al desarrollo urbano del sector. Estas directrices facilitan la proyección del mercado como un nodo comercial y cultural estratégico, orientado al fortalecimiento de la identidad local y el dinamismo económico de Las Pitass II en Loja.

Figura 04
Patio Central de Centro Gastronómico y Agrícola Urbano



Nota. Mosquera, 2023

2.2 Ámbito Histórico - Contextual

Figura 05
Ubicación del mercado Pequeño Productor

2.2.1 Reseña histórica del sector las Pitas II

Novillo (1997), señala que “El barrio conocido como las Pitas comienza a habitarse aproximadamente entre 1925-1926, perteneciendo estos terrenos en ese entonces al Capitán Francisco Tinoco. Dentro estos terrenos se ubicaba el único acceso a la ciudad de Loja, lo cual era de suma importancia para los viajeros que se movilizaban desde el norte de nuestra ciudad. En aquella época solo existían tres casas, las cuales estaban construidas con materiales tradicionales y propios de la época.

En el año 1935 el barrio las Pitas empieza a consolidarse con edificaciones tipo residencial. Su población se integra básicamente por los herederos de los migrantes antiguos que llegaron del campo y de la provincia de Loja que por lo general se dedicaban al comercio, agricultura y artesanía”.

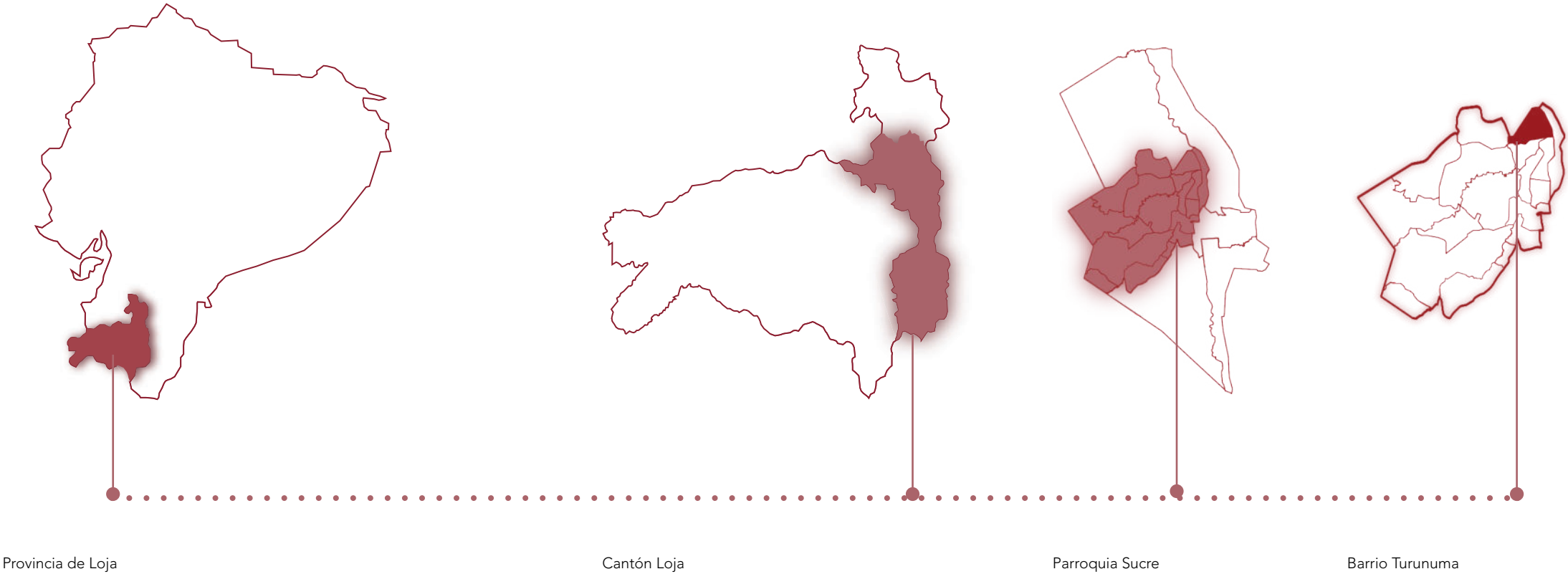
Esta breve reseña histórica nos indica que, desde los asentamientos iniciales, el sector Las Pitas, se ha dedicado principalmente a la comercialización de productos lo que ha permitido que el sector se consolide como un punto productivo destacado en la provincia de Loja. En años anteriores, Las Pitas se destacó como el principal mercado para la transferencia de ventas al por mayor.

País - Ecuador

Provincia de Loja

Parroquia Sucre

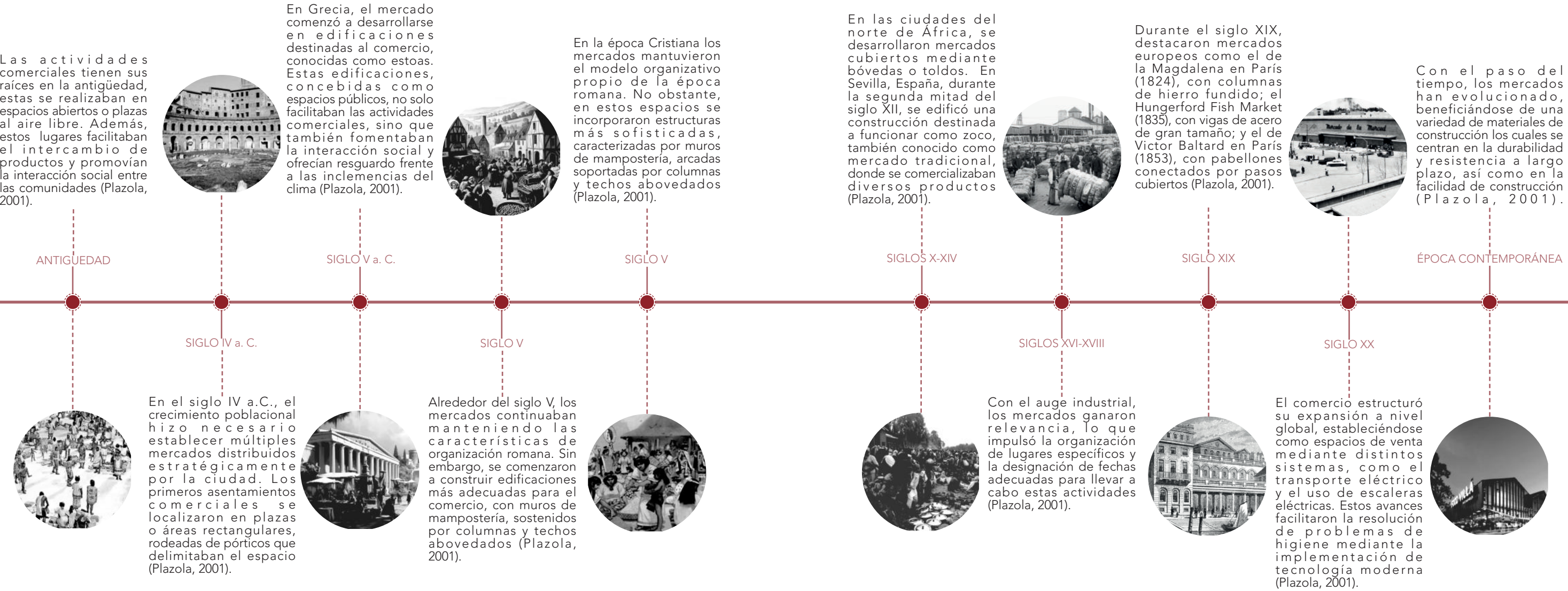
Barrio Turunuma



Nota. Elaborado por la autora

2.2.2 Historia de los mercados

Figura 06
Historia de la evolución de los mercados



Nota. Adaptado de Anteproyecto Arquitectónico del nuevo mercado para la parroquia de Sinincay (Patiño, & Quinde, 2022).
Elaborado por la autora

2.2.3 Historia de los mercados de Loja

La actividad comercial en Loja experimentó un notable crecimiento a partir de la década de 1950, convirtiéndose poco a poco en un importante centro de intercambio. Los primeros comerciantes, provenientes de diversas regiones, se establecieron en la ciudad, impulsados por las oportunidades que ofrecía el emergente mercado local. Atraídos por el dinamismo económico de Loja en la década de 1920, los comerciantes se establecieron en el sector de "La Estación", que hoy en día se conoce como parque Simón Bolívar (Celi, 2018).

El Mercado San Sebastián ha sido y continúa siendo uno de los mercados más importantes, ya que en él se realizaban diversas actividades culturales y sociales. Actualmente, la ciudad cuenta con seis mercados: San Sebastián, La Tebaida, Mercado Central, Mercado Gran Colombia, Mercado Nueva Granada y Mercado Pequeño Productor, los cuales garantizan el suministro de productos a la población y con ello refleja la evolución del comercio en la ciudad.

Figura 07
Collage del Mercado Nueva Granada, Pequeño Productor y Mercado Central



Nota. Elaborado por la autora

Otro de los mercados en Loja es el Centro de Transferencia Comercial, también conocido como "Puerto Seco" ubicado en el Plateado. Este mercado mayorista desempeña un papel crucial en la cadena de suministro de Loja, ya que se encarga de distribuir productos a los comerciantes minoristas, garantizando el abastecimiento a la ciudad.

2.3. Ámbito Conceptual

2.3.1 La cultura

Según Grimson (2008), "La cultura fue un concepto que nació para oponerse a la 'Alta cultura' y a las teorías racistas que impregnaban en un primer estadio de la Antropología". Este concepto inicial surgió con la intención de desafiar la idea de que existían personas cultas (aquellas instruidas y sensibles a las artes, como la ópera y el teatro, entre otras) y personas incultas (de clase baja).

Para Tylor (1920), "La cultura, en su sentido etnográfico, es ese todo complejo que comprende conocimientos, creencias, arte, moral, derecho, costumbres y cualesquiera otras capacidades y hábitos adquiridos por el hombre como miembro de la sociedad." En este sentido, la cultura se concibe como un conjunto de conocimientos y legados que se transmiten a lo largo de las generaciones, y se analiza desde diversas perspectivas sociales.

La cultura, en esencia, es dinámica y se encuentra en constante cambio, ya que está influenciada por factores como la historia, la tecnología y la sociedad. Esto provoca que la cultura varíe notablemente dentro de una misma comunidad, lo que lleva a la sociedad a adaptarse a nuevos conceptos y realidades.

En este contexto, Loja se distingue por su rica cultura y tradiciones en ámbitos como la música, el teatro, la danza, la gastronomía y los museos. Reconocida como la capital musical del Ecuador, destaca por formar algunos de los mejores músicos del país (Rodríguez, 2016). La cultura en Loja constituye un factor fundamental para el desarrollo económico y social, consolidándose como un elemento que otorga a la ciudad una identidad única.

El centro histórico de Loja refleja esta identidad cultural a través de sus edificaciones, la mayoría de las cuales fueron construidas durante la época colonial. Algunas de estas construcciones, como la Catedral de Loja, la iglesia de San Sebastián y el Museo de la Música, han sido declaradas patrimonio cultural, evidenciando el valor histórico y arquitectónico de la ciudad.

Una de las tradiciones más destacadas de la ciudad de Loja es la llegada de la imagen de la Virgen del Cisne, que tiene lugar en el mes de agosto. Esta festividad no solo es esperada con entusiasmo por los habitantes locales, sino también por peregrinos de diversas ciudades de Ecuador y turistas internacionales. Este acontecimiento genera un importante movimiento económico, atrayendo a miles de devotos y visitantes que contribuyen al dinamismo cultural y económico de la región.

Figura 08
Cultura de Loja



Nota. Lennin Cobos, 2017

2.3.2 La comercialización

La comercialización es el “Suministro de un producto, remunerado o gratuito, para su distribución, consumo o uso en el mercado en el transcurso de una actividad comercial” (Real Academia Española, 2024). Este proceso implica el intercambio de bienes que se ofrecen a los usuarios para su compra, lo que a su vez promueve el empleo, la competitividad y la inversión, generando un impacto económico considerable. Sin embargo, como aspecto negativo, puede llevar al hacinamiento de negocios comerciales y, en muchos casos, ha contribuido al crecimiento del comercio informal.

“El comercio formal se define como la compra-venta de productos conforme a leyes y reglamentos que regulan el buen funcionamiento y desarrollo del mismo, realizándose en espacios y condiciones adecuadas para esta actividad económica” (González, 2011).

Figura 09
Comercio en Mercado Gran Colombia de la ciudad de Loja



Nota. Elaborado por la autora

“El comercio informal abarca una categoría más amplia que, entre sus múltiples modalidades, incluye el comercio ambulante. Se denomina comercio ambulante a la actividad comercial que se desarrolla en las calles, ya sea de forma cambiante o en un lugar fijo ocupado durante determinadas horas del día” (González, 2011).

La principal diferencia entre el comercio formal e informal es el cumplimiento de normativas y regulaciones. El comercio formal se lleva a cabo en espacios planificados y bajo condiciones legales que garantizan seguridad, calidad y estabilidad tanto para los comerciantes como para los consumidores. En cambio, el comercio informal se desarrolla en espacios improvisados, como calles o plazas, sin tener en cuenta las normativas, lo que le otorga flexibilidad pero limita el acceso a beneficios legales y económicos, además de generar desafíos para el ordenamiento urbano.

2.3.3 Mercado

De acuerdo con la Real Academia Española (2023), el término "mercado" tiene sus raíces en el latín 'mercatus', haciendo referencia a un espacio público designado para la transacción comercial de bienes y servicios. Para Bonta y Farber (2002), estos espacios se definen como el lugar donde convergen la oferta y la demanda, permitiendo satisfacer las necesidades de los consumidores mediante el intercambio. Esta interacción constante entre productores y consumidores es lo que impulsa la dinámica de los mercados.

El mercado, según González (2002), es un espacio de interacción social y económica donde individuos, grupos y organizaciones se relacionan para intercambiar bienes y servicios. Este espacio dinámico permite la satisfacción de necesidades y deseos, fomentando la especialización y la cooperación entre los miembros de una sociedad.

Por otro lado, los mercados se clasifican en función de la demanda a la que deben responder, es decir, según la población del área que abastecen. A continuación, se detallan estas categorías.

2.3.4 Clasificación de los mercados según la influencia poblacional

- Mercado Cantonal

El mercado cantonal, también denominado mercado barrial, atiende las necesidades de una población residente en un radio de influencia no superior a un kilómetro. Su accesibilidad, ya sea a pie o en vehículo particular, asegura que los usuarios puedan llegar en un tiempo promedio de hasta diez minutos (Momostenango, 1998).

- Mercado Sectorial

El mercado sectorial se encuentra en áreas específicas, en función de la demanda proveniente de zonas situadas a más de un kilómetro de distancia. Su objetivo es cubrir las necesidades de bienes y servicios de los habitantes, facilitando el acceso tanto a pie como en vehículo particular o mediante transporte público (Momostenango, 1998).

- Mercado Metropolitano

El mercado metropolitano constituye una infraestructura destinada a diversas actividades comerciales, funcionando como el principal punto de abastecimiento de una ciudad. Su alcance le permite atender a una población considerable y abarcar una extensa área territorial (Momostenango, 1998).

Figura 10
Radios de influencia de los mercados según la influencia de la población



Nota. Elaborado por la autora

2.3.5 Relación de mercados según su funcionamiento y organización

Las áreas comerciales se distinguen por su capacidad para facilitar la compra y venta de bienes y servicios, así como por su ubicación estratégica, lo que determina su estructura y funcionamiento, como se muestra a continuación:

Figura 11 Organización y función de los mercados



Nota. Elaborado por la autora

2.3.6 Distribución de zonas en un mercado

En el funcionamiento de los mercados, se establece una clasificación en áreas húmedas y secas, con el objetivo de organizar los espacios de manera óptima, garantizando condiciones adecuadas tanto para los consumidores como para los vendedores.

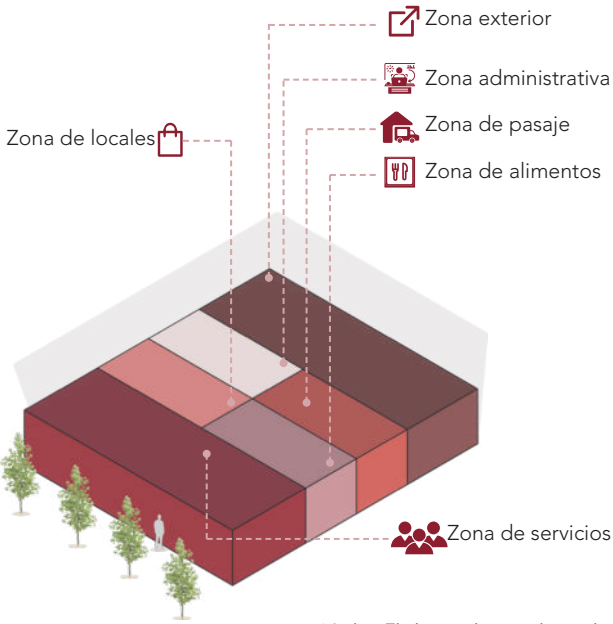
- 1 ZONA HÚMEDA**
El agua es un elemento indispensable en esta zona, por lo que es necesario instalar un sistema de drenaje en los locales comerciales (Gómez, 2010).
- 2 ZONA SEMI - HÚMEDA**
Esta área requiere un menor consumo de agua potable en comparación con la zona húmeda (Gómez, 2010).
- 3 ZONA SECA**
Estas son las áreas que no necesitan estar abastecidas de agua potable en cada puesto, ya que locales en esta zona no necesitan agua para el funcionamiento de su programa arquitectónico (Gómez, 2010).

2.3.6.1 Clasificación de espacios en un mercado

Según Quinde & Patiño (2022), los mercados tienen la siguiente clasificación de áreas:

- Zona exterior**
 - Plaza de acceso
 - Estacionamiento
- Zona de administración**
 - Secretaria
 - Administrador
 - Contabilidad y control
- Zona de locales**
 - Carnicería, pescadería y pollería
 - Lácteos
 - Verduras y frutas
- Zona de pasaje**
 - Zapatería
 - Telas y ropa
 - Alfarería y cristalería
 - Flores y plantas
- Zona de alimentos**
 - Jugos
 - Tortillerías
 - Barbacoa
- Zona de servicios**
 - Patio de maniobras
 - Patio de basura
 - Bodega
 - Frigorífico
 - Preparación y lavado
 - Baños y sanitarios para personal comercial
 - Baños y sanitarios para público en general
 - Cuarto de máquinas y mantenimiento

Figura 12 Clasificación de zonas en un mercado



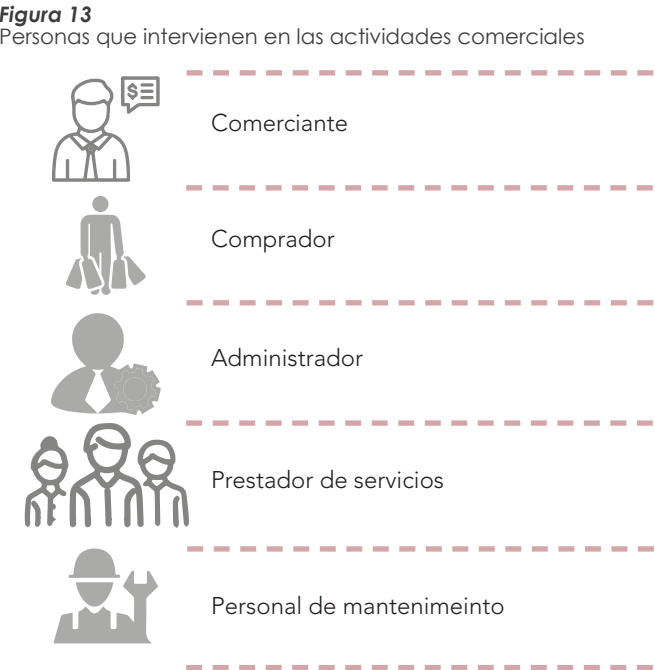
Nota. Elaborado por la autora

2.3.6.2 Clasificación de locales comerciales

Según Velásques (2015), los locales comerciales pueden clasificarse en tres categorías que son las siguientes:

1. **Locales de primera categoría:** Esta categoría hace referencia a las carnicerías
2. **Locales en segunda categoría:** Se refiere a los productos lácteos, pollerías, pescado, mariscos, etc.
3. **Locales en tercera categoría:** Incluyen espacios destinados a la venta de verduras, frutas, flores y alimentos preparados.

2.3.6.3 Personas que intervienen en las actividades comerciales



Nota. Elaborado por la autora

2.3.7 Plaza y comercio

La Real Academia Española (2001) define la plaza como "un espacio amplio dentro de un poblado, al que confluyen varias calles". Este tipo de espacio, además de su disposición física, destaca como un núcleo dinámico de interacción social, donde se desarrollan múltiples actividades de manera simultánea, reforzando su papel como eje central en la vida urbana.

En este contexto, las plazas de mercado adquieren una función más específica al convertirse en uno de los puntos clave de intercambio comercial y abastecimiento, particularmente de productos agropecuarios, en ciudades y poblados (Dane, 2015). Estas plazas no solo cumplen una función económica, sino que también reflejan la diversidad cultural de las regiones, actuando como representaciones a pequeña escala del patrimonio social y cultural de sus comunidades.

2.3.8 Mercado como nodo de comercio y cultura

La función principal de los mercados radica en el intercambio de productos, lo que, a su vez, fomenta un intercambio cultural, dado que los productos reflejan un sentido de pertenencia y simbolizan aspectos culturales específicos (Pérez, 2015). Este vínculo entre la comercialización y la cultura se manifiesta a través de la interacción entre vendedores y compradores, donde se produce una transferencia cultural que puede tener tanto impactos positivos como negativos.

La cultura, entendida como un conjunto de valores y normas, ha sido analizada desde diferentes enfoques, destacándose como un elemento clave en la interacción social. La relación entre la comercialización y los espacios públicos es inherente, ya que, históricamente, los mercados han sido lugares esenciales para la formación de las ciudades, consolidándose como pilares de la actividad económica y cultural que impulsan el desarrollo de las sociedades.

Los mercados actúan como catalizadores urbanos que promueven la interacción social en los espacios públicos. Más que simples puntos de venta, se convierten en escenarios esenciales para el intercambio social, integrando dinámicas económicas y culturales en el entorno público. La variedad de actividades que se desarrollan en estos lugares fomenta un sentido de pertenencia tanto en la comunidad como en los comerciantes, fortaleciendo así la identidad local y consolidando los mercados como ejes esenciales del tejido urbano.

2.3.9 Características y estrategias del mercado como nodo de comercio y cultura

Tabla 01 Características , atributos y estrategias del mercado como nodo de comercio y cultura		
Características del mercado	Atributos del comercio y la cultura	Estrategias arquitectónicas para el diseño
Conexión y movilidad	Acceso fácil y seguro para diferentes usuarios: comerciantes, vecinos y visitantes	Creación de rutas peatonales, accesos universales y mobiliario inclusivo
	Integración efectiva con el entorno urbano circundante	Definición clara de accesos principales, espacios de carga y descarga separados y conexión con áreas vecinas
Identidad local y pertenencia	Reforzamiento del sentido de pertenencia a través de productos y prácticas comerciales	Uso de materiales y formas arquitectónicas que representen la identidad cultural del sector
	Promoción de tradiciones y conocimientos específicos del lugar	Espacio dedicados a talleres, ferias y actividades educativas para transmitir saberes locales
Mercado como espacio cultural y activo	Punto de encuentro para las dinámicas sociales y culturales de la comunidad	Incorporación de plazas y zonas comunes para actividades culturales, recreativas y comerciales
	Fomenta eventos como exposiciones, festivales o reuniones comunitarias	Espacios multifuncionales que se adapten a diversas actividades culturales y comerciales
Intercambio comercial y cultural	Espacio para productores locales, comerciantes y consumidores	Diseño de áreas abiertas y flexibles para el intercambio social, cultural y económico
	Refleja tradiciones, prácticas y productos propios de la comunidad	Inclusión de espacios para la exposición de productos representativos y actividades culturales locales

Características del mercado	Atributos del comercio y la cultura	Estrategias arquitectónicas para el diseño
Fortalecimiento de la economía local	Apoyo directo a la producción y comercialización regional	Zonas específicas para pequeños productores y mercados itinerantes que conecten oferta y demanda local
	Impulso a la economía comunitaria mediante la diversificación de productos y servicios	Diseño de áreas versátiles que permitan la exhibición y venta de productos variados según las temporadas y necesidades
Seguridad y vigilancia activa	Promover espacios visibles y activos para garantizar la seguridad de los usuarios como menciona Jan Gehl sobre los "ojos en la calle"	Fortalecimiento de actividades en las plazas externas del mercado tanto en el día como en la noche
	Inclusión de mobiliario urbano y puntos de vigilancia estratégica que favorezcan el monitoreo constante del mercado	Crear barreras físicas sutiles que mantengan el flujo organizado y seguro dentro del mercado
Interacción con el espacio público	Fomentar actividades que generen encuentros sociales espontáneos	Diseño de espacios flexibles para actividades múltiples como ferias, reuniones y eventos culturales
	Integrar espacios donde los usuarios puedan permanecer más tiempo, fortaleciendo la interacción comunitaria	Integración de mobiliario urbano cómodo, zonas de sombra y áreas verdes para incentivar la estancia prolongada y el intercambio social y comercial
Actividades temporales y estacionales	Promoción de actividades itinerantes que dinamicen la economía local y refuercen la identidad cultural	Diseño de infraestructura ligera, como kioscos o carpas desmontables, que permita adaptarse a eventos temporales

Nota. Datos obtenidos de Ciudades para la gente (Gehl, 2014).
Elaborado por la autora

Figura 14
Espacio público del Centro Cultural Pedro de Osma en Lima



Nota. Jaime Lecca, 2016

2.4 Marco Normativo

Para el desarrollo de la investigación, se han considerado diversos lineamientos fundamentales que aseguran el cumplimiento de requisitos legales y normativos, garantizando una propuesta viable y efectiva.

2.5.1 Diseño de mercados saludables

El manual para el reconocimiento y certificación de mercados saludables proporciona un conjunto de normativas cuyo objetivo principal es garantizar la venta de alimentos seguros y de calidad, minimizando riesgos sanitarios. Dentro de este marco se consideran los siguientes aspectos clave:

Artículo 4.1 Infraestructura

Se establece que los mercados deben contar con una infraestructura adecuada para la alta afluencia de personas. Esto incluye la provisión de espacios suficientes para los comerciantes, sistemas eficientes de drenaje de aguas lluvias y la incorporación de áreas complementarias, como una guardería destinada exclusivamente para los hijos de los comerciantes, mejorando así las condiciones de uso y accesibilidad (Manual de mercados saludables, 2013).

Artículo 4.2 Servicios

La disponibilidad de agua potable es un elemento esencial en los mercados, especialmente en zonas húmedas y semi-húmedas. Asimismo, el manual resalta la importancia de incorporar sistemas de ventilación adecuados, señalización clara, espacios específicos para almacenamiento y áreas designadas para la recolección de desechos, garantizando un entorno higiénico y funcional (Manual de mercados saludables, 2013).

Artículo 4.5 Puesto de comercialización

Se enfatiza la correcta organización y mantenimiento de los puestos de venta. Las estanterías deben estar fabricadas con materiales no porosos que faciliten su limpieza y conservación. Además, los productos deben ser clasificados y distribuidos según su naturaleza, asegurando una adecuada separación y evitando contaminaciones cruzadas (Manual de mercados saludables, 2013).

2.4.1 Norma técnica diseño de mercados minoristas

Tabla 02
Norma técnica Ecuatoriana

ARTÍCULO	RESUMEN	
Artículo 10 Composición	10.1 Área de comercialización - Puestos húmedos - Puestos semi-húmedos - Puestos secos	10.4 Área de administración y servicios complementarios - Área de administración - Estacionamientos - Guardería
	10.2 Área de comercialización complementaria - Puestos complementarios - Zona gastronómica - Zona de esparcimiento	10.5 Área de energía y mantenimiento - Cuarto de máquinas - Cuarto de mantenimiento
	10.3 Área de abastecimiento, control y despacho - Áreas de almacenamiento o depósito - Área de refrigeración - Patio de descarga	10.6 Área de residuos sólidos - Depósito de residuos sólidos
Artículo 12 Criterios para el diseño arquitectónico	12.4 Accesos El acceso debe ser directo e independiente, mínimo dos ingresos diferenciados para peatones y vehículos en mercados de hasta 150 puestos.	
	12.5 Retiros Retiro mínimo de 1.50 m, ajustable según parámetros urbanísticos.	
	12.6 Altura Altura mínima de 3.00 m en puestos y 4.50 m en pasillos para ventilación.	
Artículo 13. Criterios para el diseño estructural	12.7 Circulaciones Los pasillos principales deben medir al menos 3.00 m de ancho y los secundarios, 2.40 m, asegurando fluidez, drenaje eficiente de líquidos y ausencia de puntos ciegos.	
	12.8 Ventilación El diseño debe garantizar circulación de aire para evitar olores, humedad y deterioro de productos o incomodidad de los usuarios.	
	12.9 Iluminación Es fundamental incorporar iluminación natural o artificial que asegure visibilidad sin alterar las características de los productos.	
	2.10 Vanos Cada ambiente debe considerar al menos un vano que represente al menos el 10% de su superficie para permitir ventilación adecuada, protegidas con mallas anticorrosivas.	
	12.11 Techos Su diseño debe considerar las condiciones climáticas y definir pendientes e inclinaciones acordes a la zona.	
	12.12 Puestos La dimensión de los puestos debe optimizarse según su funcionalidad y el equipamiento necesario.	

ARTÍCULO	RESUMEN
4. Requisitos	4.1.1 Localización, diseño y construcción -La construcción debe ser sólida y disponer de espacio suficiente para la instalación, operación y mantenimiento de los equipos y puestos de comercialización, así como para el movimiento del personal, usuarios y el traslado de materiales y alimentos.
	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. La señalización debe realizarse de acuerdo a la NTE INEN 439.
	- Las áreas internas del mercado deben estar divididas en zonas o giros según el nivel de higiene dependiendo de los riesgos de contaminación y de los alimentos. - Las paredes de los puestos de comercialización deben tener una superficie lisa de baldosa o pintura lavable hasta una altura mínima de 2 m. - En las áreas donde se manipulan y preparan los alimentos, las uniones entre las paredes y los pisos, deben ser cóncavas (redondeadas) para facilitar su limpieza y desinfección. -Los pisos deben tener una pendiente mínima de 2 % que permita el drenaje de efluentes líquidos provenientes de la limpieza. -Las ventanas y aberturas deben ser construidas de manera que eviten la acumulación de polvo o suciedad en el caso de comunicación con el exterior estar provistas de malla contra insectos.
Nota. Datos obtenidos de Norma técnica Ecuatoriana (2013). Elaborado por la autora	
2.7.3 Normas de Arquitectura y Urbanismo para el Distrito Metropolitano de Quito	
Tabla 03 Normas de Arquitectura y Urbanismo para el Distrito Metropolitano de Quito	
ARTÍCULO	RESUMEN
Ordenanza 3457	Art.223 Ventilación -Los locales comerciales que tengan acceso por galerías comerciales cubiertas y que no dispongan de ventilación directa al exterior, deberán ventilarse por ductos, o por medios mecánicos
	Art.226 Locales de comercio de productos alimenticios - Los locales comerciales que tengan acceso por galerías comerciales cubiertas y que no dispongan de ventilación directa al exterior, deberán ventilarse por ductos, o por medios mecánicos.
	- Los muros y pavimentos serán lisos, impermeables y lavables. - Los vanos de ventilación de locales donde se almacenen productos alimenticios estarán dotados de mallas o rejillas de metal que aislen tales productos de insectos, roedores y otros elementos nocivos.
	Art.223 Servicios sanitarios en comercios - Medio baño por cada 50 m² de área útil de local comercial y uno adicional por cada 500 m². de local o fracción mayor al 50%.
	- En centros comerciales para locales menores a 50 m², se exigirá un medio baño para hombre y uno para mujeres por cada 10 locales.
	- En toda batería sanitaria se considerará un baño para personas con discapacidad y movilidad reducida, según lo especificado en el literal del Art. 68 del mismo libro.
Nota. Datos obtenidos de Normas de Arquitectura y Urbanismo para el Distrito Metropolitano de Quito. Elaborado por la autora	

03

MARCO REFERENCIAL



3.1 Catálogo de referentes

Se realiza un análisis de tres referentes arquitectónicos y un referente urbano, tanto a nivel nacional como internacional, los cuales están estrechamente vinculados con estrategias de intervención en infraestructura pública, tales como los mercados, plazas y centros de desarrollo cultural.

Asimismo, se ha decidido establecer ciertos lineamientos particulares de selección, tales como la integración de la plaza pública con el comercio, la implementación de programa arquitectónico mixtos y el desarrollo de espacios independientes. Además, se considera el sistema constructivo y la materialidad utilizada en la envolvente.

Con el propósito de realizar el análisis de los referentes, se empleará una metodología adaptada a los criterios de Montaner (2018), expuestas en su libro, “Herramientas para habitar el presente”. Dicha metodología posibilita un análisis progresivo de lo macro a lo micro, abordando primero los referentes urbanos y luego los arquitectónicos.



Revitalización Urbana Plaza Rotary
Boris Albornoz y asociados
Cuenca, Ecuador, 2010



Mercado en Bergen
Eder Biesel Arkitekter
Bergen, Noruega, 2012



Mercado 9 de Octubre
Boris Albornoz y asociados
Cuenca, Ecuador, 2009



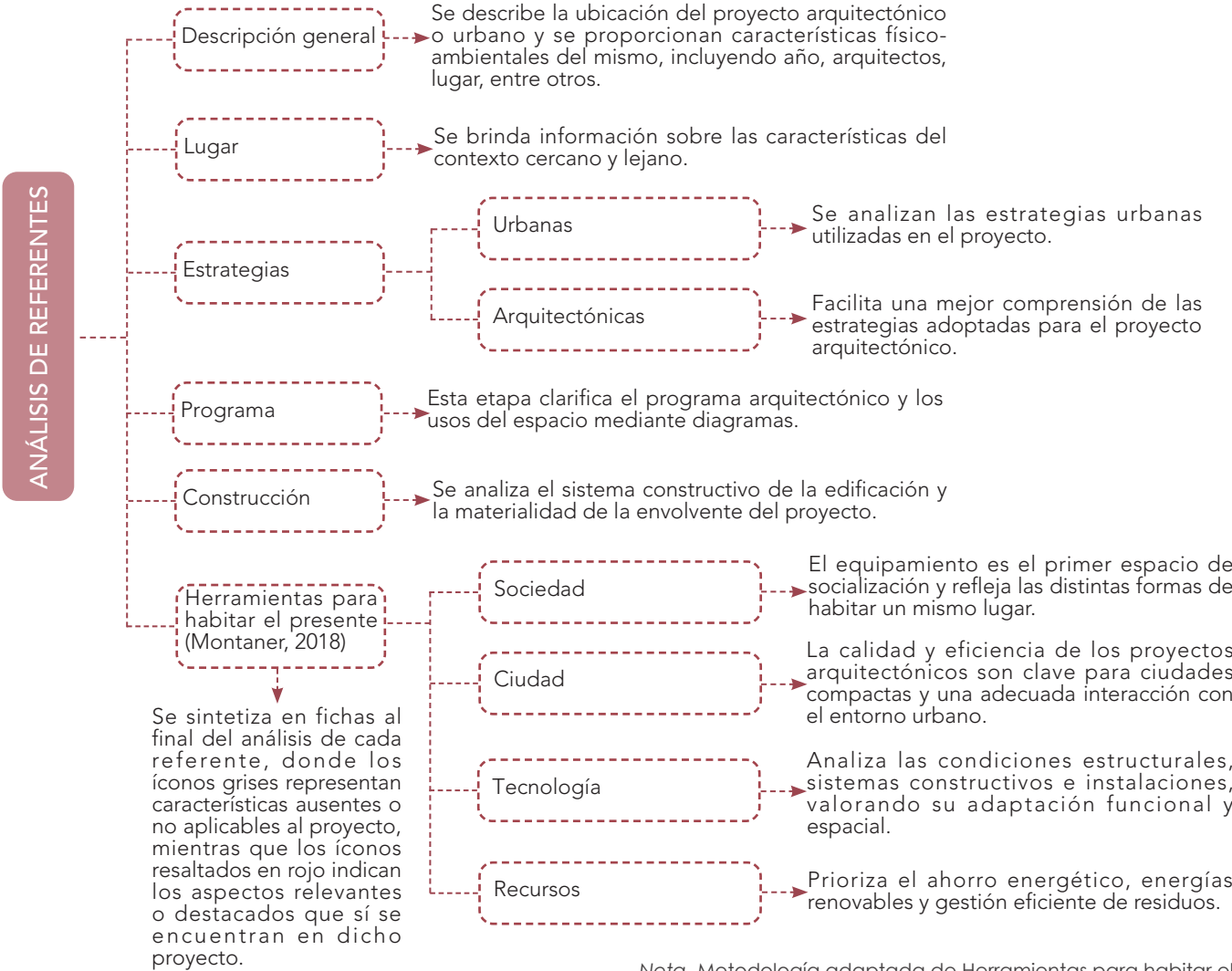
Centro Cultural El Tranque
BiS Arquitectos
Lo Barnechea, Chile, 2015
Nota. Datos e imágenes obtenidos de ArchDaily (2024).
Elaborado por la autora

Figura 15
Catálogo de referentes

3.2 Metodología

La metodología, basada en Herramientas para habitar el presente de Montaner (2018), se desarrolla en dos fases: en la primera, se analizan aspectos generales como ubicación, estrategias, programa y construcción; en la segunda, se elaboran fichas que sintetizan el análisis previo.

Figura 16
Metodología para análisis de referentes



Nota. Metodología adaptada de Herramientas para habitar el presente, (Montaner, 2018). Elaborado por la autora

3.3 Revitalización Urbana Plaza Rotary

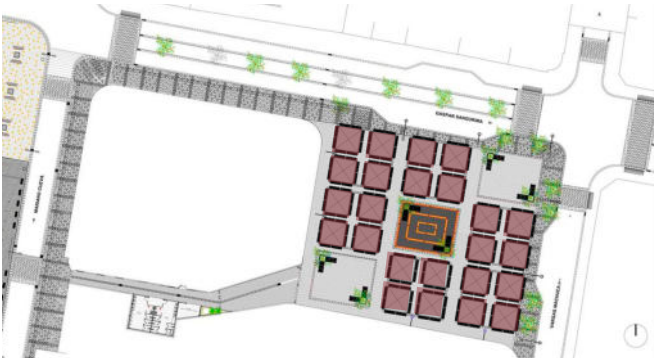
DESCRIPCIÓN GENERAL

- Arquitecto: Boris Alborno y asociados
- Lugar: Cuenca, Ecuador
- Año: 2009
- Área: 1.947 m²

Al formar parte del circuito comercial del sector 9 de octubre se desarrollaron pequeños kioskos en los costados de la plaza, donde los comerciantes ofrecían sus productos. El lugar fue conocido como Mercado Campesino o Plazoleta de Sogas, hasta que finalmente adoptó la denominación de "Plaza Rotary".

Al estar ubicado en uno de los sectores mas deteriorados de la Ciudad de Cuenca, la "Revitalización de la Plaza Rotary" ha llevado a una transformación significativa que ha beneficiado el entorno urbano circundante. Esta intervención contempló la creación de 96 espacios destinados a la exhibición y venta de artesanías, consolidándose como un espacio fundamental para la comercialización dentro de la ciudad.

Figura 17
Emplazamiento plaza Rotary



Nota. Archivo BAQ, 2009. Elaborado por la autora

LUGAR

Los kioskos se encuentran situados en un contexto comercial, lo cual ha facilitado la proliferación de comerciantes artesanos en los alrededores. El terreno de la plaza Rotary es casi plano, con una pendiente muy leve. Está rodeado de edificaciones patrimoniales, dado que se localiza en el centro histórico de la Ciudad de Cuenca.

Figura 18
Fotografía plaza Rotary

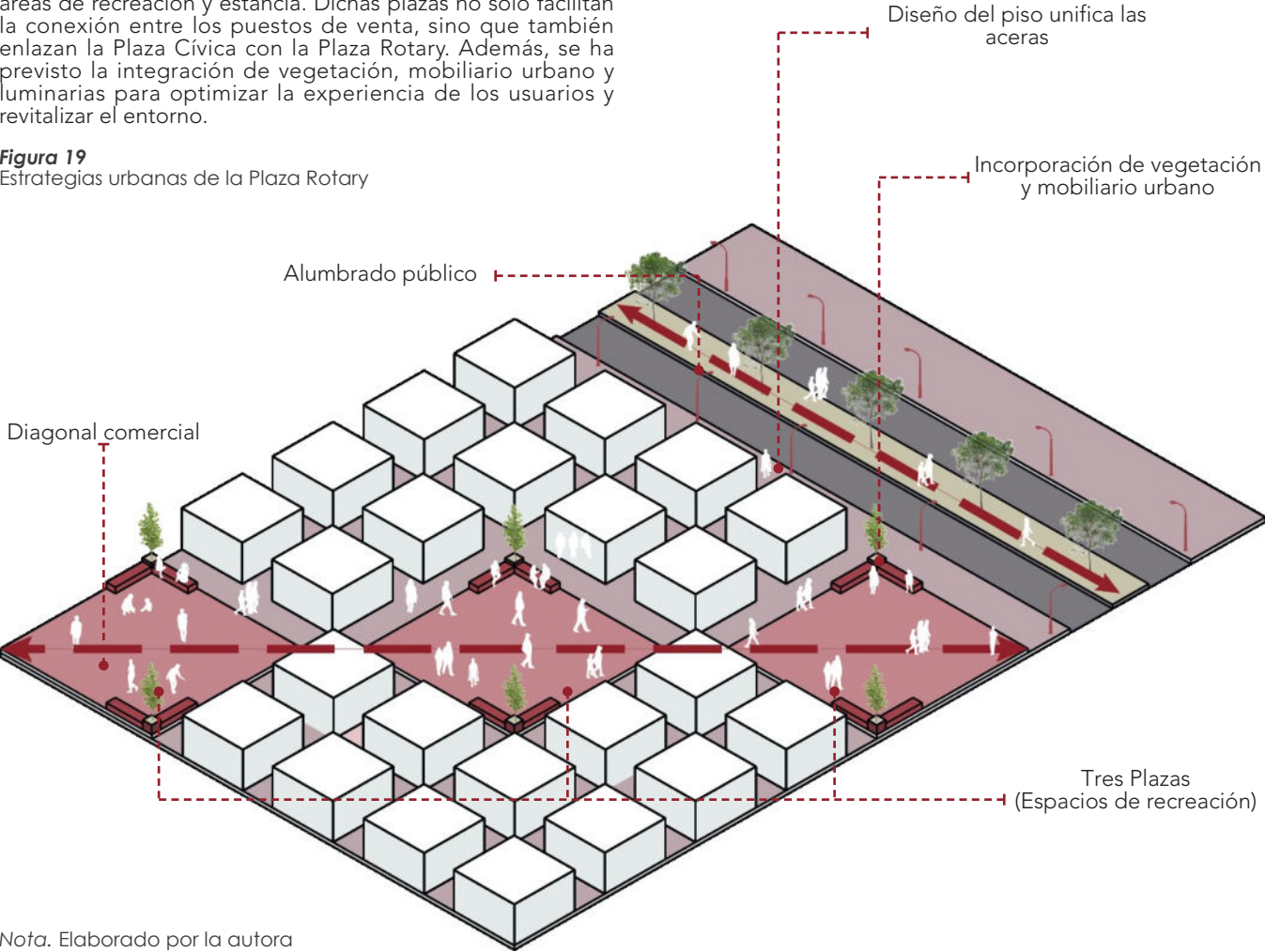


Nota. Alborno, 2009

ESTRATEGIAS URBANAS

En el marco de la intervención urbana en la Plaza Rotary, se estableció como lineamiento principal la creación de una diagonal comercial. Esta diagonal se materializa mediante la incorporación de tres plazas de circulación, diseñadas como áreas de recreación y estancia. Dichas plazas no solo facilitan la conexión entre los puestos de venta, sino que también enlazan la Plaza Cívica con la Plaza Rotary. Además, se ha previsto la integración de vegetación, mobiliario urbano y luminarias para optimizar la experiencia de los usuarios y revitalizar el entorno.

Figura 19 Estrategias urbanas de la Plaza Rotary

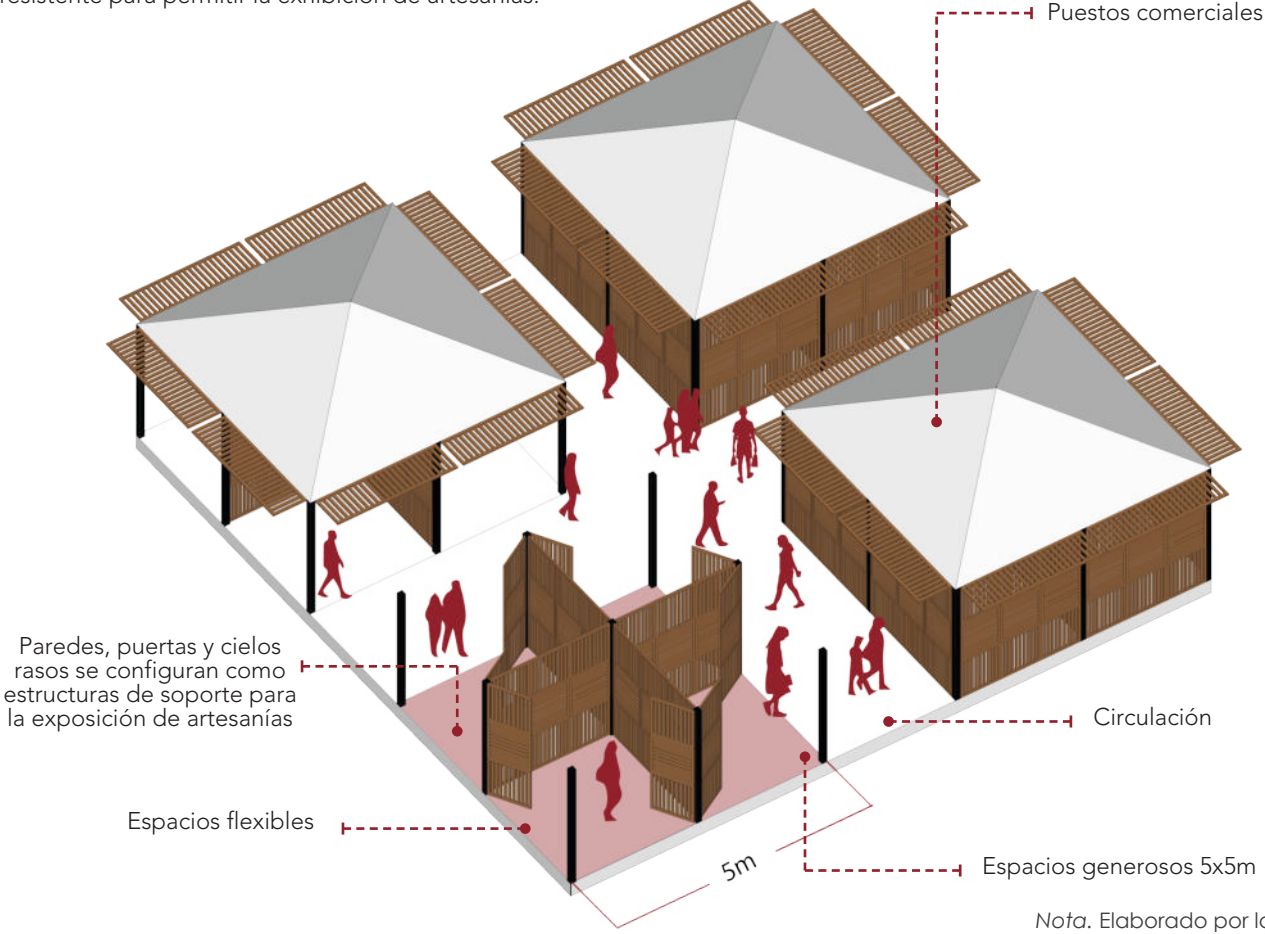


Nota. Elaborado por la autora

ESTRATEGIAS ARQUITECTÓNICAS

Para el diseño de los locales comerciales se utilizan módulos de 5x5 metros, los cuales se dividen en 4 partes. Esta distribución permite liberar área que se destina a la creación de espacios públicos. Los espacios de comercio resultantes son flexibles y pueden adaptarse a las necesidades específicas de los comerciantes. Además, el material utilizado en la envolvente de estos locales es lo suficientemente resistente para permitir la exhibición de artesanías.

Figura 20 Estrategias arquitectónicas de los locales comerciales de la Plaza Rotary



Nota. Elaborado por la autora

PROGRAMA

Los espacios resultantes de la separación de los módulos se utilizan para las circulaciones que rodean los locales comerciales. Además, la incorporación de una diagonal comercial permite una mejor articulación y conexión del programa.

En cuanto a los espacios de los locales comerciales, se emplea una única tipología uniforme que, mediante la modulación, genera un total de 96 locales. La flexibilidad de estos espacios permite a los comerciantes organizar sus productos de acuerdo con sus necesidades específicas.

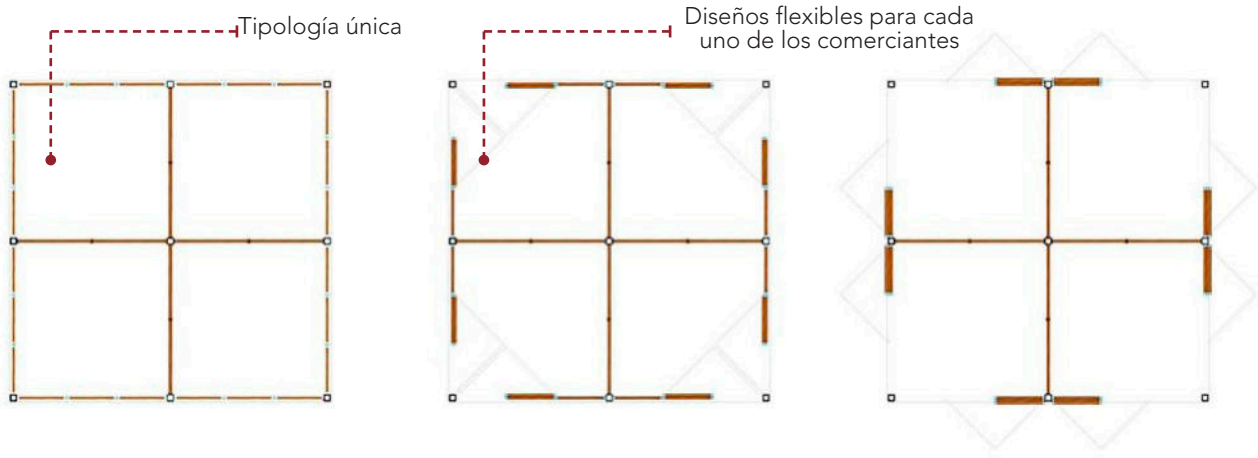
- Circulación
- Plazas
- Aceras

Figura 21
Planimetría de la Plaza Rotary



Nota. Archivo BAQ, 2009. Elaborado por la autora

Figura 21
Tipología de locales comerciales, Plaza Rotary



Nota. Archivo BAQ, 2009. Elaborado por la autora

CONSTRUCCIÓN

La intervención incluye el diseño de la plaza, que unifica las aceras en una sola plataforma, utilizando adoquines y piedra andesita como pavimento, los cuales definen los canales de desagüe.

Con respecto a los locales comerciales, se ha optado por una estructura metálica para cada módulo, la cual se complementa con paredes y puertas elaboradas en madera teca, incluyendo aleros de este mismo material. En cuanto a la cubierta, su diseño es versátil y se ajusta a distintos requerimientos, facilitando la colocación de una lona en forma piramidal o de una cubierta plana constituida por paneles de fibrocemento con un sistema impermeabilizante. Asimismo, se ha instalado un canal perimetral que asegura un desagüe eficiente del agua.

- Cubierta flexible de forma piramidal
- Perfil tubular de acero
- Aleros de madera teca
- Envoltorio de madera teca

- Piedra andesita
- Uso de adoquín en plaza

Figura 23
Estructura de kiosko de la plaza Rotary

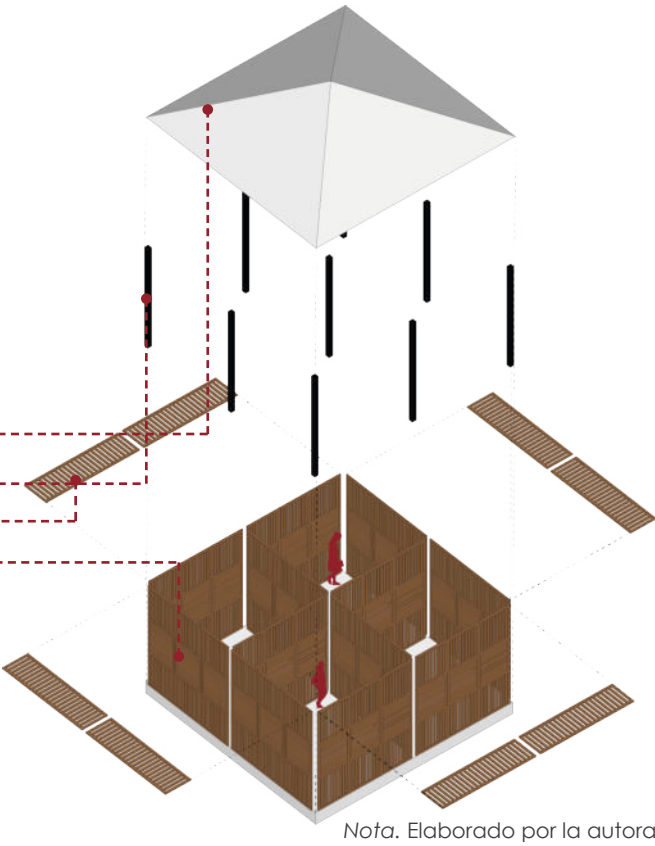
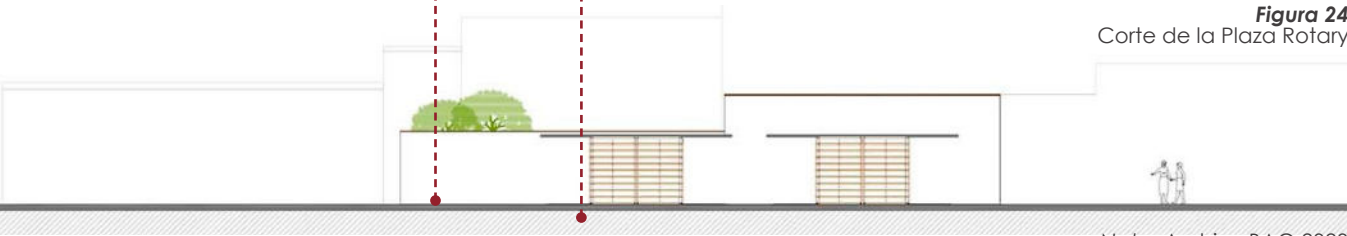


Figura 24
Corte de la Plaza Rotary



— Recursos

3.4 Mercado 9 de Octubre

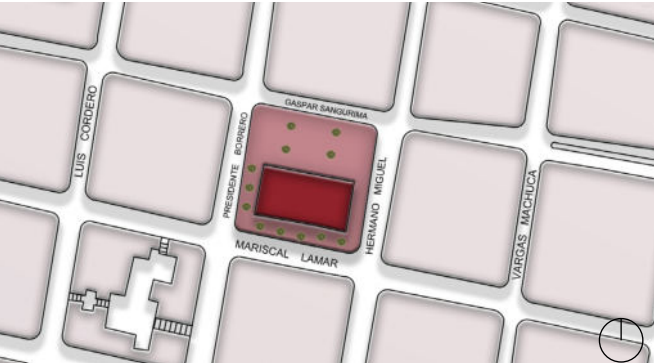
DESCRIPCIÓN GENERAL

- Arquitecto: Boris Albornoz y asociados
- Lugar: Cuenca, Ecuador
- Año: 2010
- Área: 3456,12 m²

El Mercado 9 de Octubre está situado en la ciudad de Cuenca, en la intersección de las calles Mariscal Lamar y Hermano Miguel. Este mercado fue edificado a principios de la década de 1930, inicialmente diseñado como una biblioteca. No obstante, debido a las necesidades de la comunidad, se transformó en un mercado.

La presencia de este equipamiento ha provocado un notable cambio en el uso del suelo de las edificaciones circundantes, generando un incremento en la construcción de tiendas, bodegas, restaurantes y otros comercios.

Figura 25
Ubicación del Mercado 9 de Octubre



Nota. Elaborado por la autora

LUGAR

El Mercado 9 de Octubre se emplaza sobre una superficie ligeramente inclinada, lo que ha posibilitado la creación de una terraza de considerable tamaño, destacando el edificio del mercado en su entorno y logrando una integración armónica con el contexto.

La ciudad de Cuenca exhibe un clima cálido-templado, con temperaturas que fluctúan entre 14 °C y 18 °C durante todo el año.

Figura 26
Fotografía exteriores del Mercado 9 de Octubre

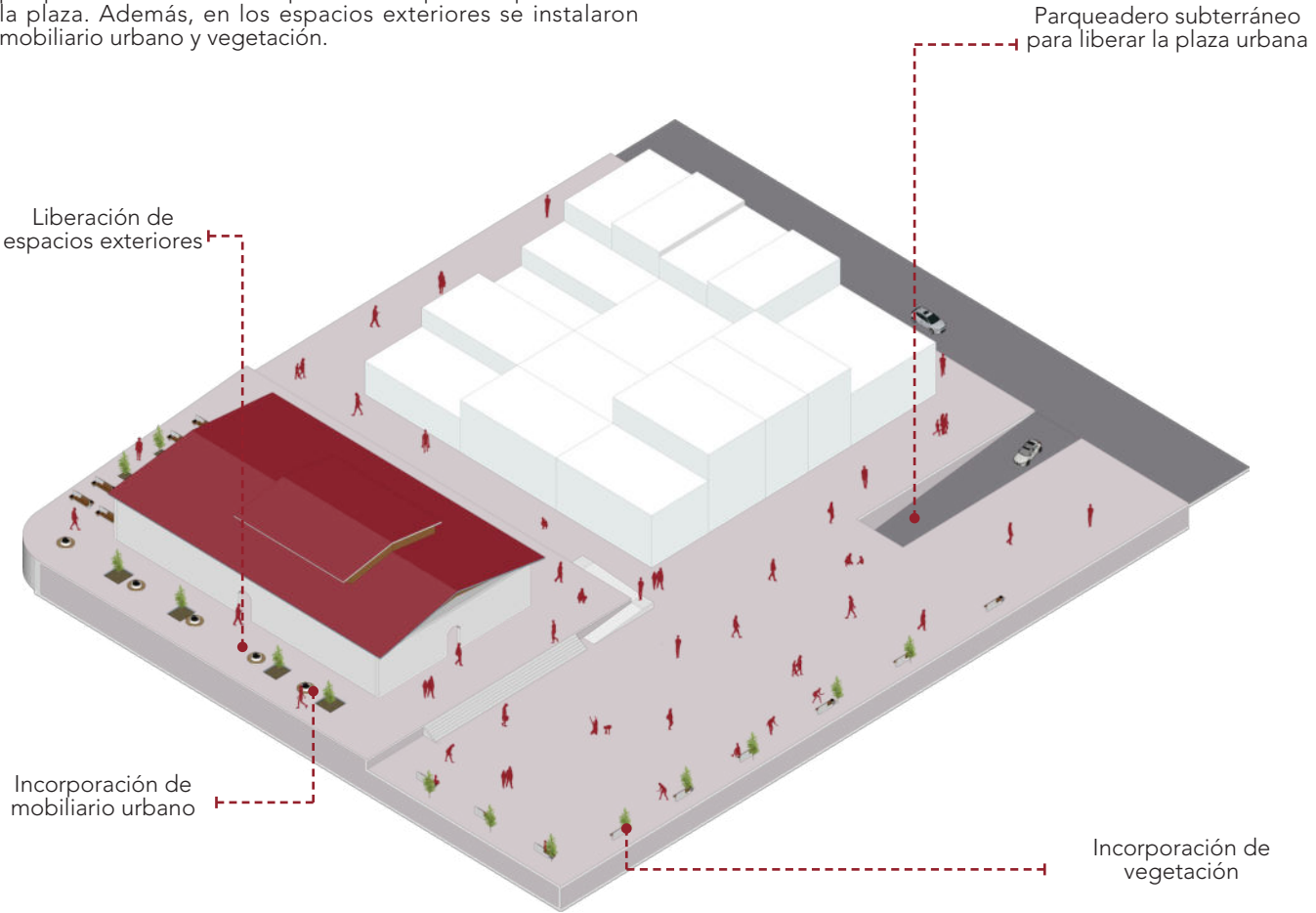


Nota. Archivo BAQ, 2020

ESTRATEGIAS URBANAS

Uno de los objetivos fundamentales de la rehabilitación de este mercado fue mejorar el contexto económico y social, dado que se trataba de uno de los sectores más deteriorados de la ciudad de Cuenca. Para lograr esto, se llevó a cabo un mantenimiento previo de la plaza, incorporando un parqueadero subterráneo para desocupar completamente la plaza. Además, en los espacios exteriores se instalaron mobiliario urbano y vegetación.

Figura 27 Estrategias urbanas del Mercado 9 de Octubre

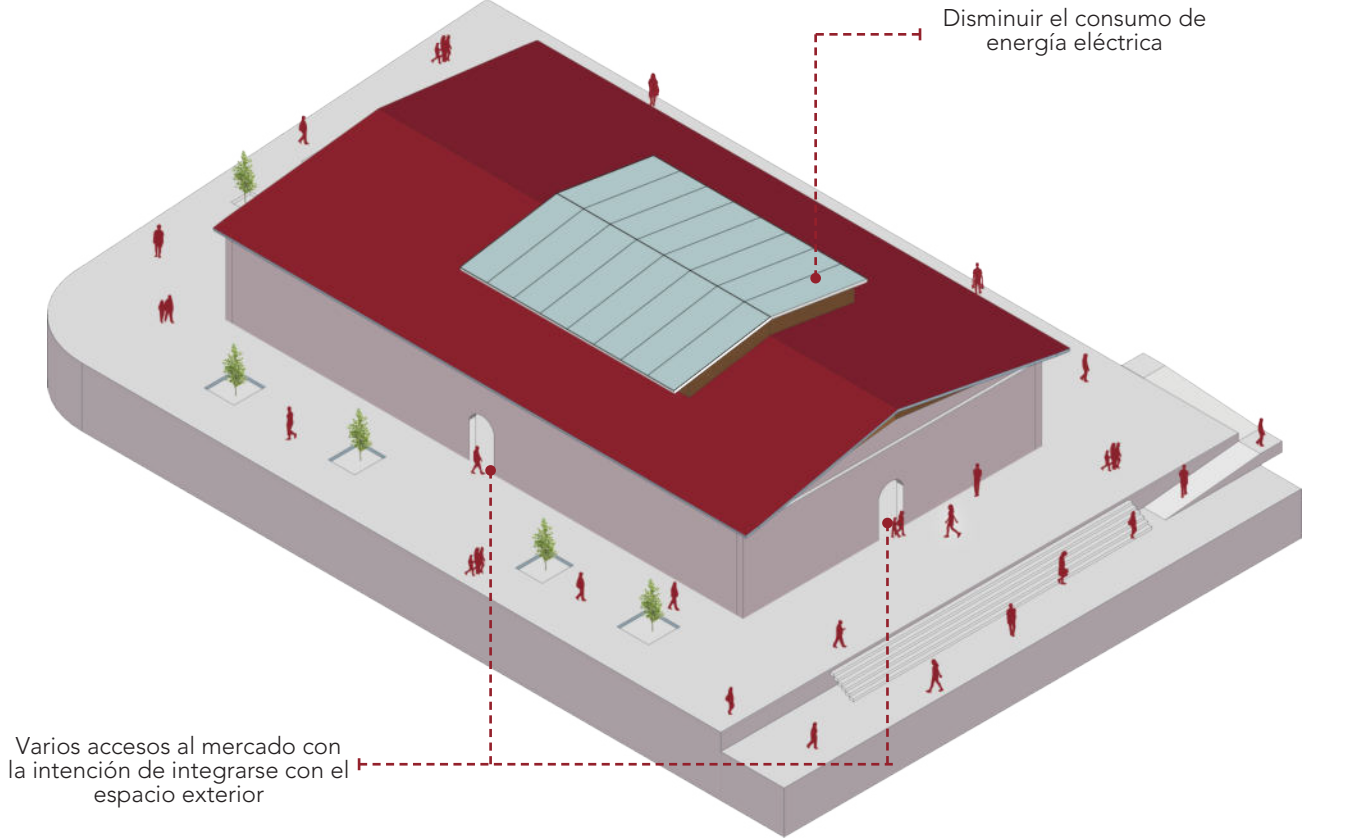


Nota. Elaborado por la autora

ESTRATEGIAS ARQUITECTÓNICAS

Se decidió construir tres niveles, uno de ellos subterráneo, con el propósito de aprovechar mejor el espacio disponible. Asimismo, se diseñaron varias entradas principales para mejorar la accesibilidad del mercado y facilitar su conexión con el entorno. Además, la instalación de una claraboya en la cubierta permite iluminar el espacio interior, lo que ayuda a disminuir el consumo de energía eléctrica.

Figura 28 Estrategias arquitectónicas del Mercado 9 de Octubre

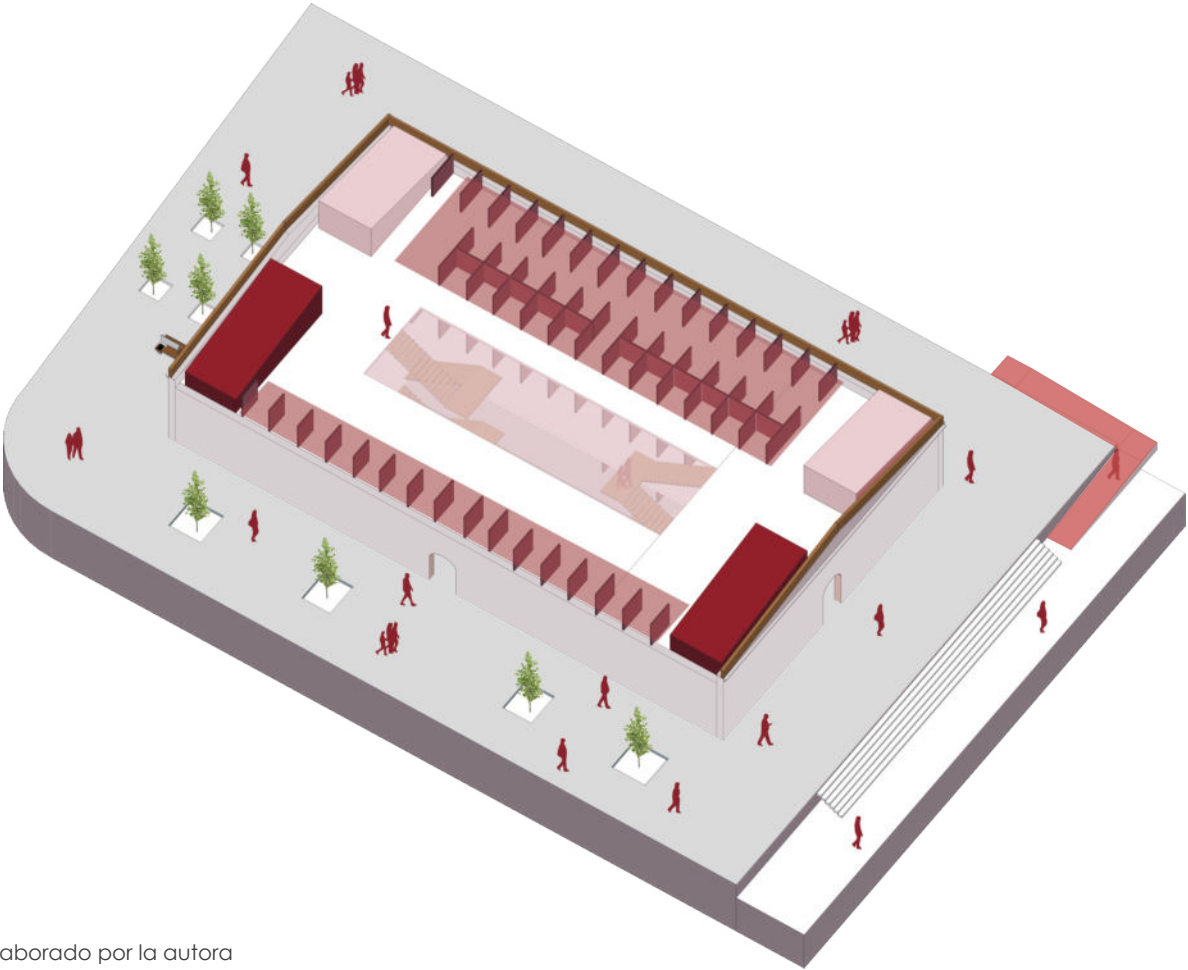


Nota. Elaborado por la autora

PROGRAMA

La organización del programa arquitectónico del Mercado 9 de Octubre se organiza en tres niveles, con una circulación vertical ubicada en el centro y en los extremos este y oeste de la edificación. Las áreas húmedas de servicio se encuentran dispuestas en un lateral. Además, los locales comerciales están situados alrededor de la circulación central.

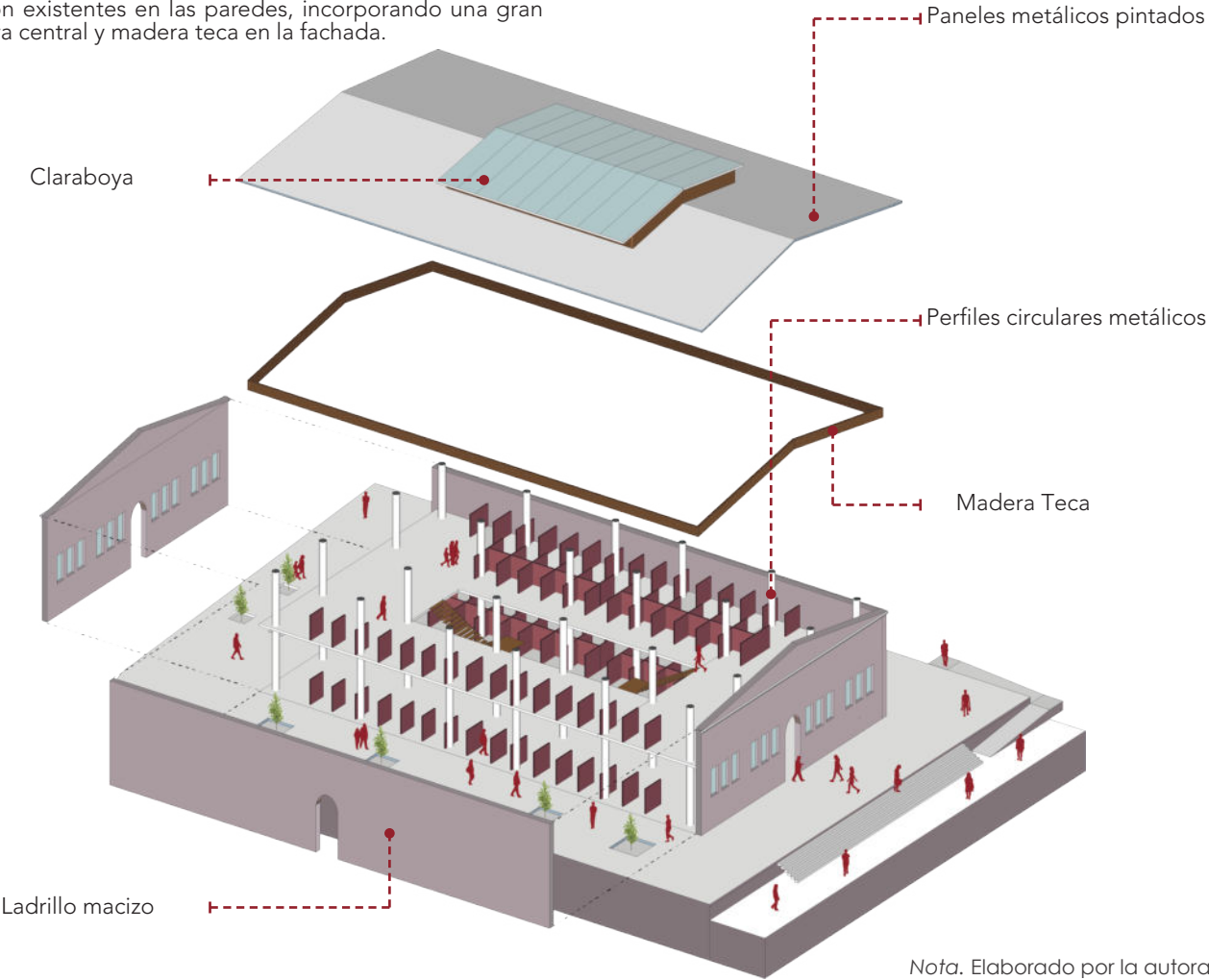
- Circulación vertical
- Franja húmeda
- Puestos comerciales
- Rampa



Nota. Elaborado por la autora

CONSTRUCCIÓN

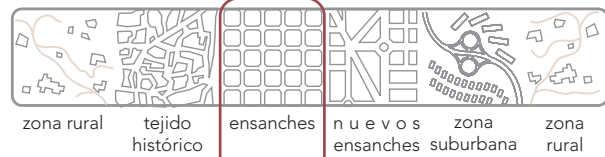
En el proyecto se evidencia el uso de pórticos de estructura metálica, lo que permite generar grandes luces, utilizando una malla ortogonal simétrica para su ubicación. Además, al tratarse de una rehabilitación, se conservaron los muros de hormigón existentes en las paredes, incorporando una gran claraboya central y madera teca en la fachada.



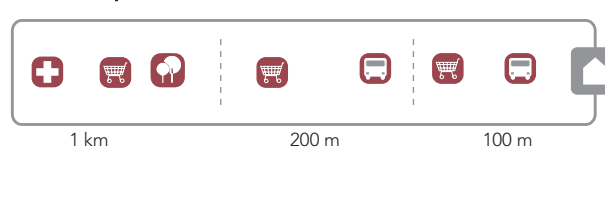
Nota. Elaborado por la autora

- Ciudad

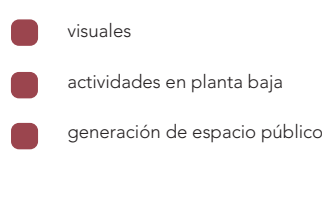
Situación urbana



Valores de proximidad



Relación con el espacio público



Convivencia de usos

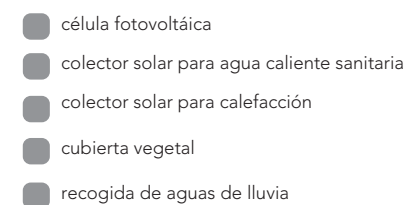


– Tecnología

- Recursos

- sistema estructural
- sistema constructivo

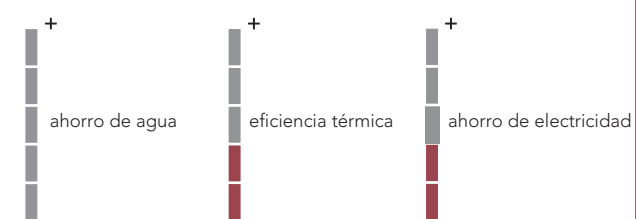
Aprovechamiento activo



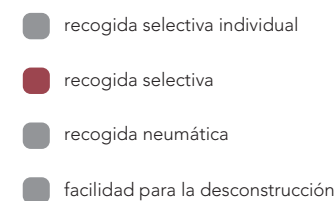
Ventilación cruzada



Eficiencia



Residuos y reciclaje



P.60

P.61

3.5 Mercado en Bergen

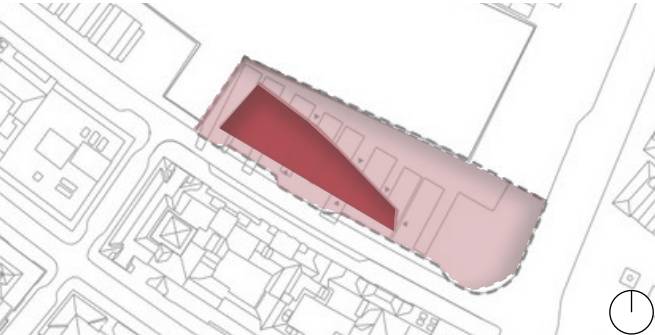
DESCRIPCIÓN GENERAL

- Arquitecto: Eder Biesel Arkitekter
- Lugar: Bergen, Noruega
- Año: 2012
- Área: 4260 m²

Este mercado situado en el corazón de Bergen, Noruega, cumple con todos los requisitos conceptuales y urbanos, integrándose armónicamente en el contexto histórico y proyectando una imagen de plaza de mercado a través de una arquitectura moderna (Archidely, 2013).

El muelle donde se emplaza fue diseñado inicialmente para cubrir las necesidades de los barcos de vapor a principios de 1900 (Archidely, 2013). La implementación de este muelle fue trascendental, transformando la apariencia de la ciudad y reflejando su característica histórica.

Figura 31



Nota. ArchDaily, 2013. Modificado por la autora

LUGAR

Ubicado en la plaza histórica de Bergen, el mercado se erige como un vibrante epicentro comercial y cultural que ha transformado a Bergen en un atractivo destino turístico. La proximidad del muelle ha jugado un papel crucial en la dinamización del sector, añadiendo un valor significativo a la experiencia del visitante.

La planicie del terreno permite una conexión visual fluida con el muelle. Este factor ha permitido una integración espacial eficiente, potenciando la interacción entre el mercado y el paisaje circundante lo que ha permitido fortalecer la relación entre el espacio comercial y los elementos históricos y naturales adyacentes, garantizando una experiencia urbana armónica y funcional.

Figura 32

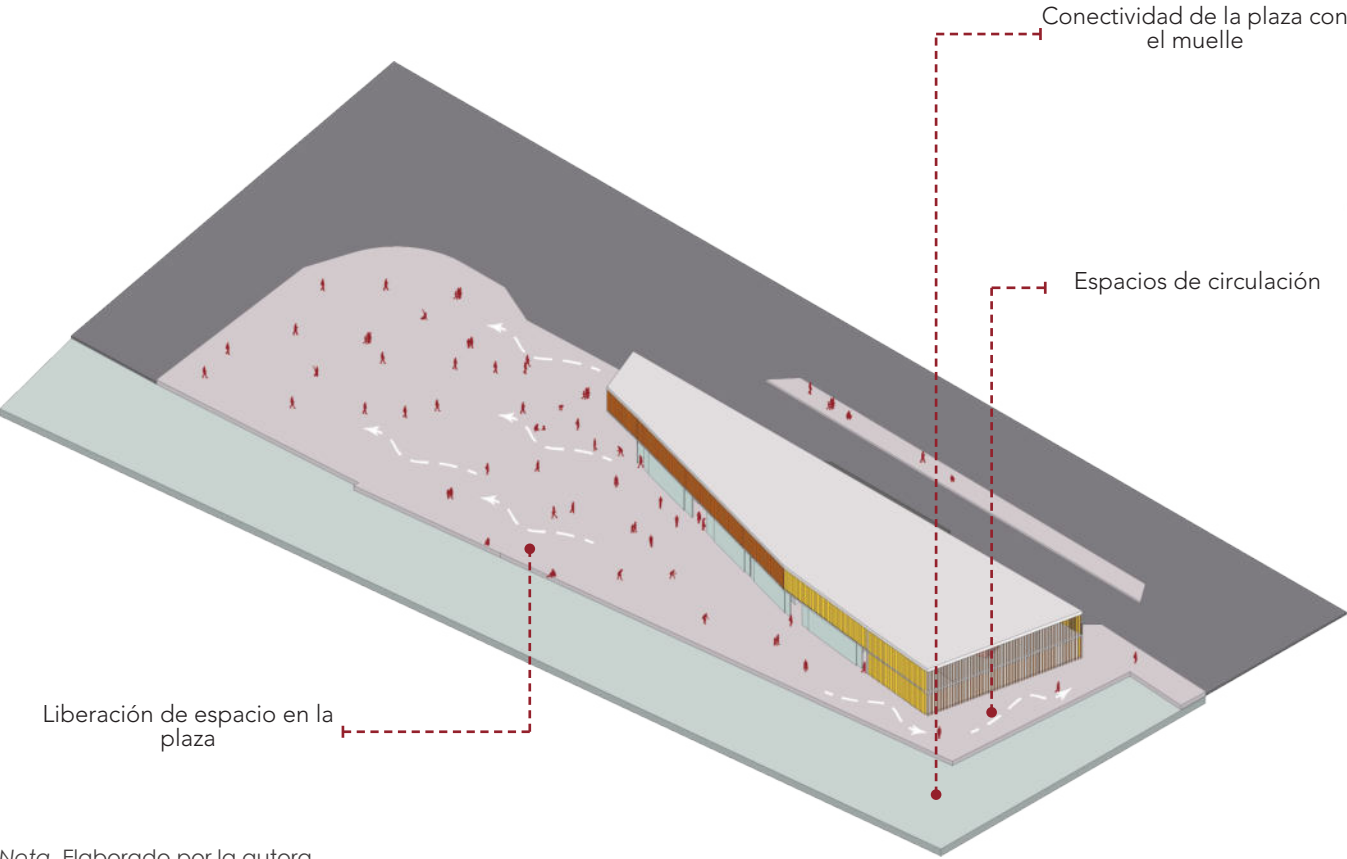
Fotografía exterior del Mercado en Bergen



Nota. Miguletz, 2013

ESTRATEGIAS URBANAS

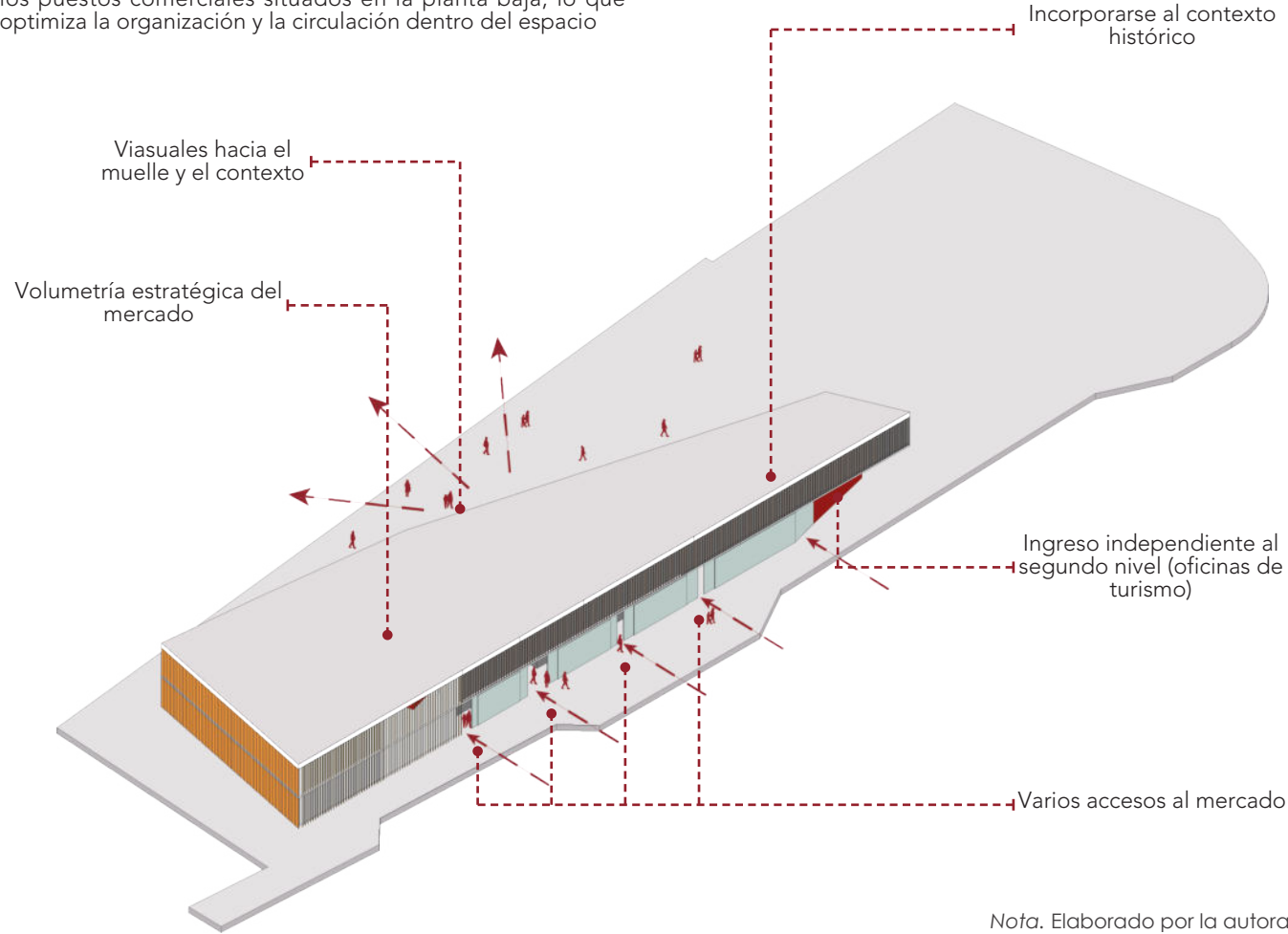
Al diseñar el mercado, se consideraron varios objetivos urbanos clave, uno de estos fue la liberación del espacio público. Antes de dicha edificación, la falta de espacio adecuado para el expendio de productos causaba aglomeraciones en toda la plaza, obstruyendo la vista hacia el muelle, una visual de gran importancia. La creación de una plaza amplia no solo resolvió este problema, sino que también facilitó una mejor conexión con los comercios circundantes, mejorando así la accesibilidad y la integración del entorno urbano.



Nota. Elaborado por la autora

ESTRATEGIAS ARQUITECTÓNICAS

La orientación estratégica del mercado ha permitido su integración armoniosa con el entorno, especialmente con el muelle, por lo cual se han dispuesto varios accesos tanto al norte como al sur, con el propósito de facilitar la accesibilidad desde diversos puntos. Además, los dos pisos del mercado están diseñados de manera independiente, separados de los puestos comerciales situados en la planta baja, lo que optimiza la organización y la circulación dentro del espacio

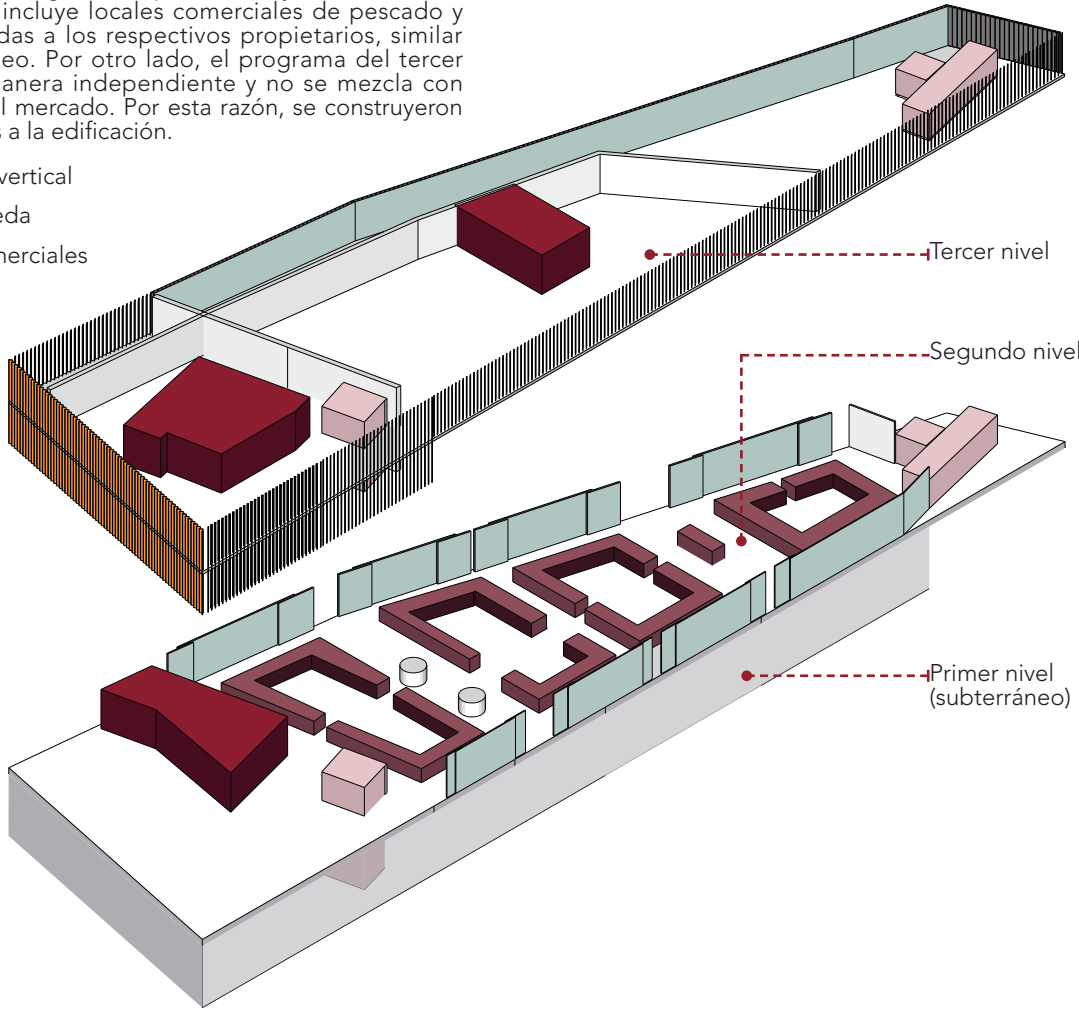


Nota. Elaborado por la autora

PROGRAMA

Este mercado está estructurado en tres niveles. El nivel subterráneo incluye almacenamiento general y en frío, producción de hielo, guardarropas, baños y áreas técnicas. El segundo nivel incluye locales comerciales de pescado y bodegas destinadas a los respectivos propietarios, similar al nivel subterráneo. Por otro lado, el programa del tercer nivel opera de manera independiente y no se mezcla con las actividades del mercado. Por esta razón, se construyeron escaleras externas a la edificación.

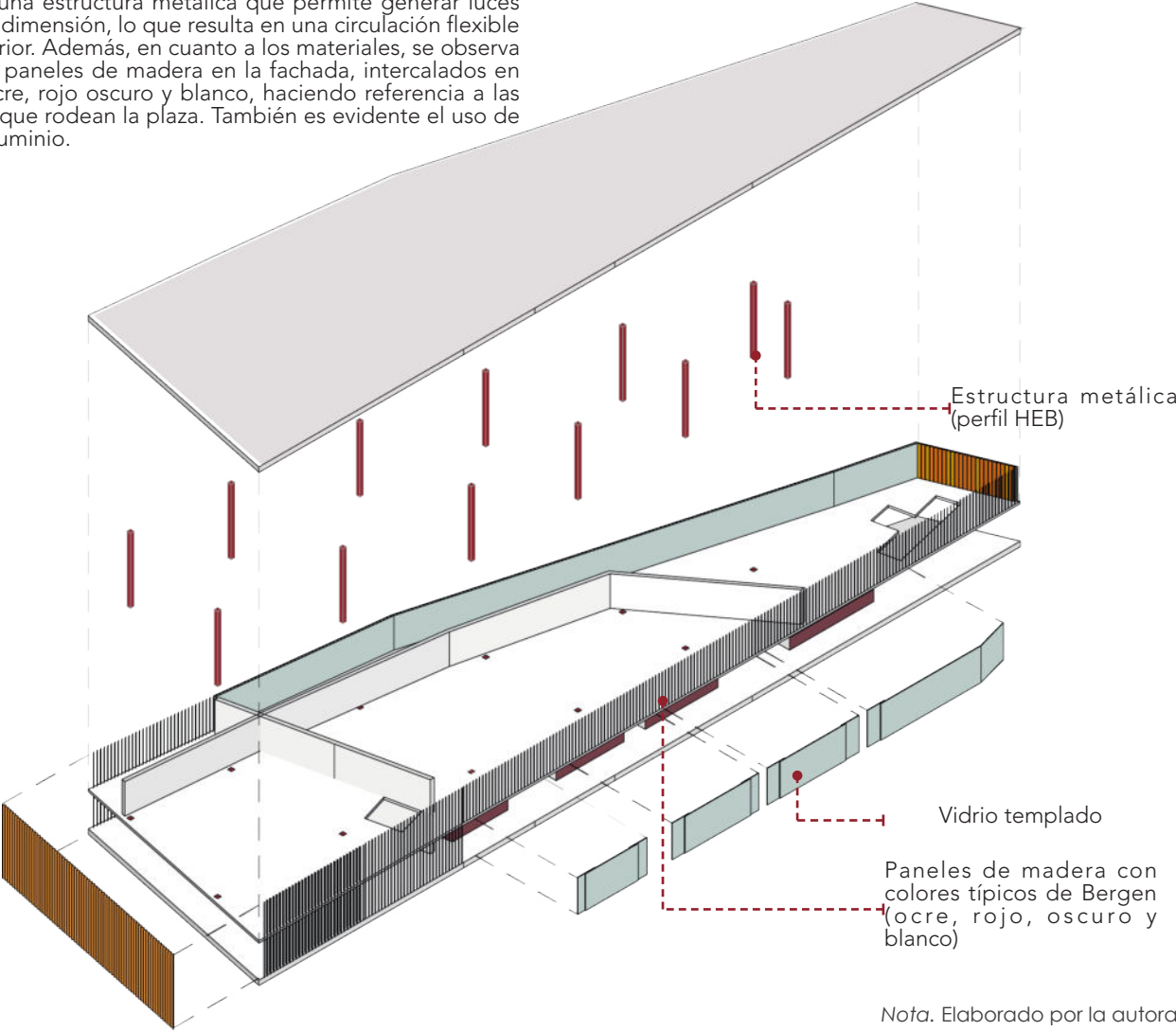
- Circulación vertical
- Franja húmeda
- Puestos comerciales



Nota. Elaborado por la autora

CONSTRUCCIÓN

En cuanto al sistema constructivo adoptado por este mercado, se utiliza una estructura metálica que permite generar luces de mayor dimensión, lo que resulta en una circulación flexible en su interior. Además, en cuanto a los materiales, se observa el uso de paneles de madera en la fachada, intercalados en colores acre, rojo oscuro y blanco, haciendo referencia a las viviendas que rodean la plaza. También es evidente el uso de vidrio y aluminio.



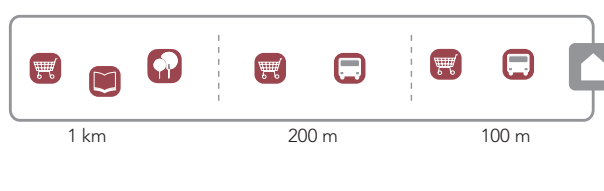
Nota. Elaborado por la autora

- Ciudad

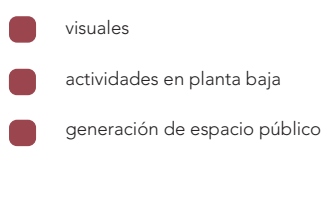
Situación urbana



Valores de proximidad



Relación con el espacio público



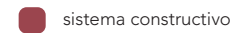
Convivencia de usos



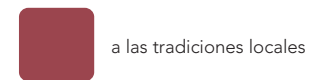
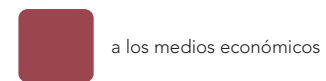
- Tecnología

- Recursos

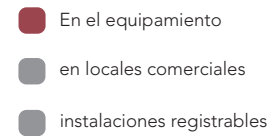
 sistema estructural



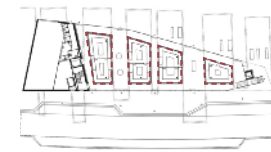
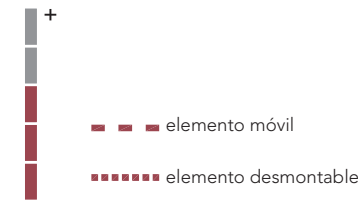
Aprovechamiento activo



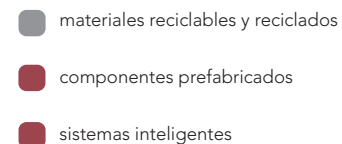
Aprovechamiento activo



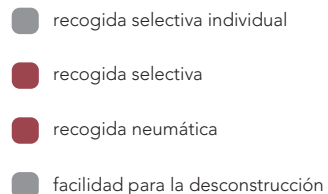
Ventilación cruzada



Eficiencia



Residuos y reciclaje



3.6 Centro Cultural El Tranque

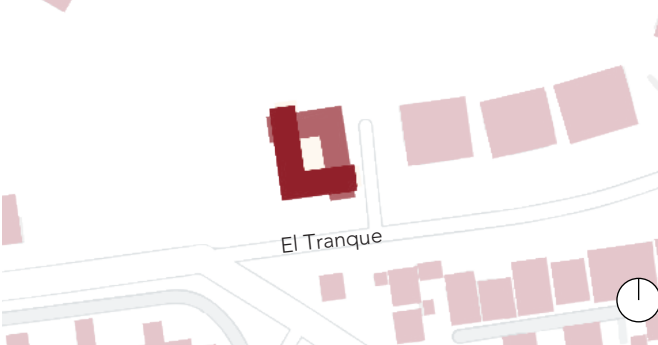
DESCRIPCIÓN GENERAL

- Arquitecto: BiS Arquitectos
- Lugar: Lo Barnechea, Chile
- Año: 2015
- Área: 1400 m²

El centro cultural de desarrollo el Tranque se encuentra ubicado en Lo Barnechea, Chile junto a la avenida el Tanque. Esta edificación, fue construida en el año 2015, posee un área de 1400 m².

El proyecto surgió como parte del programa de Centro Cultural e Infraestructura para las comunas de Chile, con el objetivo de suplir la carencia de este tipo de infraestructura en comunas con un gran número de habitantes (Archidely, 2017).

Figura 37
Emplazamiento del Centro Cultural El Tranque



Nota. Elaborado por la autora

LUGAR

Este centro cultural se emplaza en la comuna precordillera Barnechea, lo que implica que el terreno posee un leve desnivel.

En cuanto al entorno, esta rodeado por un sector residencial en crecimiento, lo que ha generado la necesidad por parte de los usuarios por contar con este tipo de equipamiento. Además, considerando la existencia de una plaza pública en el predio aledaño y la diversidad de tipologías presentes en la comuna, se plantea un lugar central dentro de la edificación destinado a fomentar la convivencia de los usuarios.

Figura 38
Fotografía exterior del Centro Cultural El Tranque

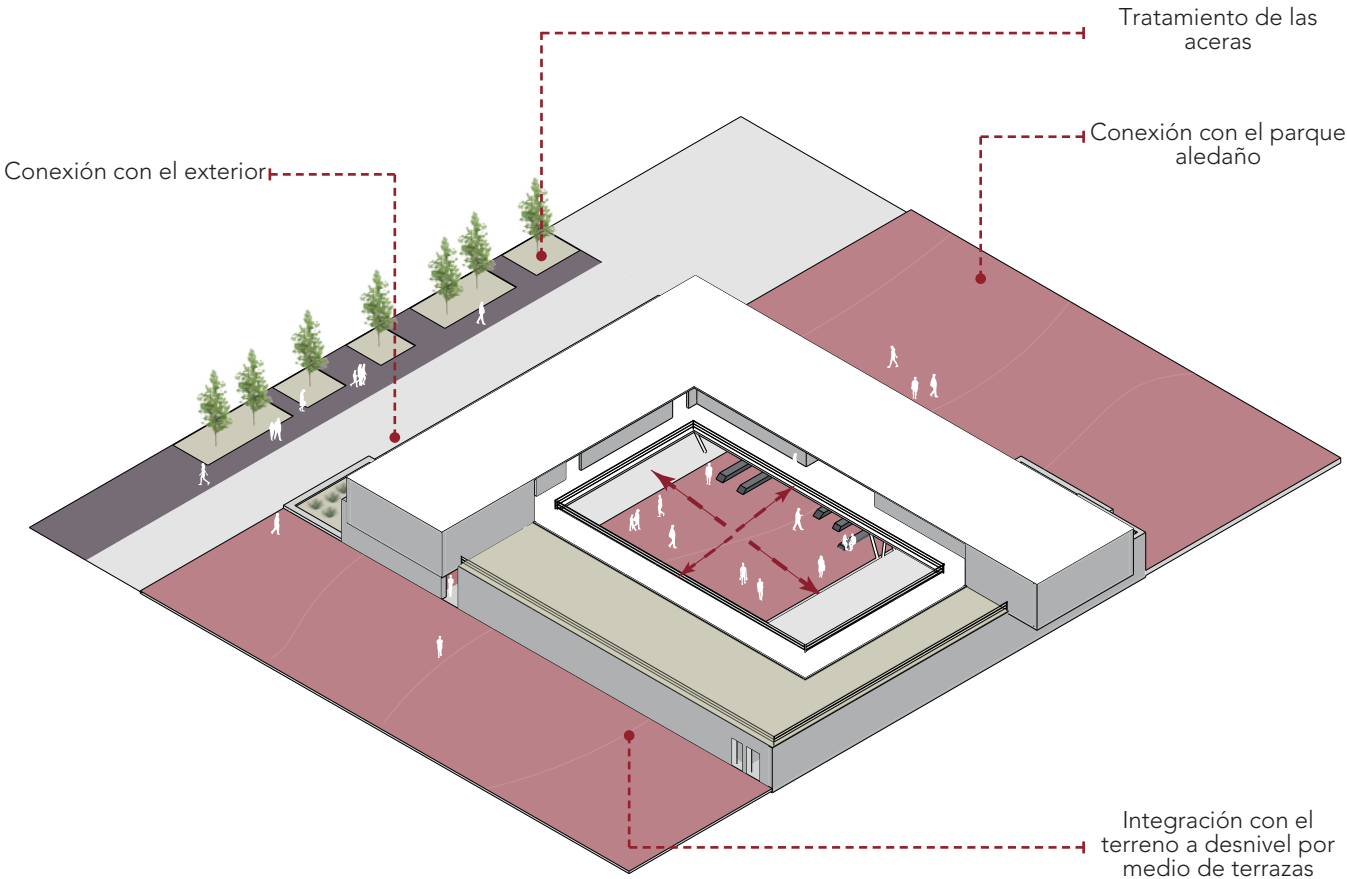


Nota. Vargas, (2017)

ESTRATEGIAS URBANAS

Uno de los objetivos urbanos de mayor importancia es la generación de varios accesos para la conectividad entre comunidad e integración por medio de la plaza.

Con la creación de esta plaza se promueve el aprendizaje y desarrollo de la cultura, potenciando la vida de los usuarios.

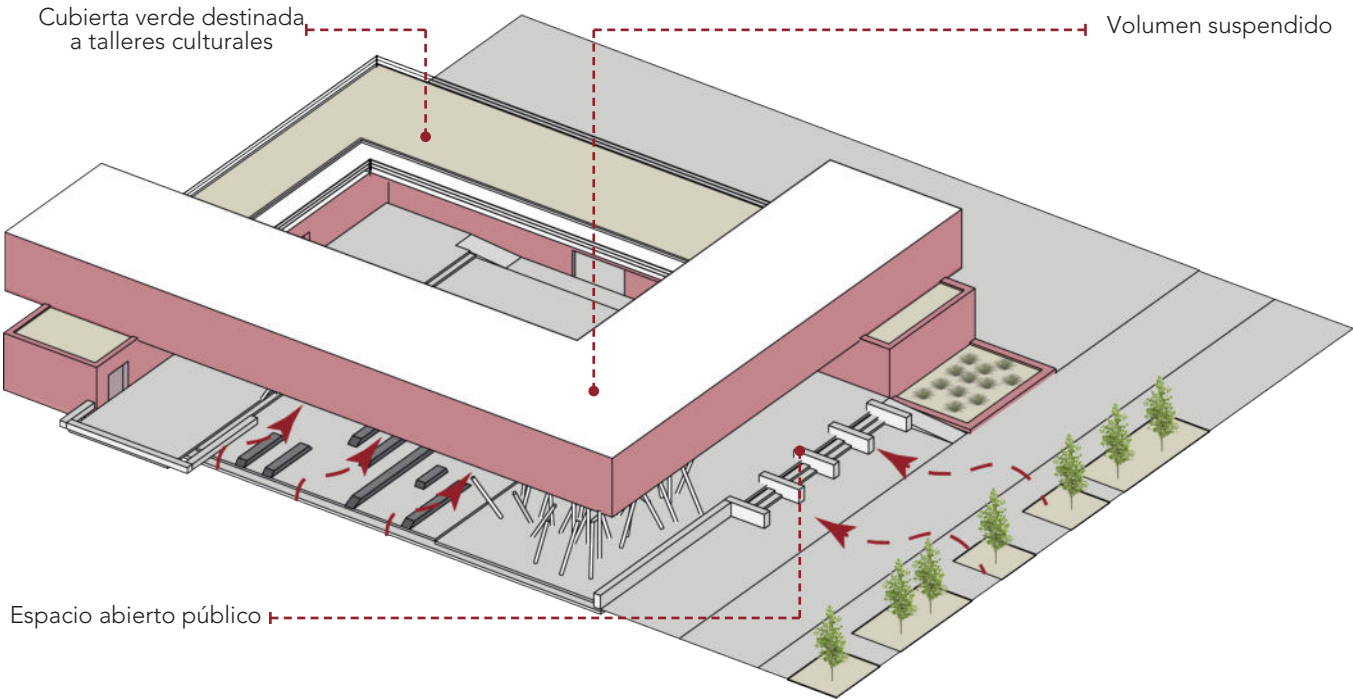


Nota. Elaborado por la autora

ESTRATEGIAS ARQUITECTÓNICAS

Dentro de la plaza central se han creado diversos espacios de estancia destinados tanto a los usuarios que trabajan en este equipamiento como a las personas externas a él.

La plaza central ha facilitado una mayor movilidad dentro del barrio. Además, la cubierta, que funciona como un patio de estudio, se convierte en un articulador del programa arquitectónico y de las circulaciones. A través de su diseño de cubierta verde, se compensa el uso del suelo que ocupa la construcción, contribuyendo al equilibrio ambiental y a la sostenibilidad del proyecto.

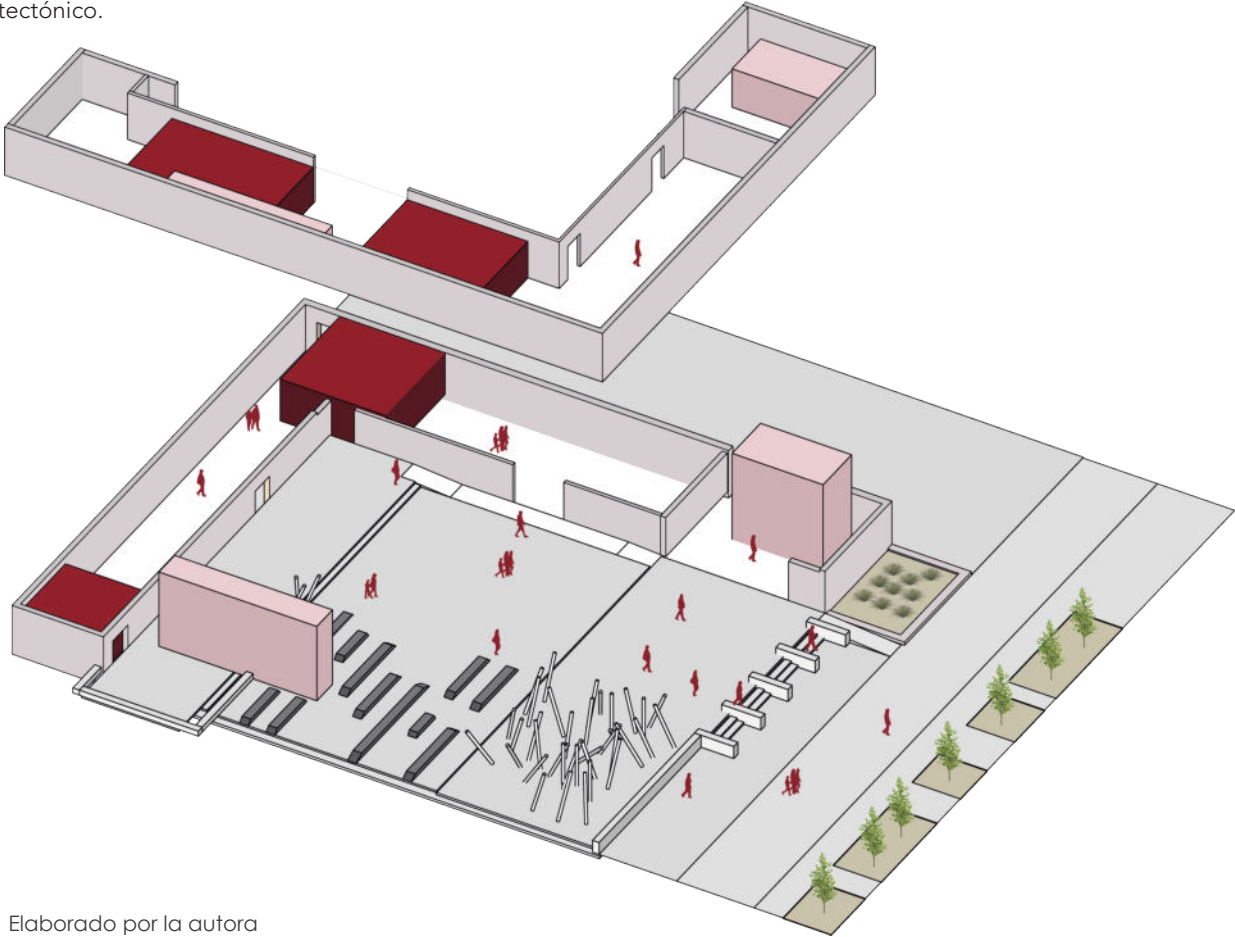


Nota. Elaborado por la autora

PROGRAMA

El programa arquitectónico de este equipamiento se divide en dos niveles, los cuales presentan un leve desnivel debido a la topografía del terreno. El patio central funciona como la circulación principal, distribuyendo el flujo hacia las circulaciones verticales ubicadas en ambos extremos del proyecto de manera independiente. Asimismo, las zonas húmedas se encuentran en dos franjas del edificio para abastecer de manera eficiente a todo el programa arquitectónico.

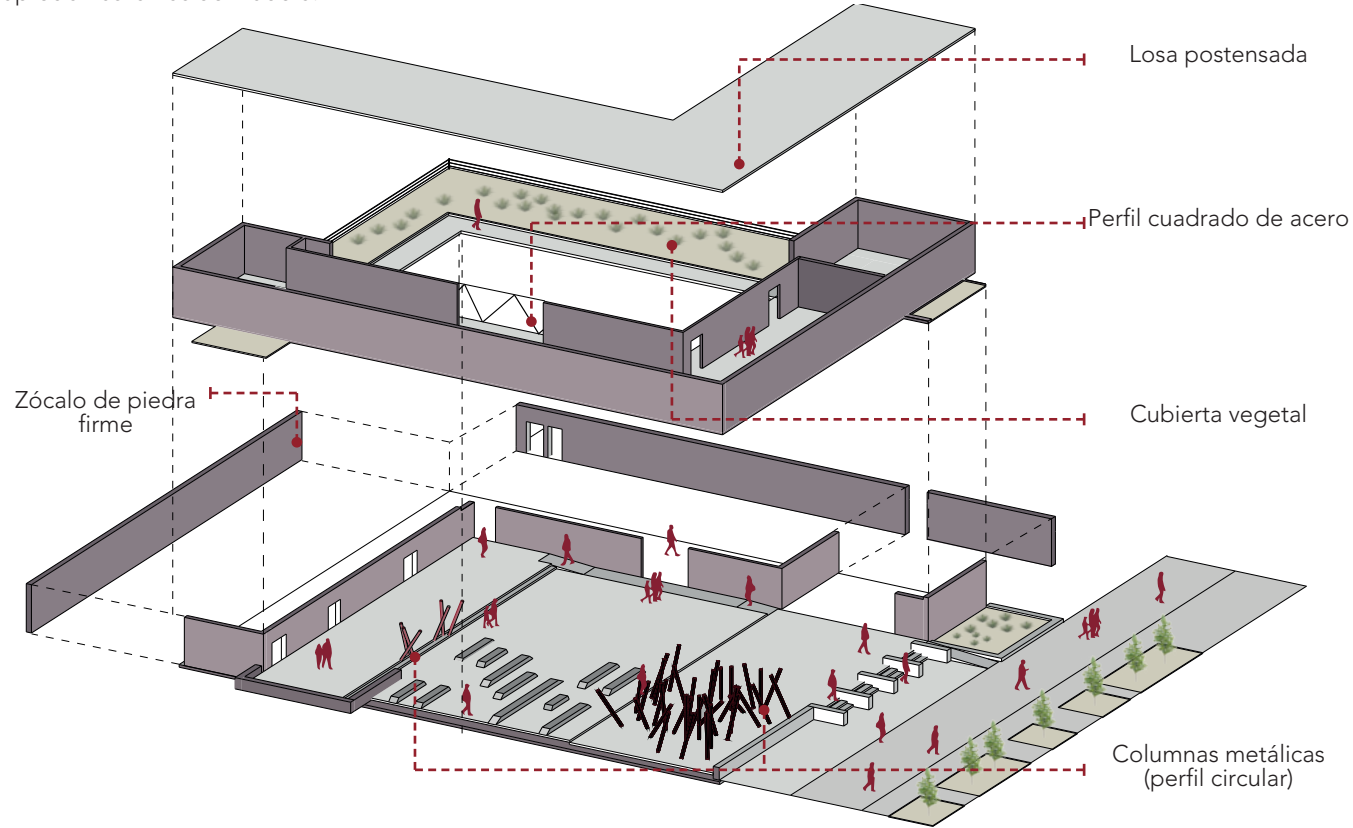
- Circulación vertical
- Franja húmeda



Nota. Elaborado por la autora

CONSTRUCCIÓN

El proyecto se compone por dos volúmenes opuestos. En la planta baja, se encuentra un volumen zócalo de piedra firme el cual se encontraba arraigado a la tierra debido a las tradiciones del sector. Este volumen se refuerza con columnas metálicas, cuya disposición hace referencia a las personas y que, además, funcionan como soporte para el peso del volumen suspendido. En cuanto a la envolvente, la planta baja, o volumen zócalo, está recubierta de hormigón armado con piedra, mientras que en el volumen superior se pueden apreciar las laminas de madera.



Nota. Elaborado por la autora

P.76

Sociedad

Adecuación a grupos familiares



Accesibilidad

accesible



adaptado



-

Desjerarquización

+

Espacios multifuncionales

Diversidad de actividades

Espacios integrados

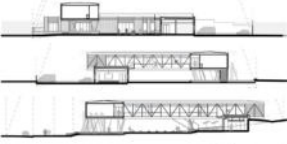
-

Espacios de trabajo

Espacios de recreación

Locales comerciales

Área administrativa



-



+

Ciudad

Situación urbana



zona ruraltejido históricoensanchesnuevos ensancheszona suburbanazona rural

Valores de proximidad



1 km



200 m



100 m

Relación con el espacio público

visuales

actividades en planta baja

generación de espacio público

Conviviencia de usos





Situación urbana



-



+

P.77

Tecnología

Incidencia en la formación

sistema estructural

sistema constructivo

Adecuación tecnológica e instalaciones

a los medios económicos

a las tradiciones locales

Agrupación de áreas húmedas

En el equipamiento

en locales comerciales

instalaciones registrables

Adaptabilidad / Perfectibilidad

+

elemento móvil

elemento desmontable



Innovación tecnológica

materiales reciclables y reciclados

componentes prefabricados

sistemas inteligentes

-



+

3.7 Síntesis del análisis y aportes a la investigación

Se presentan las estrategias principales de cada referente analizado, centradas en la integración funcional, la accesibilidad y la relación entre el espacio público.

Plaza Rotary

- Arquitecto: Boris Albornozy y asociados
- Lugar: Cuenca, Ecuador
- Año: 2009
- Área: 1.947 m²

La intervención urbana de la plaza Rotary ha representado una contribución significativa al sector. Esta mejora ha permitido una mejor conexión de la zona, ya que, al estar marcado por una diagonal, facilita su accesibilidad. Además, uno de los principales objetivos del proyecto es brindar espacios adecuados para los usuarios, con especial énfasis en los comerciantes que frecuentan el área diariamente. La intervención también ha fomentado la integración de los comercios aledaños, transformando el conjunto en un espacio unificado y cohesionado.

Este proyecto destaca diversas estrategias que han sido empleadas para llevar a cabo la intervención urbana. En resumen, se puede afirmar que la intervención urbana en proyectos arquitectónicos es crucial para mejorar la integración con el contexto.

Mercado 9 de octubre

- Arquitecto: Boris Albornozy y asociados
- Lugar: Cuenca, Ecuador
- Año: 2010
- Área: 3456,12 m²

Es un referente para comprender la integración que genera con la plaza, conectando este espacio como si se tratara de uno solo, favoreciendo al usuario con espacios que permiten experimentar

El empleo de una circulación central dentro del equipamiento contribuye significativamente a la accesibilidad del mercado, ya que reduce los recorridos innecesarios para los usuarios. Además, el uso de estructura de acero permite generar luces de mayor dimensión, lo que resulta en espacios flexibles y circulaciones amplias.

Figura 43
Integración de las plazas diagonal con el contexto - Plaza Rotary



Nota. Elaborado por la autora

Figura 44
Circulación directa en el Mercado 9 de Octubre



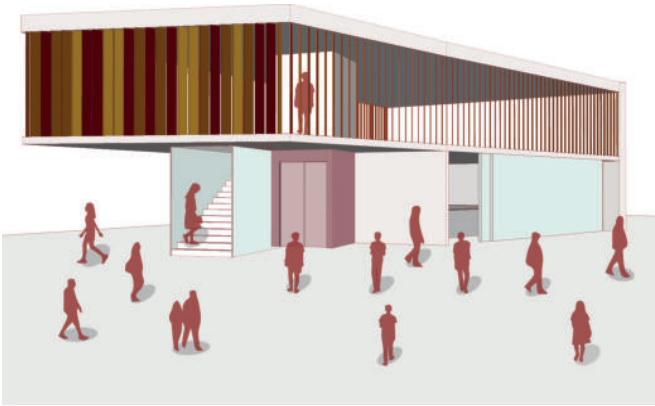
Nota. Elaborado por la autora

Mercado de Bergen

- Arquitecto: Eder Biesel Arkitekter
- Lugar: Bergen, Noruega
- Año: 2012
- Área: 4260 m²

A través de este referente, se puede comprender el funcionamiento de un programa arquitectónico de uso mixto. La utilización de circulación vertical en los laterales de la planta ha permitido separar las actividades comerciales de las oficinas de turismo, ubicadas en la planta superior. Además, se han incorporan materiales que hacen referencia al entorno local, lo cual permite que la edificación se perciba como un "mercado moderno" sin ser invasivo a la imagen urbana del contexto. Estas estrategias son, sin duda, valiosas aportaciones a la investigación.

Figura 45
Circulación independiente del Mercado en Bergen



Nota. Elaborado por la autora

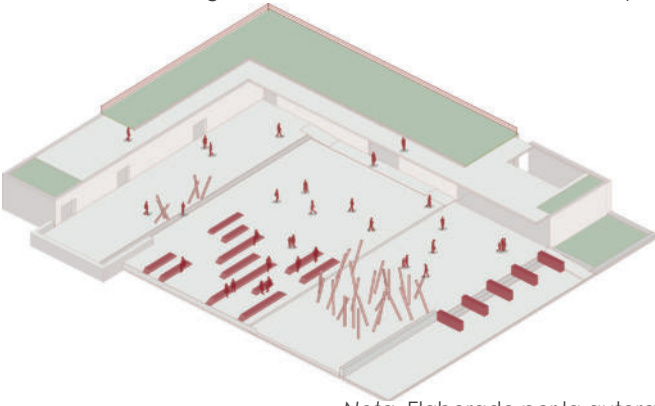
Centro de desarrollo Cultural El Tranque

- Arquitecto: BiS Arquitectos
- Lugar: Lo Barnechea, Chile
- Año: 2015
- Área: 1400 m²

Se puede afirmar que el referente beneficia considerablemente al sector. El Tranque, una zona en notable crecimiento residencial, se ve especialmente favorecido por el proyecto que se abre hacia el parque público adyacente. Este proyecto permite la convivencia de los usuarios, ofreciendo la sensación de paisaje natural que fomenta el desarrollo cultural de las personas.

Además, la incorporación de una cubierta vegetal compensa el uso del suelo ocupado por la construcción, a la vez que sirve como área de descanso para los trabajadores del edificio.

Figura 46
Plaza de integración cultural - Centro Cultural El Tranque



Nota. Elaborado por la autora

04

DIAGNÓSTICO



Figura 47
Fotografía del Mercado Pequeño Productor - vista aérea



Nota. Elaborado por la autora

4.1 Metodología

En el presente capítulo de diagnóstico, se empleará la Metodología "Descripciones" (Di Campli, 2010), la cual se aplicará en un radio de 500 metros para el análisis desde arriba. Por otro lado, en un radio de 100 metros se llevará a cabo el análisis desde abajo, conforme lo indica la metodología planteada por capas.

Figura 48
Metodología para el análisis de sitio

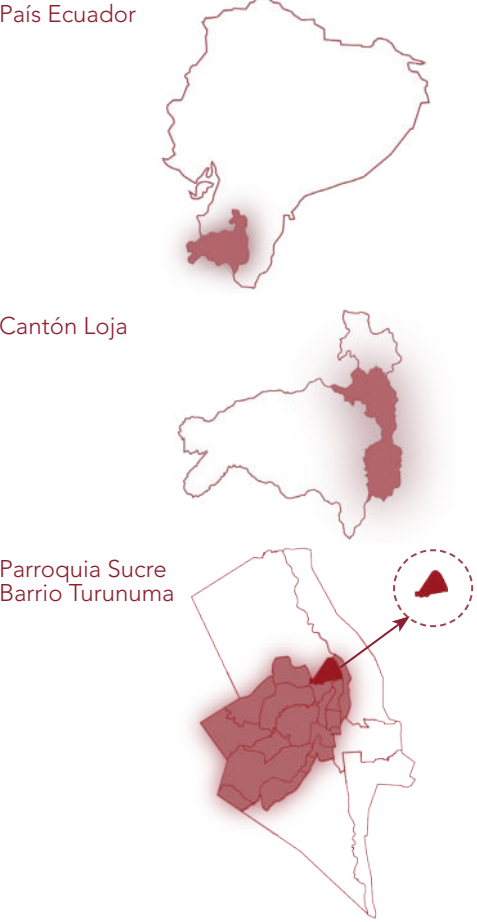


Nota. Datos obtenidos de la Metodología adaptada de "Descripciones" (Di Campli, 2010).
Elaborado por la autora

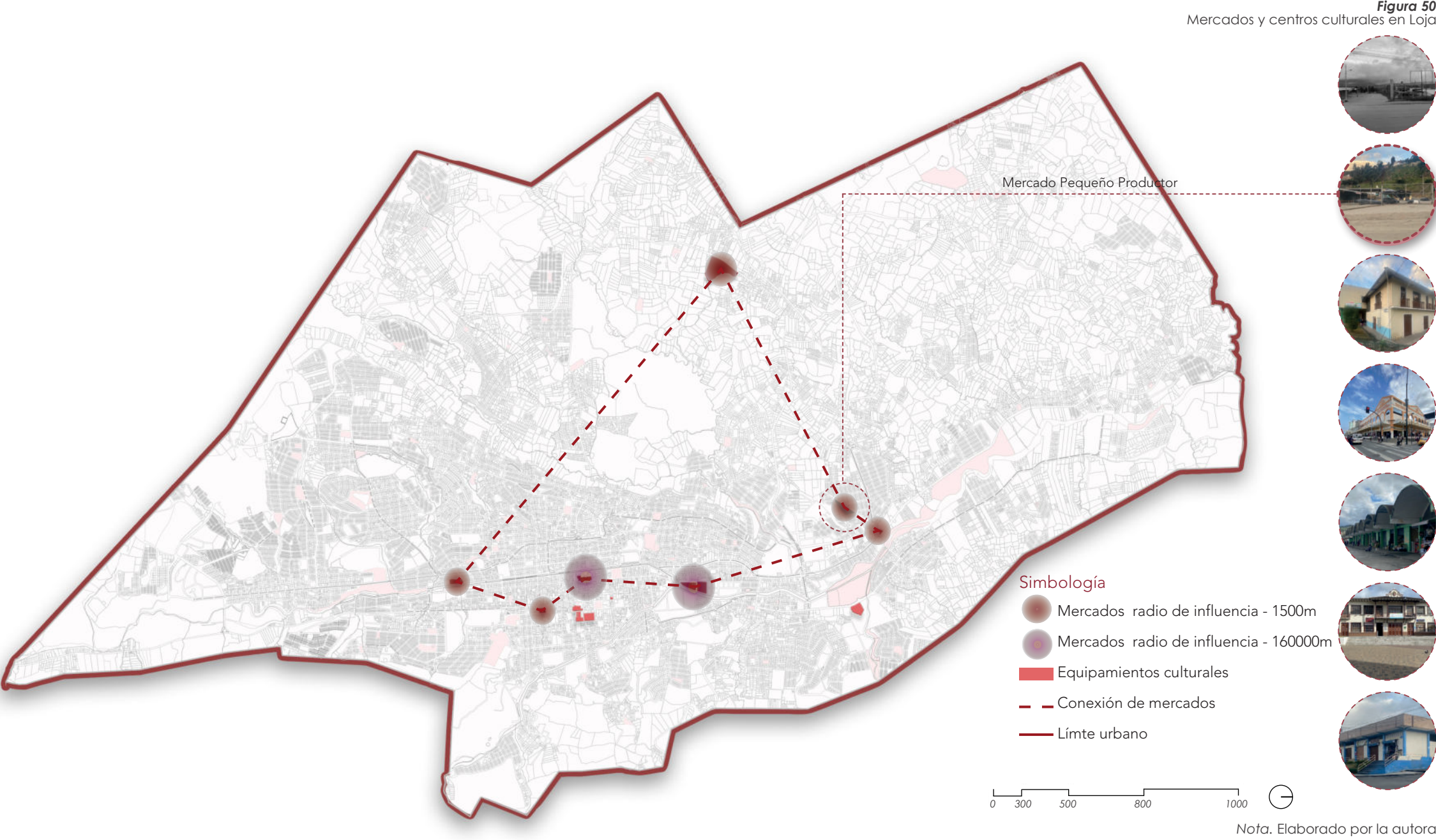
4.2 Ubicación

El área de intervención se encuentra ubicada en el cantón Loja, perteneciente a la provincia de Loja, con una superficie aproximada de 5.732,51 hectáreas (PDOT Loja, 2023). Este cantón, debido a su gran extensión, se divide en cinco parroquias (Punzara, San Sebastián, El Sagrario, Sucre y Carigán). El sitio de investigación se ubica en la parroquia Sucre, sector las Pitas II, dentro del barrio Turunuma.

Figura 49
Ubicación del área de estudio



Nota. Elaborado por la autora



4.3 Análisis cartográfico (desde arriba)

4.3.1 Mancha de uso de suelo

A través del análisis de uso de suelo en la zona de estudio se puede constatar la predominancia del tipo residencial lo cual representa el 80%; seguido del uso mixto (comercio y vivienda) con un porcentaje de 8%, el de comercio con el 6%, el recreativo con el 2%, el de educación con el 2%, el de culto y religión con el 1% y otros servicios públicos con el 1%.

Al estar ubicado cerca de dos mercados minoristas, el Pequeño Productor y Nueva Granada, muchas de las edificaciones utilizan la planta baja para actividades comerciales lo cual resulta favorable para la dinamización del sector. Además, en este análisis se observa la falta de equipamientos culturales, lo que restringe el acceso a espacios dedicados a la cultura y actividades relacionadas en el área de estudio.

Figura 51
Análisis de uso de suelo



Nota. Elaborado por la autora

Figura 52
Uso de suelos caso de estudio



Nota. Elaborado por la autora

4.3.2 Mancha de lo construido

Según de Solá-Morales (2002), los “vacíos” urbanos son áreas sin edificación que representan oportunidades para la consolidación y restauración urbanas. Por otra parte, Narváez (2010), manifiesta que los “llenos” son todos los espacios construidos, que pueden clasificarse en residenciales, mixtos, comerciales, entre otros.

El análisis refleja que la ocupación de la mancha de lo construido es del 79 %, mientras que los vacíos representan el 21 %. Con base en este análisis de llenos y vacíos, se concluye que las áreas norte y sureste muestran una consolidación predominante. Por otro lado, en el centro de la cartografía se muestra el dispersamiento de edificaciones construidas, lo cual indica una cantidad considerable de terrenos sin edificar.

Figura 53
Análisis de llenos y vacíos



Nota. Elaborado por la autora

Figura 54
Fotografías de llenos y vacíos

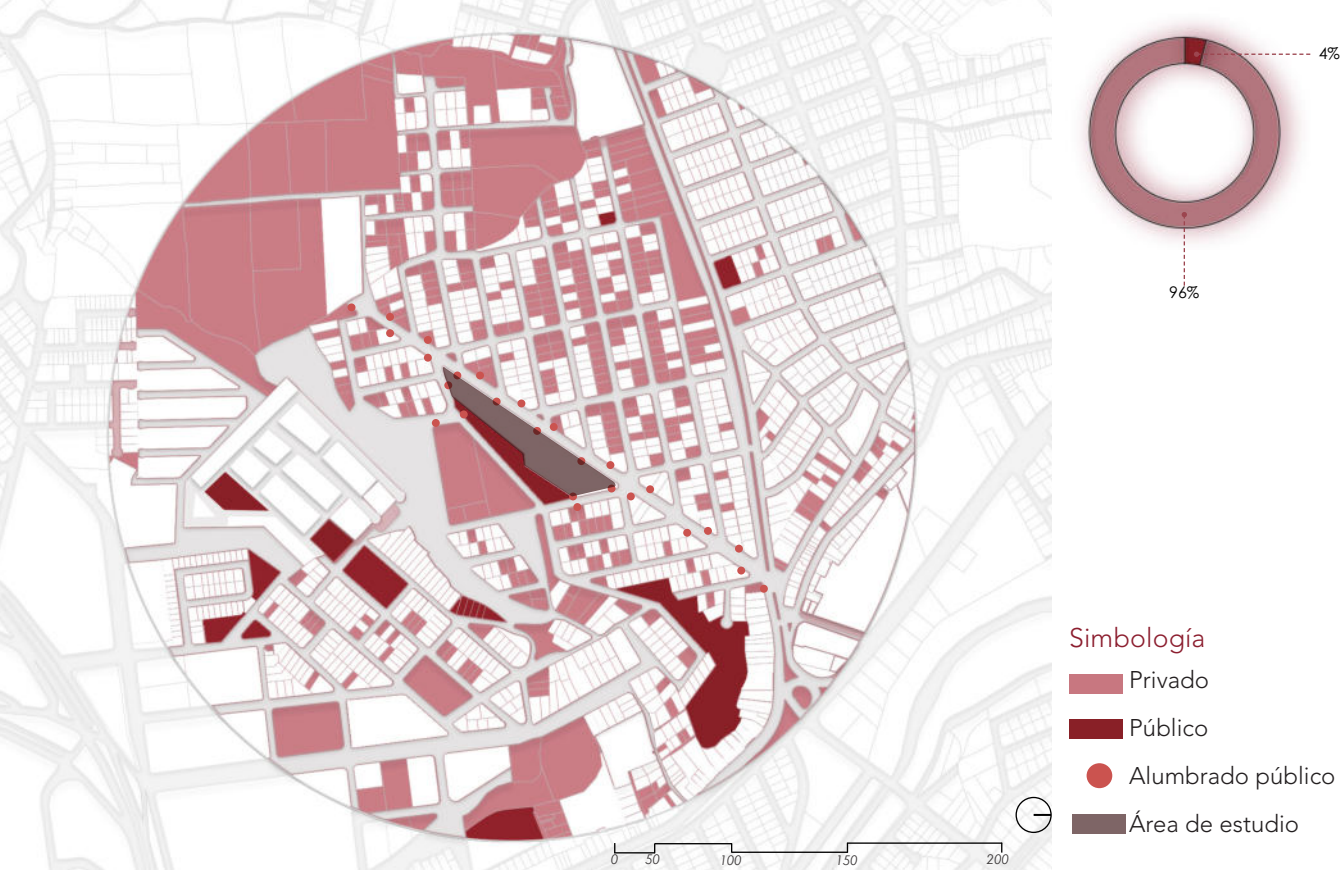


Nota. Elaborado por la autora

4.3.3 Mancha de espacios abiertos

En los espacios abiertos privados, la mayoría corresponde a lotes individuales, representando el 96% de estos y ubicados principalmente en la parte este del área de estudio. En cuanto a los espacios abiertos públicos, que constituyen el 4%, son menos numerosos y están compuestos principalmente por áreas recreativas y laderas pronunciadas con un 32% de pendiente debido a su topografía.

Figura 55
Análisis de espacios abiertos



A partir del análisis, se determina una notable escasez de espacios abiertos públicos o recreativos, ya que estos se encuentran muy dispersos, con una mayor concentración en el sector de Turunuma Alto y en la zona este, debido a la presencia de varios condominios residenciales. Además, se ha identificado otro problema que es la falta de iluminación pública adecuada para el sector las Pitas II, lo que puede generar inseguridad, especialmente en puntos ciegos y espacios públicos.

4.3.3.1 Inventario de biodiversidad

En cuanto al inventario de biodiversidad del sector, se destacan especies de aves como las palomas (*Columba livia*) y los chilalos (*Mimus longicaudatus*). También se encuentran diversas especies arbustivas, siendo el eucalipto (*Eucalyptus* spp.) el principal componente de la cobertura vegetal.

ARBUSTIVAS



Figura 56
Inventario de biodiversidad

Nota. Elaborado por la autora

4.3.4 Mancha de vialidad y ruido

El área de intervención está delimitada por tres tipos de vías: las vías arteriales de alto flujo, como la Av. 8 de Diciembre y la Av. Pablo Palacio; una vía colectora de flujo medio, que corresponde a la calle Dr. Arturo Armijos Ayala, principal acceso al área de estudio; y vías locales de bajo flujo, ubicadas alrededor de la vía colectora. Es importante mencionar que la calle Dr. Arturo Armijos Ayala se conecta directamente con la Av. Pablo Palacio.

Asimismo es vital que la proximidad del área de estudio a la Av. Pablo Palacio expone al sector a un alto nivel de ruido, causado tanto por el tráfico vehicular como por las diversas actividades comerciales de la zona.

Figura 57
Análisis de mancha de vialidad y ruido



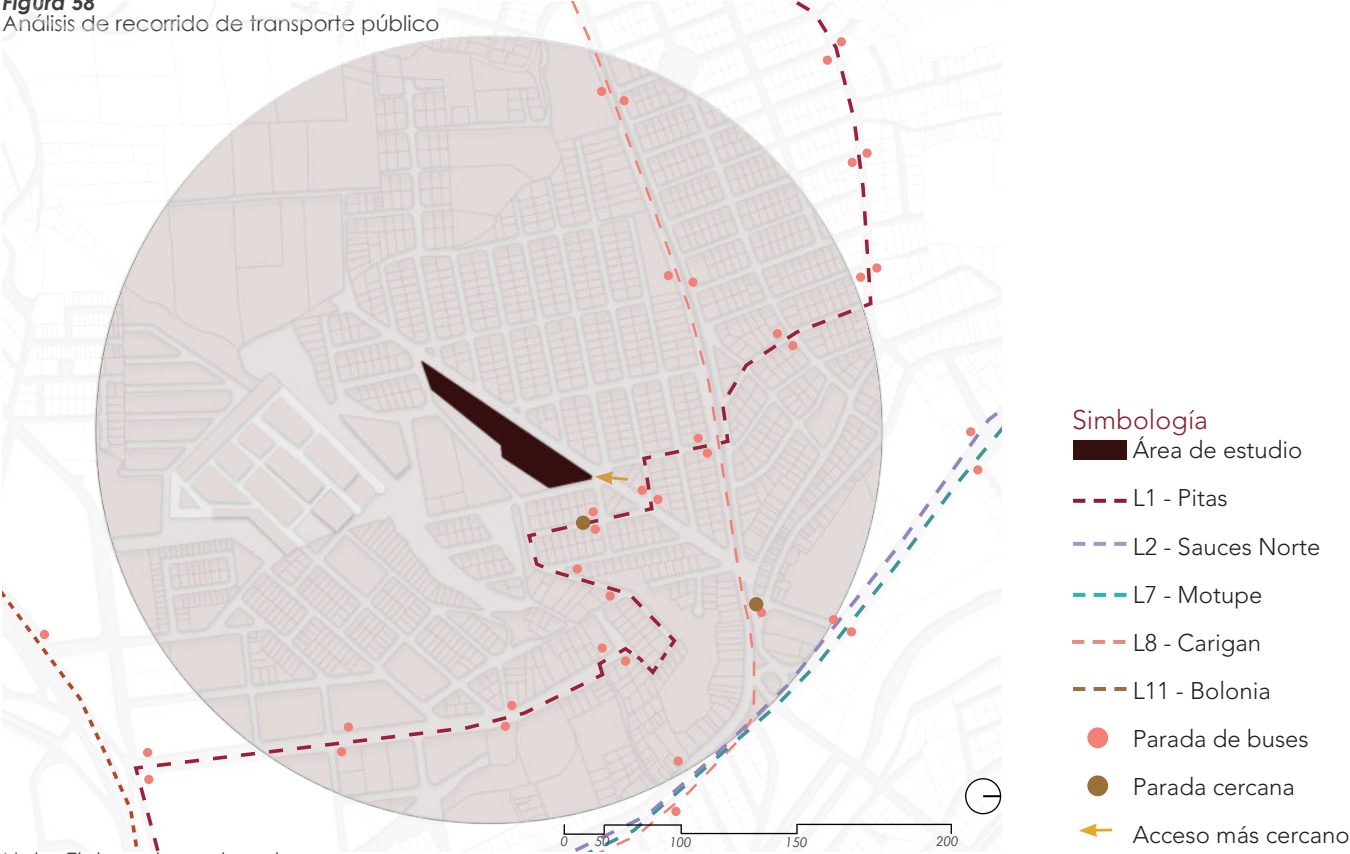
Nota. Elaborado por la autora

4.3.4.1 Transporte y recorrido

Las líneas de buses que circulan cerca del área de estudio son cuatro, entre estas destaca la línea 1- Las Pitas por su proximidad al Mercado Pequeño Productor. El tiempo de llegada tomando como referencia la parada más cercana es de tres minutos aproximadamente, teniendo en cuenta que se recorrerán alrededor de 100 metros hasta llegar al acceso más cercano. Sin embargo, es importante mencionar que las paradas de buses no están debidamente señalizadas, lo que puede dificultar su ubicación para los usuarios que no conocen el sector.

Existen otras líneas secundarias de autobús cercanas al área de estudio: la línea 2-Sauces Norte y la línea 7-Motupe transitan por la Av. 8 de Diciembre, mientras que la línea 8-Carigán recorre la Av. Pablo Palacio. Todas estas líneas comparten una parada de autobús en común, con un tiempo estimado de llegada de diez minutos desde la parada más cercana, recorriendo aproximadamente unos 280 metros, tal como se muestra en la figura 58.

Figura 58
Análisis de recorrido de transporte público

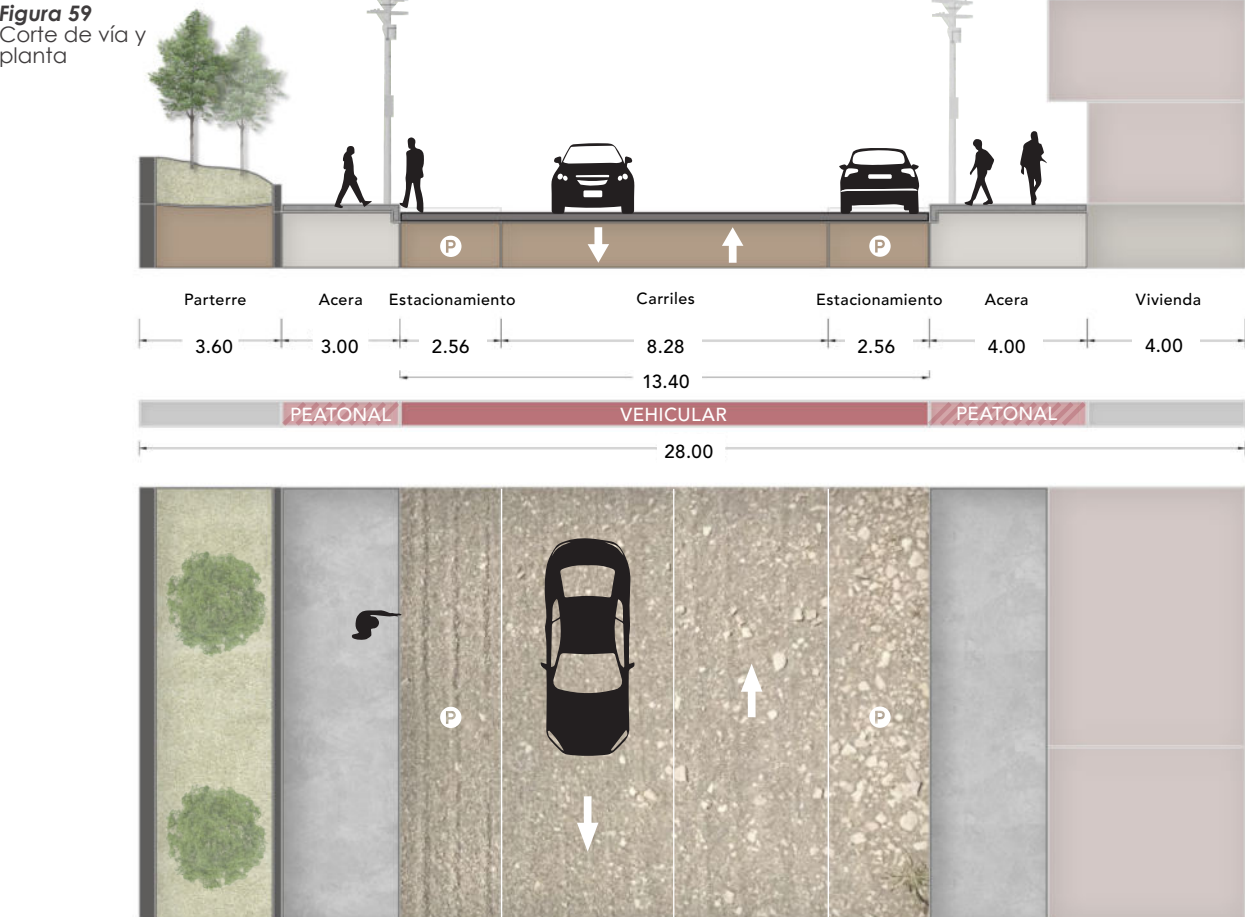


Nota. Elaborado por la autora

4.3.4.2 Cortes de vía

Las vías presentan un problema importante debido al mal estado de la vía Dr. Arturo Armijos Ayala, que es el principal acceso al área de estudio. Esta vía se encuentra obstruida por tuberías expuestas, lo que dificulta su accesibilidad. Además, la vía principal no está asfaltada y algunas alcantarillas se encuentran descubiertas, lo que representa un riesgo potencial de accidentes.

La falta de uso de esta vía ha llevado, de manera indirecta, a un incremento del tráfico en la Avenida 8 de diciembre, lo que ha provocado embotellamientos.



Nota. Elaborado por la autora

Figura 60
Fotografías de mancha de vialidad



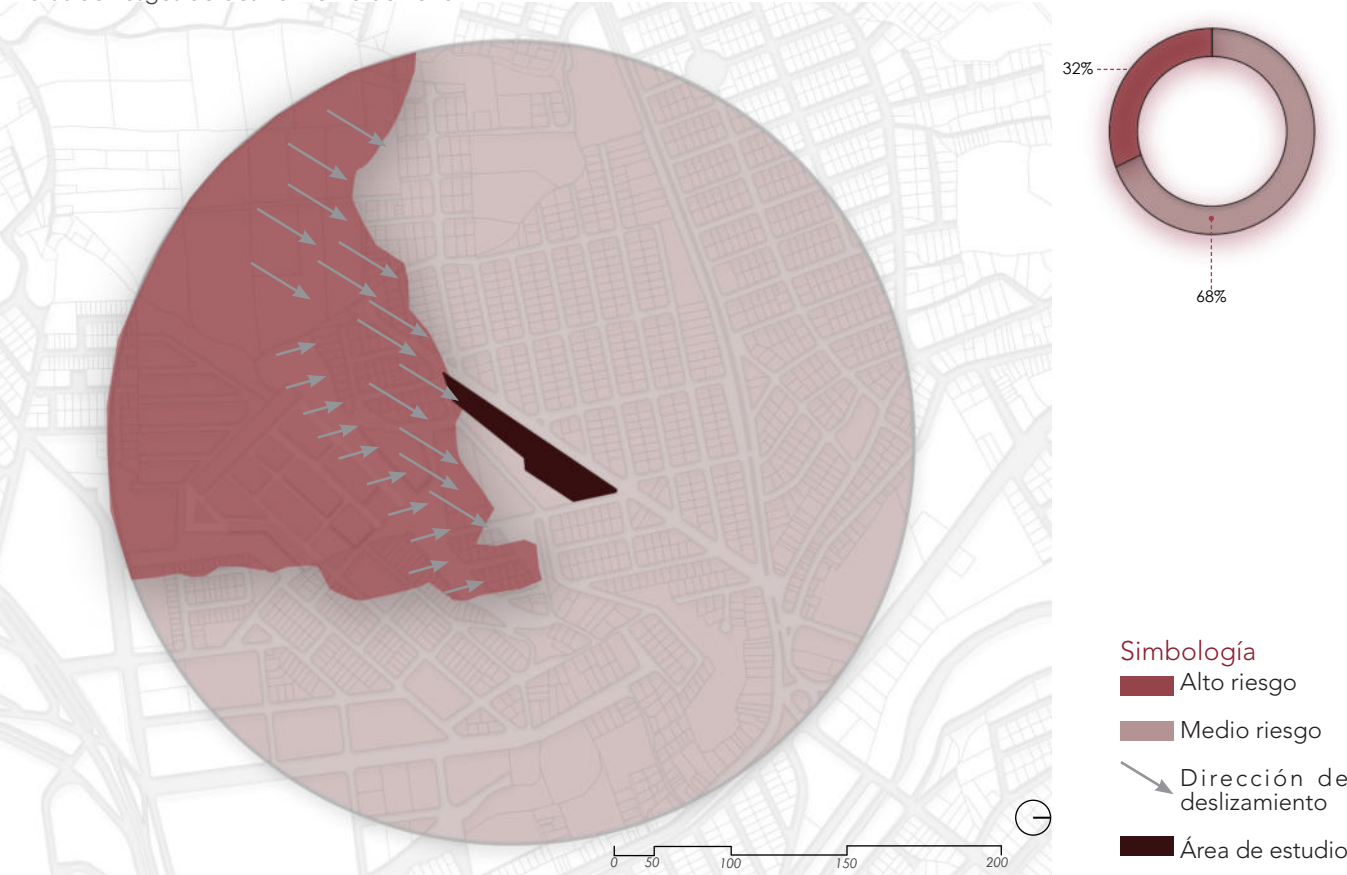
Nota. Elaborado por la autora

4.3.5 Riesgos

En el sitio, los deslizamientos de tierra representan el principal riesgo, según el (PUGS, 2023). Este riesgo se debe al considerable desnivel presente en toda la zona. En el análisis, se observa que el 68% del sector se encuentra en medio riesgo, mientras que el 32% se encuentra en alto riesgo de deslizamiento.

En lo que respecta a inundaciones, este sector no presenta riesgos significativos, ya que la inclinación de la topografía permite una evacuación eficiente y rápida de las aguas lluvias.

Figura 61
Análisis de riesgos de deslizamiento de tierra



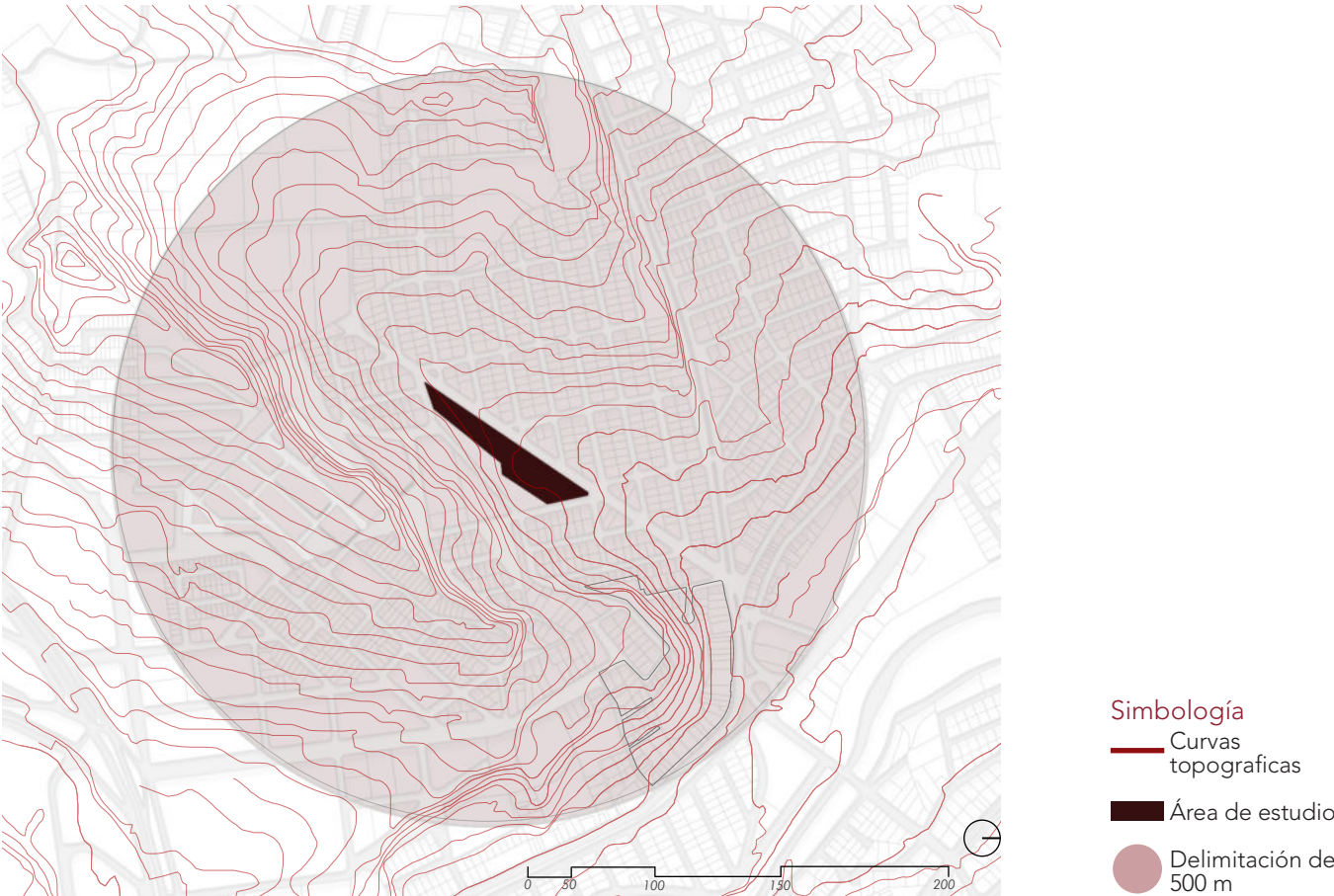
Nota. Elaborado por la autora

4.3.5.1 Topografía

De acuerdo con el (PUGS, 2023), alrededor del 83% del territorio cantonal presenta pendientes superiores al 40%. Dentro de ese 17% se encuentra la Ciudad de Loja, que está rodeada por estas pendientes hacia los flujos orientales y occidentales.

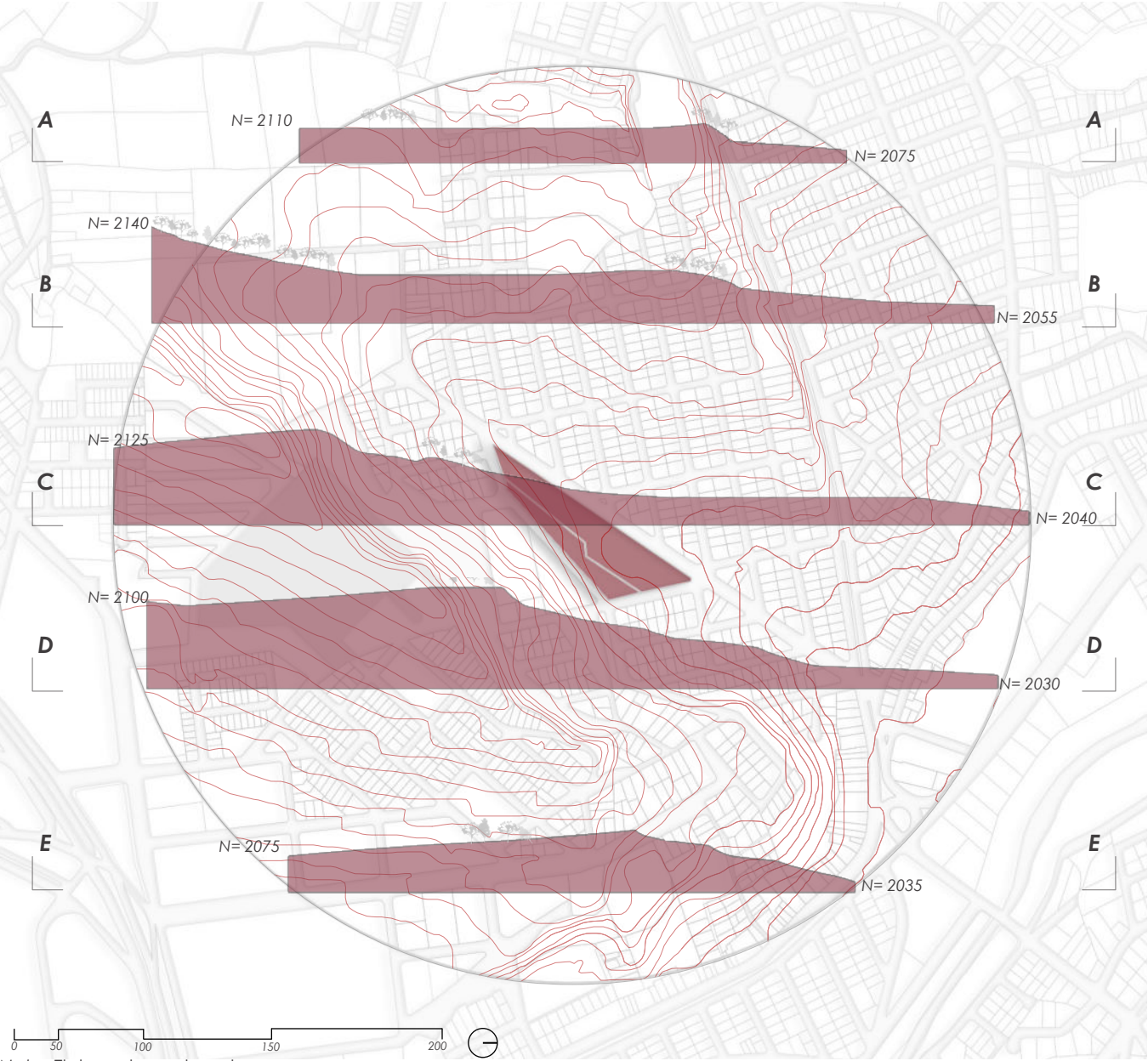
El estudio del área revela que las curvas de nivel reflejan un notable desnivel del terreno, particularmente en la parte este del área de estudio.

Figura 62
Análisis de topografía



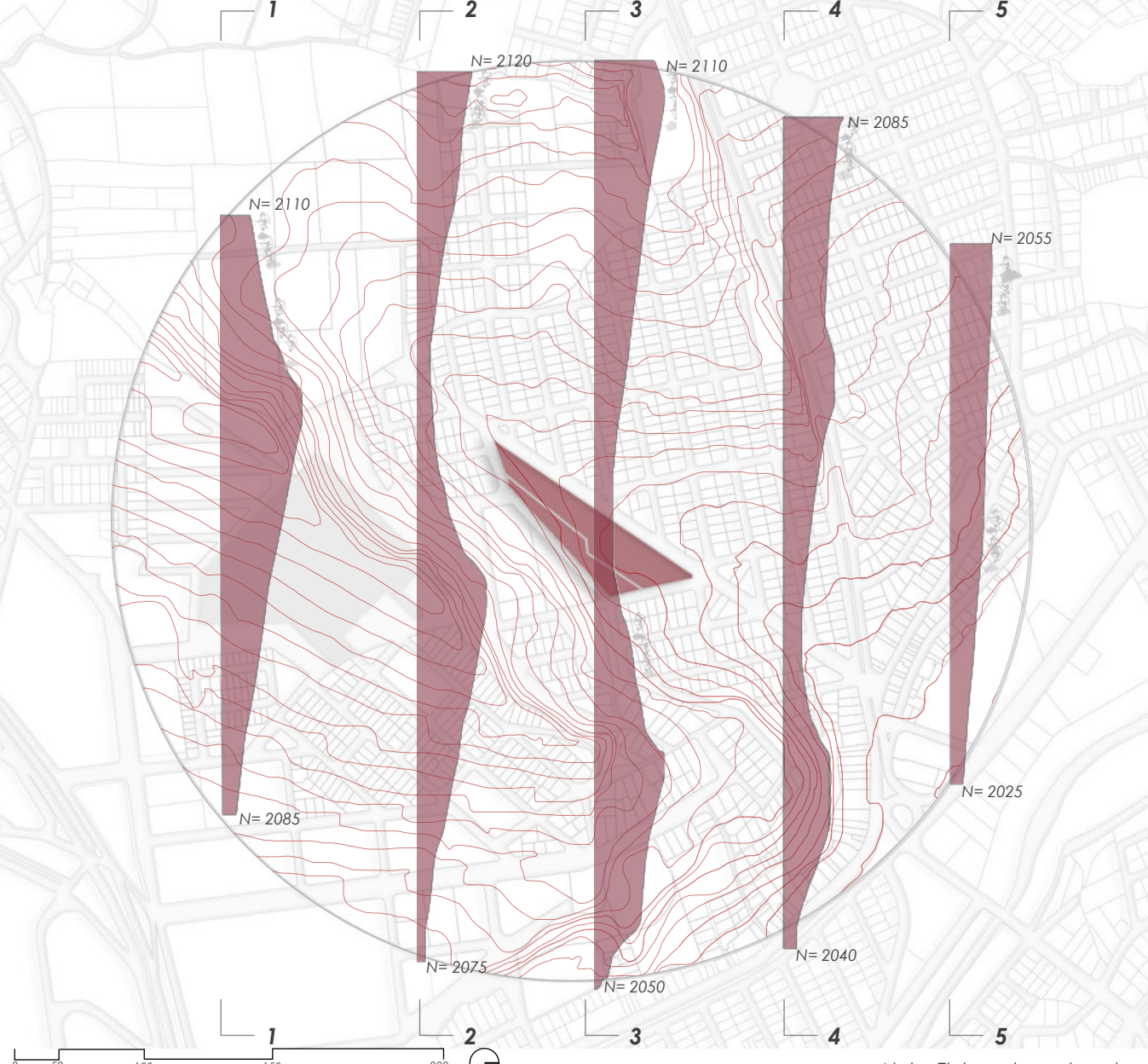
Nota. Elaborado por la autora

Figura 63
Cortes topográficos horizontal



Nota. Elaborado por la autora

Figura 64
Cortes topográficos vertical



Nota. Elaborado por la autora

Figura 65
Fotografías de riesgos de deslizamiento de tierra



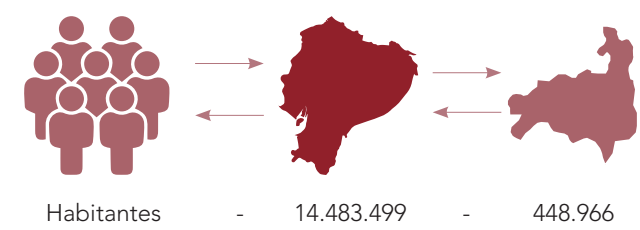
Nota. Elaborado por la autora



4.4 Análisis Social

4.4.1 Población

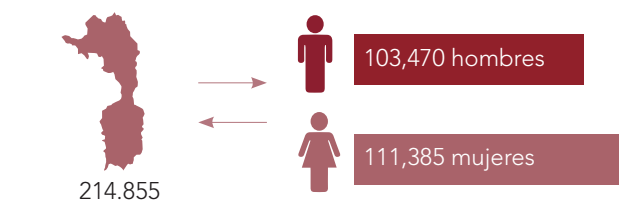
Figura 66
Población en Ecuador, 2010



Nota. Datos obtenidos del INEC(2010)

Basado en datos del INEC (2010), Ecuador tiene una población total de 14.483.499 habitantes, de los cuales 448.966 corresponden a la provincia de Loja, representando el 3.5% de la población nacional. Dentro de esta provincia, el cantón Loja cuenta con 214.855 habitantes, conformados por 103.470 hombres y 111,385 mujeres, evidenciando una ligera predominancia de población femenina en el cantón Loja.

Figura 67
Población del cantón Loja



Nota. Datos obtenidos del Redatam 2010

Como se observa en la figura 69, para el análisis poblacional se obtuvieron datos por grupos de edad y sexo, lo que permitió seleccionar la población objetivo para la investigación.

Utilizando los datos recolectados en el último censo de 2010 , la selección de la muestra se realizó utilizando la metodología propuesta por Murray y Larry en 2009, la cual se indica, a continuación:

Tabla 04
Tabla de datos utilizados para el tamaño de la muestra

Símbolo	Descripción	Valores
N=	Tamaño de población	3.444
Z=	Margen de confiabilidad	1.96
p=	Probabilidad de éxito	0.5
q=	Probabilidad de fracaso	0.5
e=	Margen de error	0.9
n=	Tamaño de muestra	116

Nota. Datos obtenidos de Murray & Larry (2009). Elaborado por la autora

Figura 68
Tamaño de muestra

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{(N-1) * e^2 * Z^2 * p * q}$$
$$n = \frac{3.444 * (1.96)^2 * 0.5 * 0.5}{(3.444-1) * 0.9^2 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5} = 116$$

Nota. Elaborado por la autora

Figura 69
Cartografía censal, 2010



Nota. Datos obtenidos del Redatam. Elaborado por la autora

4.4.2 Encuestas

Tabla 05
Tabla de encuestas aplicadas en el sector

1. ¿Cree que el mercado ocasiona problemas en el contexto urbano?	- Si - No
2. Según su criterio, ¿cuál es el principal problema que presenta el mercado actual?	Abierta
3. ¿Cómo ha impactado la inaccesibilidad de la vía Dr. Arturo Armijos Ayala en las actividades comerciales?	- Ha impactado mucho - Ha impactado poco - No ha impactado
4. ¿Considera que la reubicación de los comerciantes mayoristas al "Puerto Seco" en El Plateado ha sido una desventaja para el dinamismo del sector?	- Si - No - Tal vez
5. ¿Usted cree que ha disminuido o aumentado la inseguridad en el sector a raíz del traslado de los comerciantes mayoristas?	- Ha aumentado la inseguridad - Ha disminuido la inseguridad - No, la inseguridad sigue siendo igual en el sector
6. ¿Con qué frecuencia preferiría que el mercado funcione?	- Una vez a la semana - Dos veces a la semana - Fines de semana - Todos los días
7. ¿Hasta qué hora le parece conveniente que el mercado permanezca abierto?	- Hasta las 6:00 p.m. - Hasta las 8:00 p.m. - Hasta las 10:00 p.m. - Otra hora
8. ¿Le gustaría que el sector se reactive con la propuesta de una infraestructura que mantenga la memoria del lugar, que es el mercado y comercio?	- Si - No
9. ¿Considera que la inclusión de actividades culturales ayudaría a reactivar el mercado Pequeño Productor y el sector Las Pitás II ?	- Sí, definitivamente - Sí, posiblemente - No estoy seguro/a - No, no creo que ayude
10. ¿Qué actividades adicionales le gustaría ver implementadas en el sector?	- Espacios recreativos (parques, áreas de juegos) - Eventos culturales (ferias, exposiciones) - Nuevos comercios - Servicios comunitarios (centros de salud, bibliotecas) - Programas educativos (talleres, cursos)

Nota. Elaborado por la autora

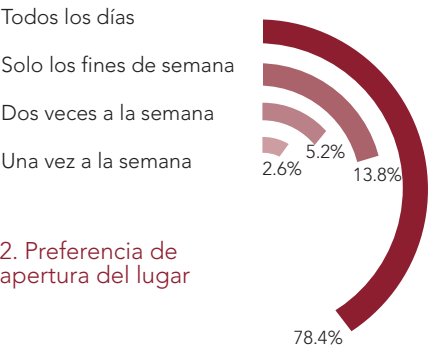
4.4.2.1 Resultados de las encuestas

Con el objetivo de conocer la realidad desde la perspectiva de los moradores, la investigación realizó un estudio de campo consultando a 116 personas del sector. Para ello, se diseñó una encuesta con 10 preguntas, tanto abiertas como cerradas, cuyas respuestas fueron sintetizadas en cuatro grupos basados en patrones comunes.

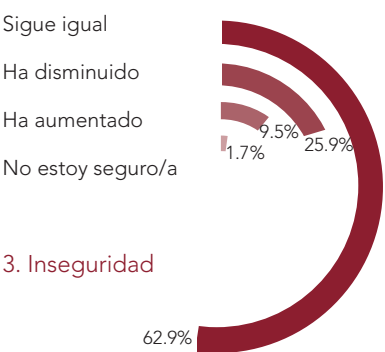
En la sección de problemática, se agruparon cuatro preguntas; en la sección de preferencia sobre la apertura del lugar, se agruparon tres preguntas; en la de inseguridad, se incluyó una pregunta; y finalmente, en la sección de implementaciones, se agruparon dos preguntas, dando un total de 10 preguntas. Esta organización facilitó la síntesis de la información de manera más clara y coherente. Los resultados obtenidos en base a las respuestas de los residentes se muestran en porcentajes en la figura 70.

En primer lugar, en cuanto a la problemática, el 33% de los usuarios señala que la infraestructura es el principal inconveniente, ya que no cuentan con espacios adecuados para las actividades comerciales. El 26% mencionan la inaccesibilidad como un factor que ha afectado negativamente al comercio, mientras que el 19% señala el bajo rendimiento comercial y finalmente el 10% destaca el abandono.

En cuanto a la preferencia de apertura del mercado, el 78.4% de los moradores prefieren que el mercado funcione todos los días. El 13.8% prefiere que el mercado funcione solo los fines de semana, mientras que el 5.2% y el 2.6% sugieren que funcione dos veces por semana o una vez por semana.



2. Preferencia de apertura del lugar



3. Inseguridad

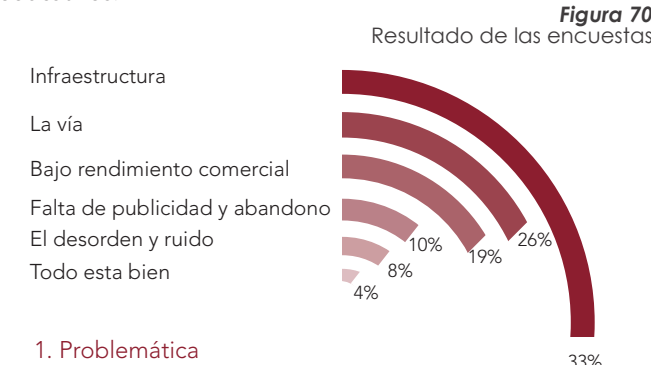


4. Implementaciones

Nota. Elaborado por la autora

En relación con la inseguridad en el mercado, el 62.9% de los residentes sostiene que la situación se ha mantenido igual desde que los comerciantes mayoristas se trasladaron al Puerto Seco. Sin embargo, el 25.9% cree que la inseguridad ha disminuido, mientras que el 9.5% considera que ha aumentado.

Respecto a las actividades complementarias o implementaciones en el mercado, el 31% de los encuestados expresa su interés en la implementación de eventos culturales. Además, el 29.3% señala la creación de espacios recreativos, el 27.6% sugiere la integración de nuevos comercios, y el 12.1% apoya la incorporación de programas educativos.



1. Problemática

4.4.3 Prácticas del habitar

Las visitas en diferentes franjas horarias, principalmente en los meses de mayo, junio y julio, han permitido comprobar que las viviendas cercanas al sitio tienen un uso mixto, reflejando la economía local y las prácticas de trabajo. Por la cercanía al mercado, la zona es mayoritariamente comercial, con pequeños locales dedicados a la venta de verduras y frutas, bodegas que ofrecen productos de primera necesidad, ferreterías, farmacias y almacenes de ropa.

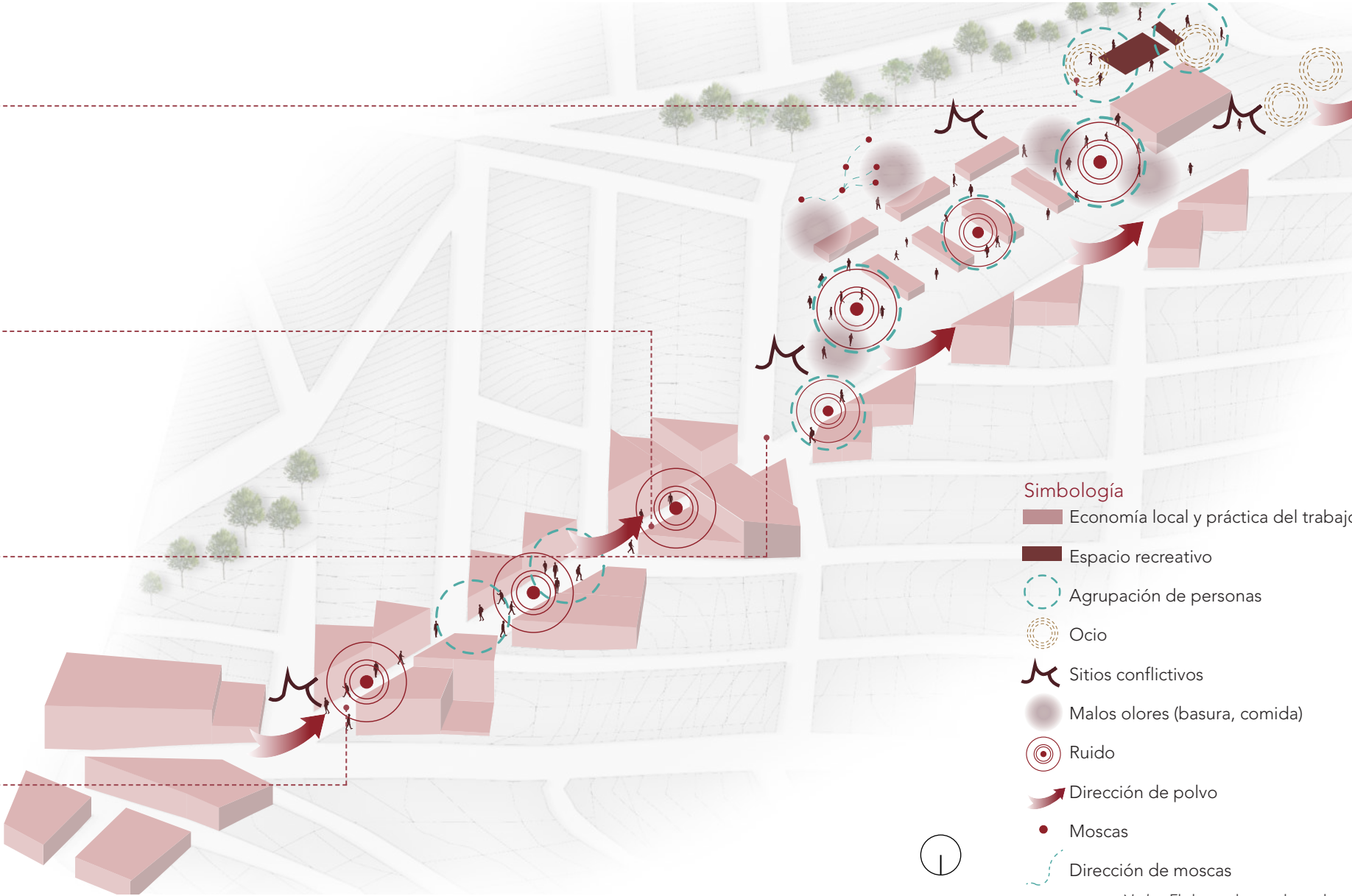
Por otro lado, tanto en el interior como en el exterior del área de estudio se percibe el ruido constante generado por las actividades comerciales de la zona y por la cercanía a la Av. 8 de diciembre. Otro aspecto importante, son los olores, tanto dentro como fuera del mercado, ocasionados por la acumulación de actividades comerciales en un solo lugar, las cuales se encuentran desorganizadas.

Algunos residentes del sector Las Pitass II, expresan su descontento, señalando que el mercado genera problemas debido a la formación de sitios conflictivos donde se observa a grupos de personas consumiendo alcohol y otros durmiendo en las veredas o en las escaleras de acceso al mercado, lo cual da una mala imagen al sector y promueve la inseguridad.

En la figura 71, se observa que la acumulación de actividades de ocio se concentran en la única cancha del sector, un espacio clave donde los habitantes realizan diversas actividades recreativas. Principalmente, se ven a niños, jóvenes y adultos participando en juegos tradicionales, algunos en una cancha improvisada de voleibol y otros en la calle, lo que los expone a ciertos peligros.

A pesar de que el municipio ha propiciado una cancha de indor al sector, los moradores no la utilizan para su propósito original; en cambio los niños la emplean para otros juegos tradicionales. Esto indica que la cancha no es relevante para la comunidad, además de que su orientación de este a oeste no es la más adecuada.

Dado que este espacio recreativo es insuficiente para satisfacer las necesidades de toda la comunidad, se ha identificado una cancha de voleibol dentro de una vivienda privada, cuyo uso implica un costo. Esto demuestra que el deporte es un factor importante para los moradores.



Nota. Elaborado por la autora

Figura 72
Collage de prácticas del habitar



P.106

UIDE

P.107

Nota. Elaborado por la autora

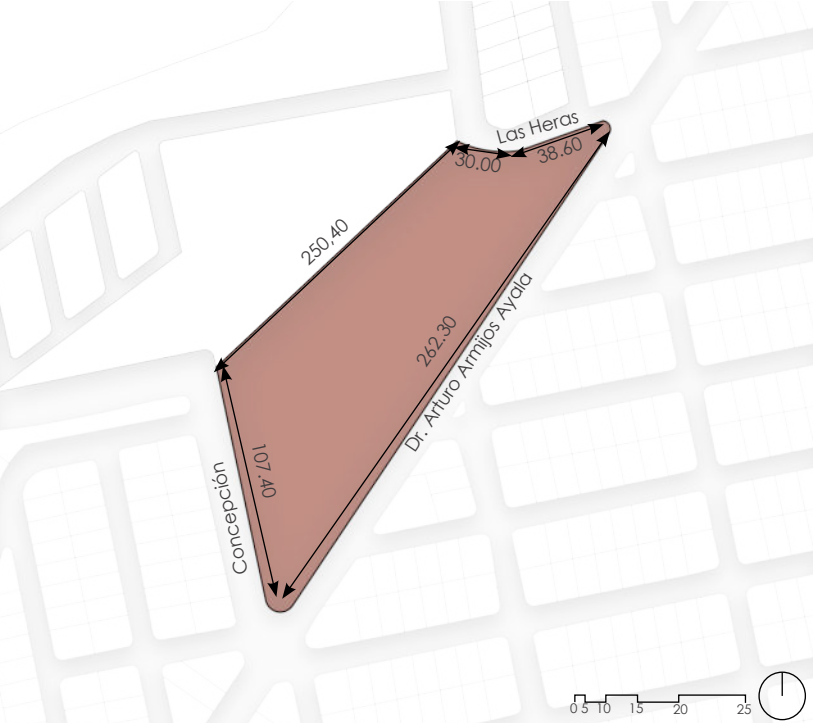
Karen Eliana Guacho Zapata

4.5 Análisis cartográfico (desde abajo)

4.5.1 Ubicación

El mercado Pequeño Productor se encuentra en el barrio Turunuma, sector Las Pitass II, al norte de la ciudad de Loja, está delimitado por las calles Dr. Arturo Armijos Ayala, Concepción y Las Heras. A pesar de no haber sido planificado originalmente como un mercado, para los usuarios ya se ha formado una memoria comercial del sector, ya que antes de la pandemia de 2020, este mercado era el principal puerto comercial para comerciantes mayoristas.

Figura 73
Ubicación del mercado Pequeño Productor



Nota. Elaborado por la autora

Tabla 06

Información del terreno

Información del terreno	
- Área total	8,494.46 m²
- Área total construida	5,800 m²
Retiros	Retiro Frontal: 3m Retiro Posterior: 4m Retiro Lateral: -
Uso principal	Vivienda uso mixto
Uso complementario	Comercio
C.O.S	70%
C.U.S	210%
Número de pisos	3

Nota. Elaborado por la autora

Simbología

Área de estudio

4.5.2 Contexto histórico

Extinción del antiguo mercado San Martín de Porres y traslado al mercado Mayorista Gran Colombia, ubicado en los terrenos pertenecientes al Seguro Social.

Posteriormente, los comerciantes fueron nuevamente reubicados en la Avenida 8 de Diciembre, en terrenos pertenecientes a la familia Faller-Tinoco.

Con el tiempo, comerciantes mayoristas y minoristas comenzaron a establecerse en los alrededores del Mercado Pequeño Productor.



Cinco años después, se llevó a cabo un nuevo traslado de los comerciantes al mercado Nueva Granada.

El 8 de diciembre de 2005, al final de la administración del alcalde Jorge Bailón Abad, se inauguró el Mercado Pequeño Productor en el barrio Las Pitass II.

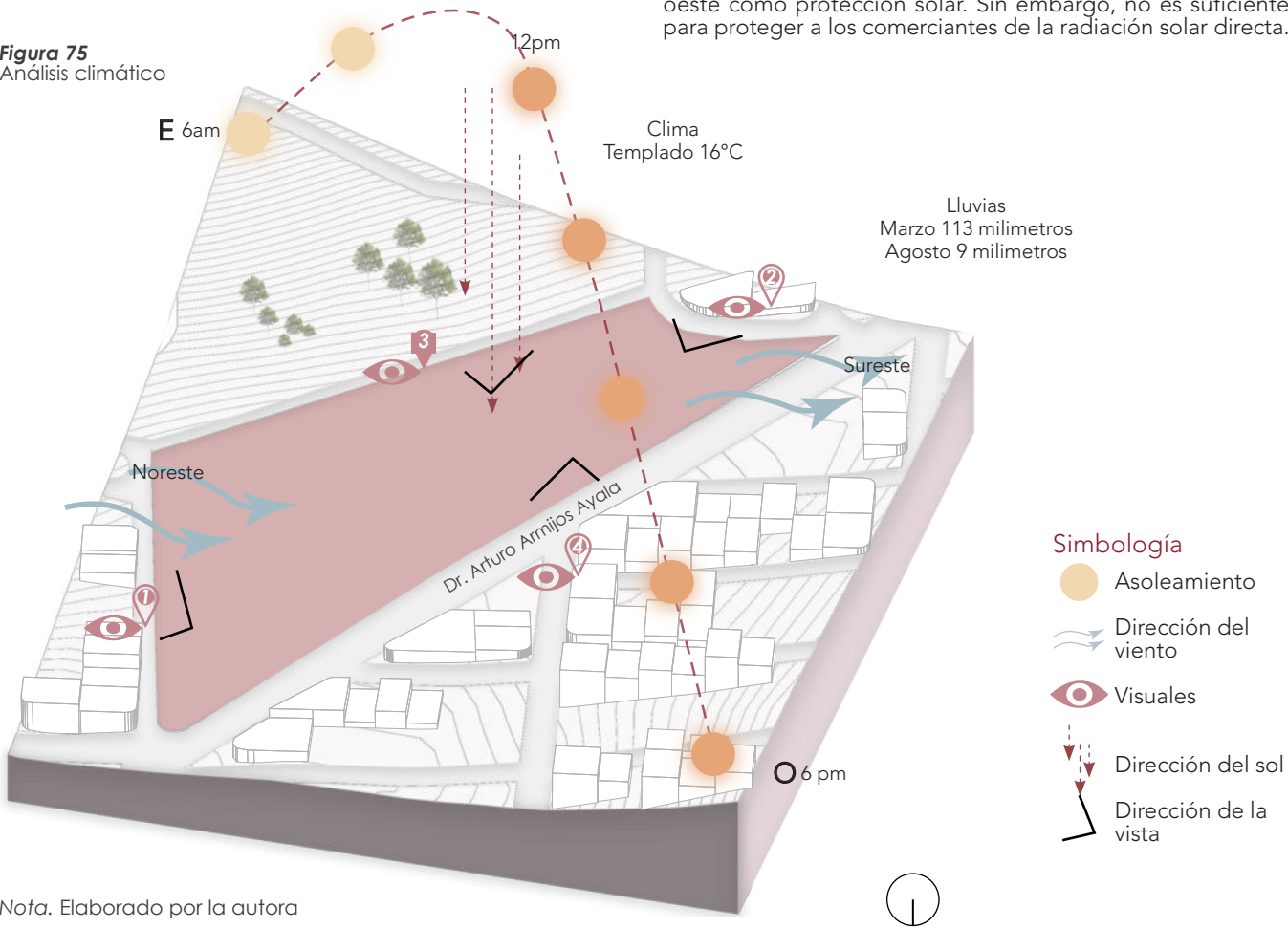
Desde 2020, tras la reubicación de los comerciantes mayoristas al Puerto Seco, el Mercado Pequeño Productor pasó a ser considerado un mercado minorista.

Nota. Datos obtenidos de Valladares, 2016. Elaborado por la autora

4.5.3 Análisis climático

La ciudad de Loja se distingue por tener un clima templado de 16°C. Las temperaturas oscilan entre 9°C y 21 °C durante todo el año, siendo poco común las temperaturas inferiores a 7 °C. Los vientos predominan en dirección noreste a sureste, alcanzando velocidades superiores a 9.5 km/h las épocas más ventosas, siendo julio el mes con mayor intensidad, con una velocidad promedio de 13.0 km/h (GAD Loja, 2020).

Figura 75
Análisis climático



Nota. Elaborado por la autora

4.5.4 Vistas desde el área de estudio

El área de intervención cuenta con diversas vistas que serán esenciales para la orientación del proyecto, permitiendo definir las sensaciones y emociones que se desea transmitir a los usuarios desde distintos puntos.



Nota. Elaborado por la autora

Por ello, se analizan las visuales desde el sitio, enfocándose en su relación con el entorno exterior del área de estudio.

Figura 76
Visuales desde el mercado Pequeño Productor

4.5.5 Colores y texturas predominantes

La paleta de colores del mercado Pequeño Productor y su entorno combina tonos fríos, como el azul y el gris del hormigón; colores neutros, como el blanco hueso de las fachadas; y tonos cálidos, como el naranja presente en las baterías sanitarias.

Del mismo modo, las texturas predominantes en el mercado son rugosas, destacando materiales como el hormigón y el césped. La vía Dr. Arturo Armijos se encuentra lastrada, diferenciándose de las vías secundarias del sector, las cuales se encuentran asfaltadas.

Figura 77
Colores y texturas predominantes



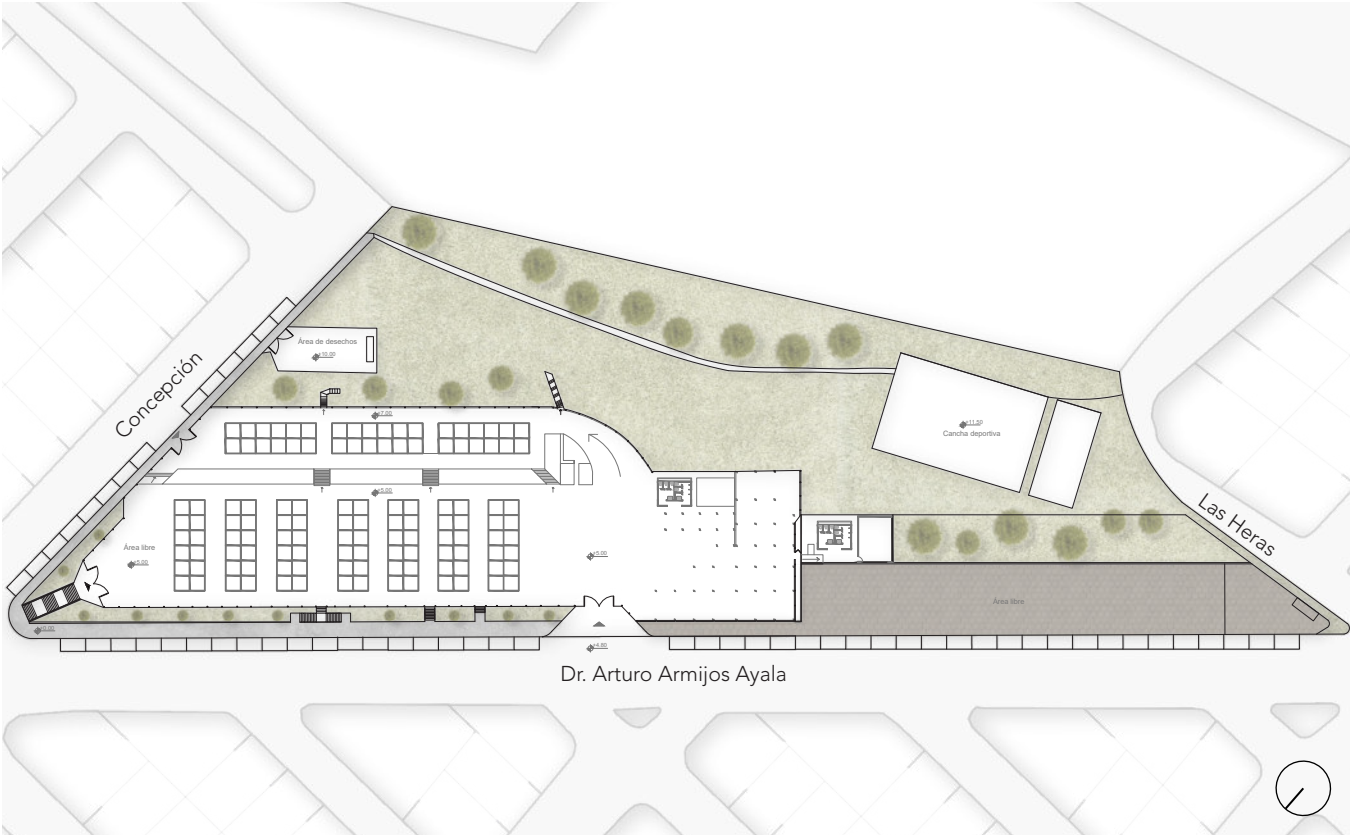
Nota. Elaborado por la autora

4.5.6 Preexistencias

El mercado Pequeño Productor de Loja, al ser un equipamiento preexistente, requiere un análisis de sitio pertinente, el cual debe ser estudiado a profundidad para comprender adecuadamente el terreno donde se implantará la propuesta.

Este mercado, construido inicialmente como una estructura provisional, cuenta con algunos cimientos que han permitido la existencia de infraestructura tanto abierta como cerrada. Además, en el entorno cercano al terreno, se encuentran varios locales comerciales, lo que refuerza la identidad del sector como una zona predominantemente comercial.

Figura 78
Planta arquitectónica del mercado Pequeño Productor

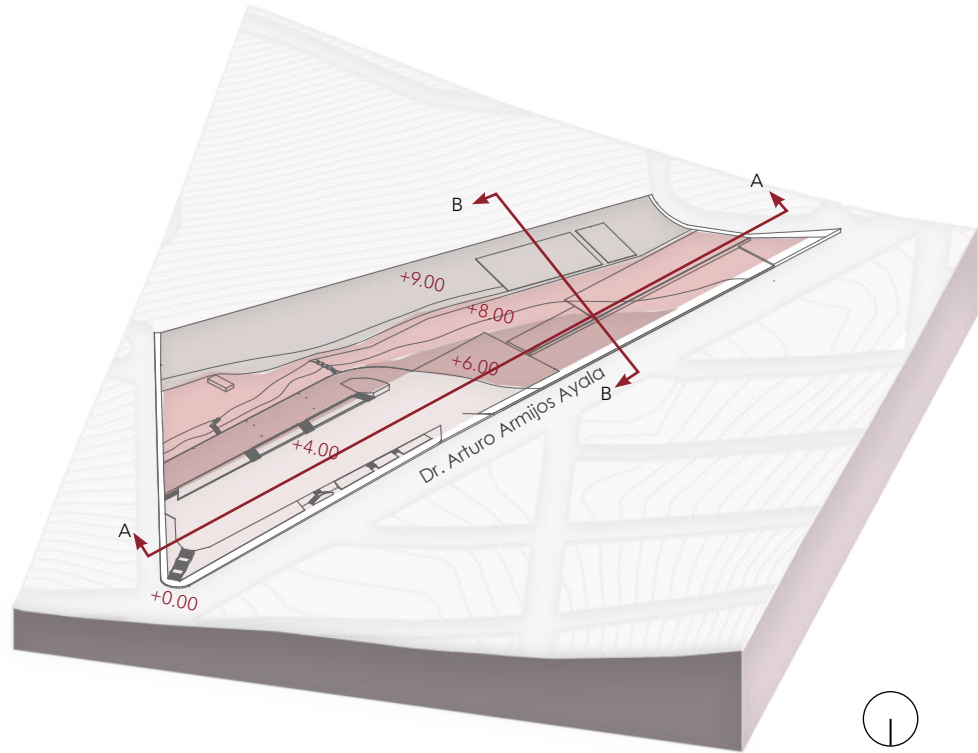


Nota. Elaborado por la autora

4.5.7 Topografía

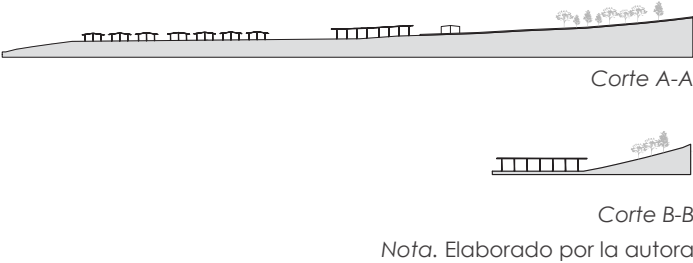
Debido a su condición de preexistencia, el área de intervención cuenta con varias terrazas consolidadas, siendo la principal la que se encuentra en el nivel +4.00 y la más elevada en el nivel +9.00, tal como se muestra en la figura 79.

Figura 79
Topografía del área de estudio



Nota. Elaborado por la autora

Figura 80
Cortes topográficos

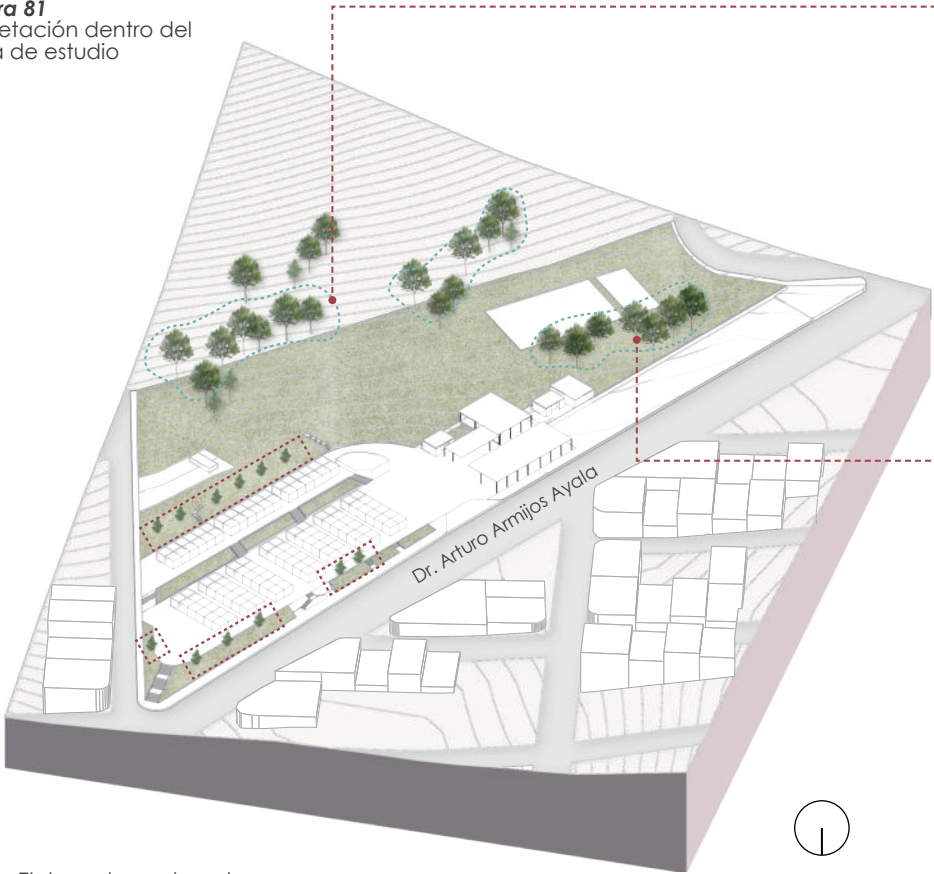


- Simbología
- Nivel +4.00
 - Nivel +6.00
 - Nivel +8.00
 - Nivel +9.00

4.5.8 Vegetación

La mayor parte de la vegetación se encuentra en la zona posterior que limita con el área de estudio, donde predominan especies de gran altura, como eucaliptos y nogales. Por otro lado, en la fachada oeste del mercado, se observa vegetación de mediana altura, como acacias. Esto indica que el área de estudio cuenta con ciertas áreas verdes, las cuales podrían ser consideradas e integradas en el diseño en fases posteriores del proyecto.

Figura 81
Vegetación dentro del área de estudio



Nota. Elaborado por la autora

- Simbología
- Vegetación Alta (Eucalipto)
 - Vegetación Mediana (Acacia)



4.5.9 Organización del mercado

Actualmente, el mercado dispone de 195 locales distribuidos en dos sectores. El sector 1 comprende 121 puestos organizados en 10 bloques, cada uno con 12 locales. Por otro lado, el sector 2 cuenta con 74 puestos y presenta una infraestructura abierta, destinada principalmente a la venta de verduras y ocupada mayormente los fines de semana, además cuenta con un bloque de batería sanitaria la cual abastece a los dos sectores.

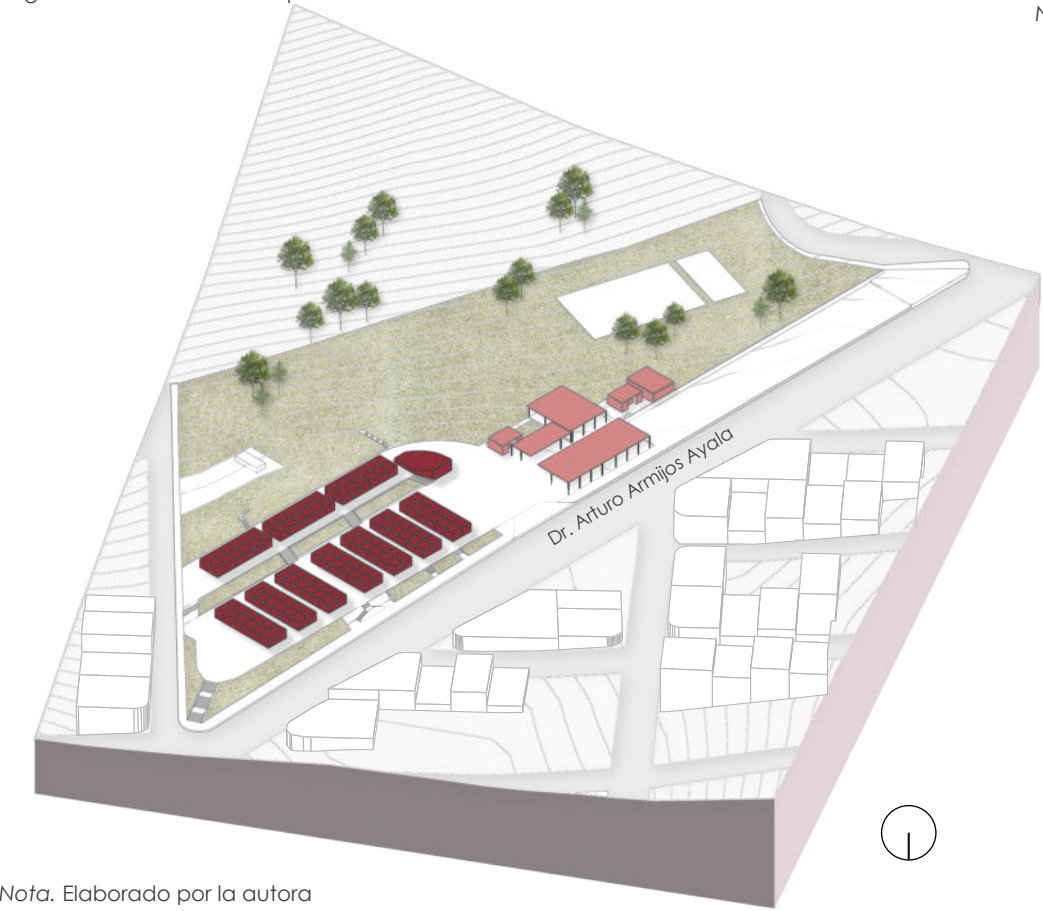
Figura 82 Organización del mercado por sectores

A partir de este análisis, se concluye que ambos sectores no tienen ningún elemento que los vincule, ya que el área central actúa como una zona de descarga.

Tabla 07 Tabla de organización por sectores

Sectores	# de puestos	%
1	121	71
2	74	29

Nota. Elaborado por la autora



Nota. Elaborado por la autora

Simbología

- Sector 1
- Sector 2

4.5.9.1 Zonificación

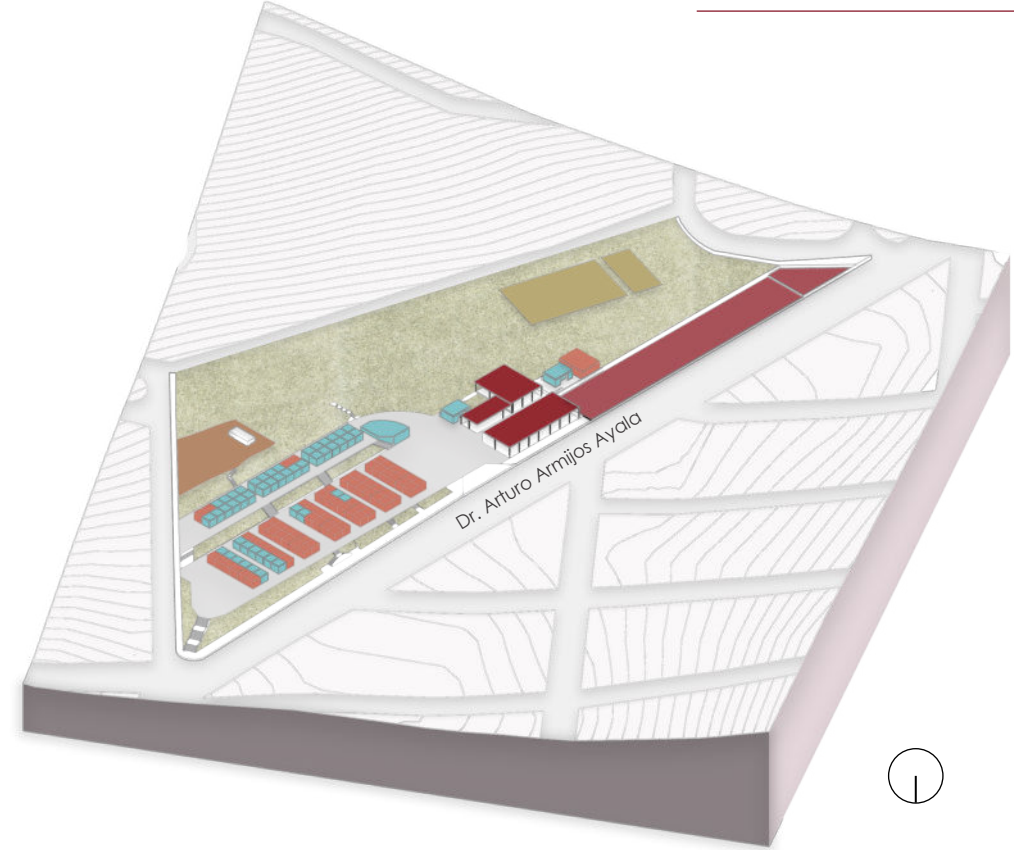
En cuanto a la zonificación, se observa que en el sector uno coexisten zonas húmedas y secas sin una distribución clara, lo que afecta su funcionamiento y organización espacial. En cambio, en el sector dos predominan las zonas semi-húmedas (venta de verduras) y húmedas (servicios sanitarios). Alrededor del mercado se ubican espacios como el área libre del sector, mientras que en la parte posterior se encuentran el área recreativa y la destinada a desechos.

Figura 83 Zonificación de usos generales

Tabla 08 Tabla de zonificación de espacios en el mercado

Espacios	#	%
Locales comerciales	121	58
Área de frutas y verduras	74	26
SSHH	2	4
Área libre	1	2
Área recreativa	1	2
Casa comunal	1	2
Área de desechos	1	2
Área administrativa	2	4

Nota. Elaborado por la autora



Nota. Elaborado por la autora

Simbología

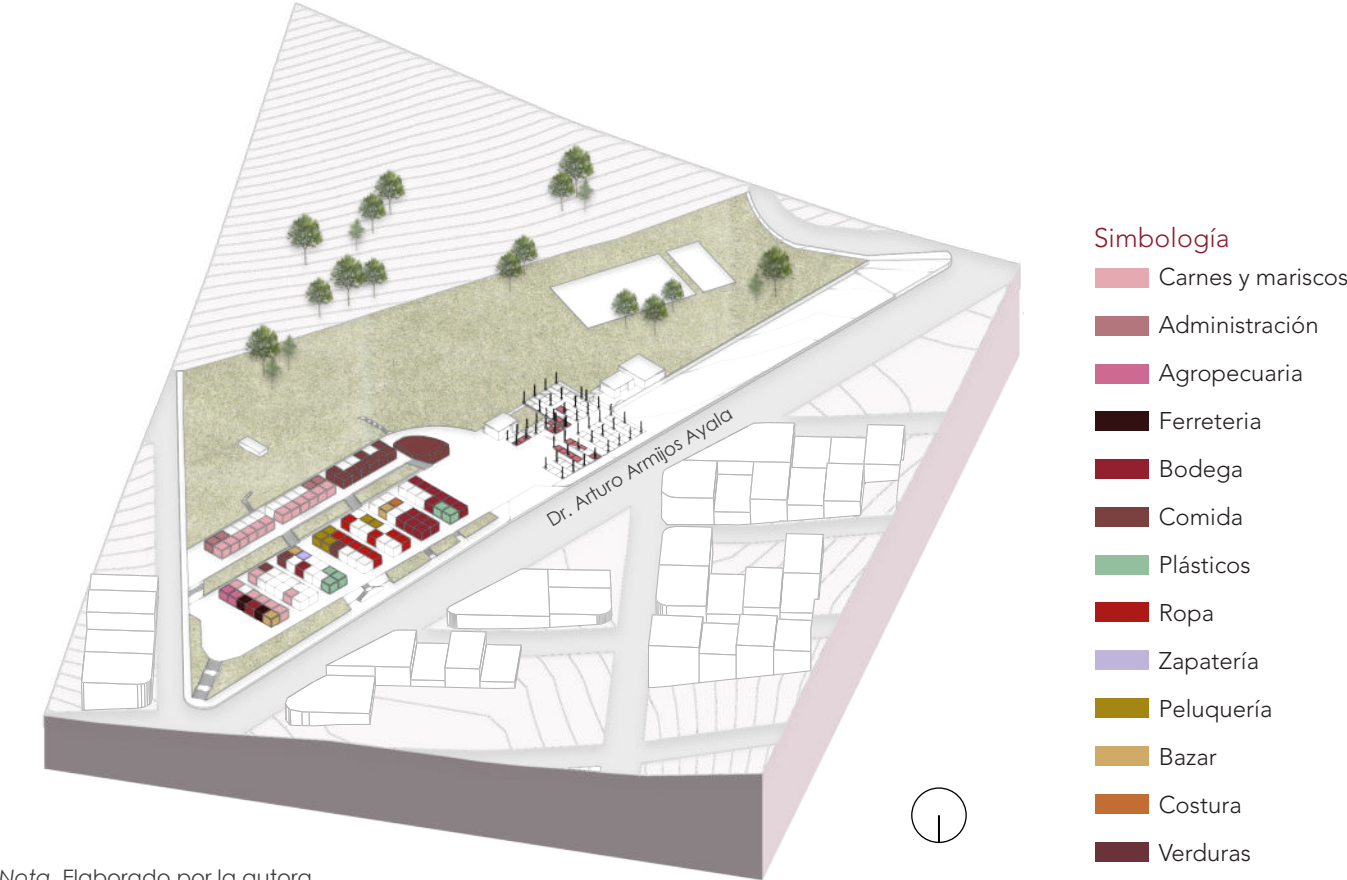
- Zona seca
- Zona semi-húmeda
- Zona húmeda
- Área libre
- Área recreativa
- Área de desechos

4.5.9.2 Actividades comerciales

En el Mercado Pequeño Productor se desarrollan diversos tipos de comercio. Los locales de carnes y mariscos predominan, con un total de 19, seguidos por 13 locales de comida, 15 bodegas, 9 locales de ropa, 5 de plásticos, 5 de peluquería, 3 de bazar, 1 de zapatería y 1 de costura.

Por otro lado, en el sector 2 predominan los locales de venta de verduras, catalogados como una zona semihúmeda. Con base en este análisis, se puede determinar que este programa de actividades será fundamental al momento de definir las funciones en la propuesta.

Figura 84
Actividades dentro y fuera



Nota. Elaborado por la autora

4.5.9.3 Clasificación de locales

En la siguiente tabla se clasifican las diversas actividades comerciales que se desarrollan en el mercado Pequeño Productor, especificando el tipo de área en la que se ubican y las dimensiones de cada uno de estos locales.

Tabla 09
Tabla de clasificación de locales

Sector	Tipo de área	Tipo de local	# de locales	Dimensiones m²	Área m²	Total
S-1	Húmeda	Carnes y mariscos	19	3 x 3	9	31 locales ocupados
		Comida	13	3 x 3	9	
	Seca	Agropecuaria	2	3 x 3	9	79 locales ocupados
		Ferretería	2	3 x 3	9	
		Bodega	15	3 x 3	9	
		Administración	4	3 x 3	9	
		Plásticos	5	3 x 3	9	
		Ropa	9	3 x 3	9	
		Zapatería	1	3 x 3	9	
		Peluquería	5	3 x 3	9	
		Bazar	3	3 x 3	9	
		Costura	1	3 x 3	9	
S-2	Semi-húmeda	Verduras	19	2,4 x 1.6	3.74	19 locales ocupados

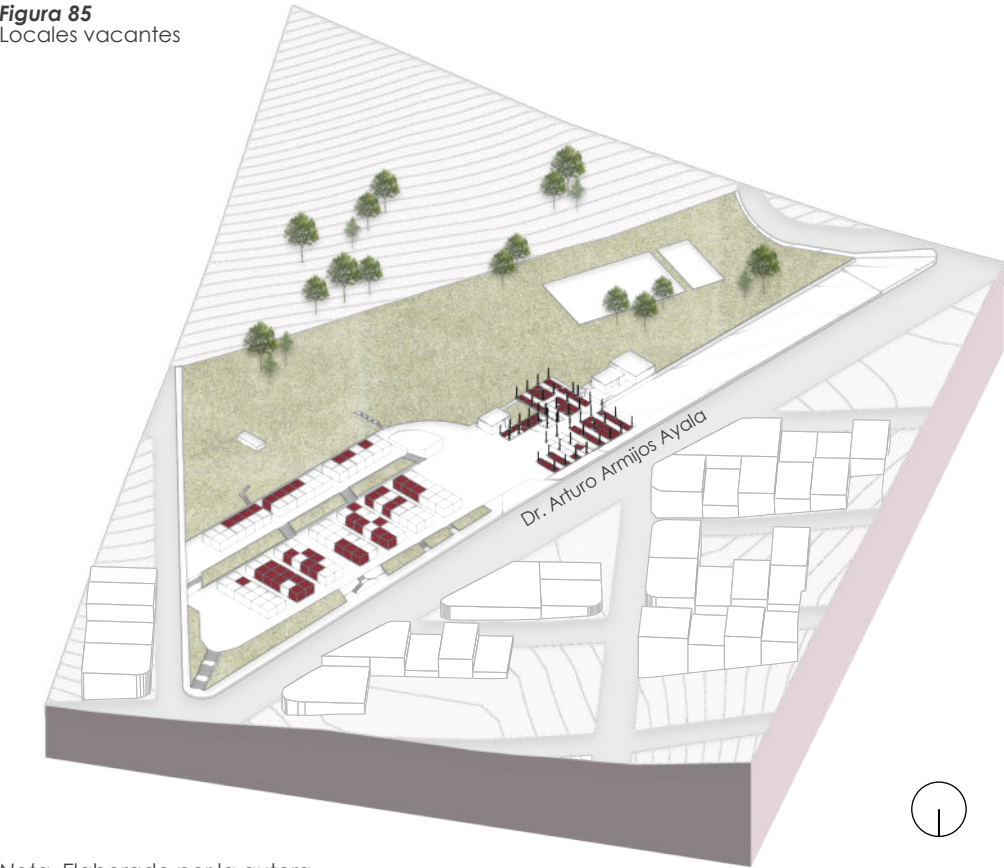
Nota. Elaborado por la autora

4.5.9.4 Locales vacantes

Según los moradores del sector, el mercado Pequeño Productor comenzó a sentirse deshabitado desde la pandemia en el año 2020, cuando los comerciantes mayoristas fueron reubicados al Puerto Seco, sector Plateado.

Actualmente, el mercado cuenta con 42 locales vacantes en el sector 1 y 55 puestos vacantes en el sector 2. Otro problema señalado en las encuestas es la falta de publicidad o conocimiento sobre el mercado, ya que muchos creen que ya no está en funcionamiento.

Figura 85
Locales vacantes



Nota. Elaborado por la autora

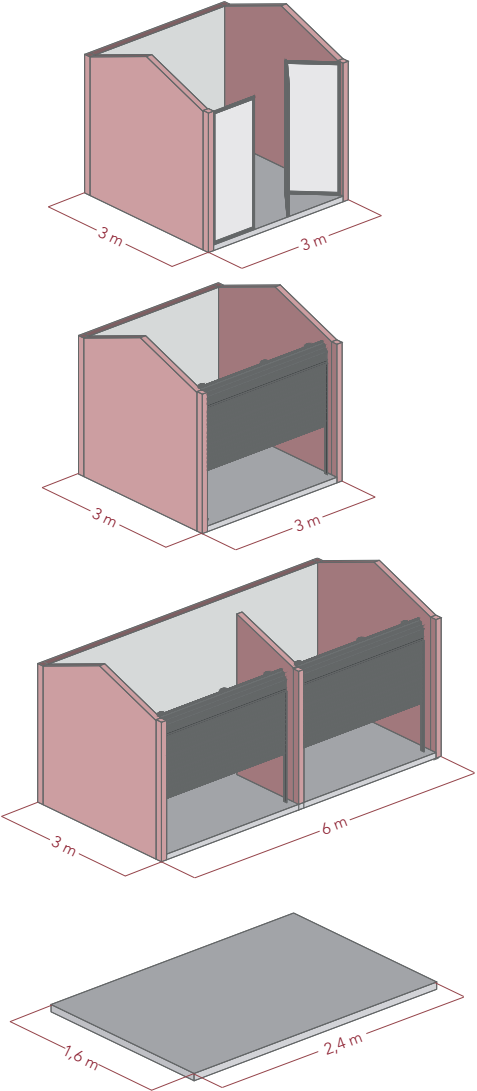
Tabla 10
Tabla de locales vacantes

Sectores	Locales vacantes	Ocupados
1	42	79
2	55	19

Nota. Elaborado por la autora

4.5.9.5 Tipologías de locales

Figura 86
Tipologías de locales comerciales



Nota. Elaborado por la autora

Tipología 1
Destinada a actividades que requieren un espacio húmedo, como la venta de carnes, mariscos y comida. Esta tipología se caracteriza por tener una puerta de metal con malla, que permite la ventilación natural de los locales.

Tipología 2
Destinada a actividades comerciales que no requieren de un espacio húmedo, como bodegas, plásticos, ropa, bazares, zapaterías, etc. Los locales de esta tipología están equipados con puertas enrollables, adecuadas para zonas secas que no necesitan ventilación en comparación con los locales de alimentos.

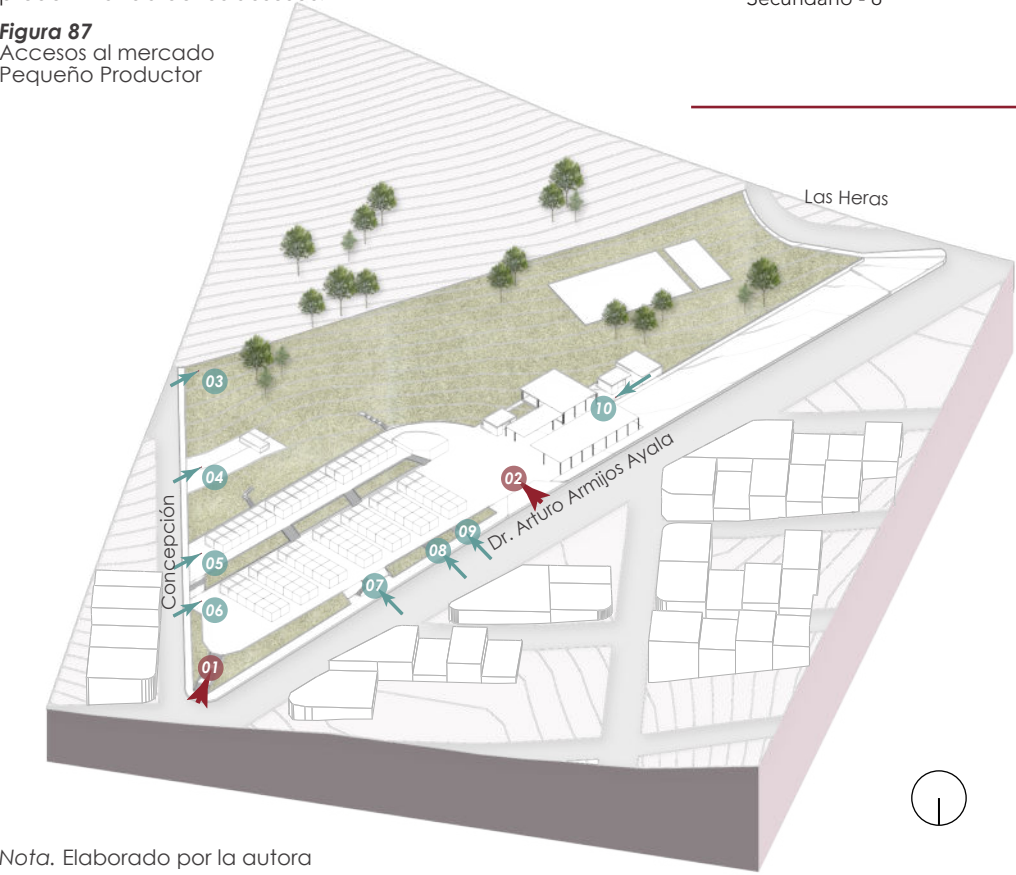
Tipología 3
Esta tipología mantiene las características de la segunda, con la particularidad de que algunos locales han ampliado sus espacios mediante la unión de dos locales comerciales. Esta modificación se aplica solo en locales dedicados a la venta de plásticos.

Tipología 4
Esta última tipología se ubica en el sector 2, donde predominan las actividades comerciales de venta de verduras. Los locales están adaptados a una zona semihúmeda y carecen de paredes, estando únicamente protegidos por un galpón.

4.5.10 Accesos

El mercado dispone de dos accesos principales: el primero está ubicado en la esquina de las calles Dr. Arturo Armijos Ayala y Concepción, y el segundo en la parte central del mercado, también por la calle Dr. Arturo Armijos Ayala. Además, cuenta con ocho accesos secundarios distribuidos a lo largo de ambas calles. En la tabla 11 se presentan las medidas correspondientes, las cuales indican que estos son accesos amplios. Sin embargo, en la figura 87 se señala que los accesos secundarios 07, 08, 09, así como 05 y 06, se encuentran a corta distancia entre sí, lo que reduce la predominancia de los accesos.

Figura 87
Accesos al mercado
Pequeño Productor



Nota. Elaborado por la autora

Tabla 11
Tabla de dimensiones de accesos hacia el mercado

Acceso	Número	Dimensiones m
Principal - 2	01	6
	02	6
Secundario - 8	03	4.00
	04	5.10
	05	5.10
	06	3.40
	07	2.00
	08	2.00
	09	2.00
	10	1.50

Nota. Elaborado por la autora

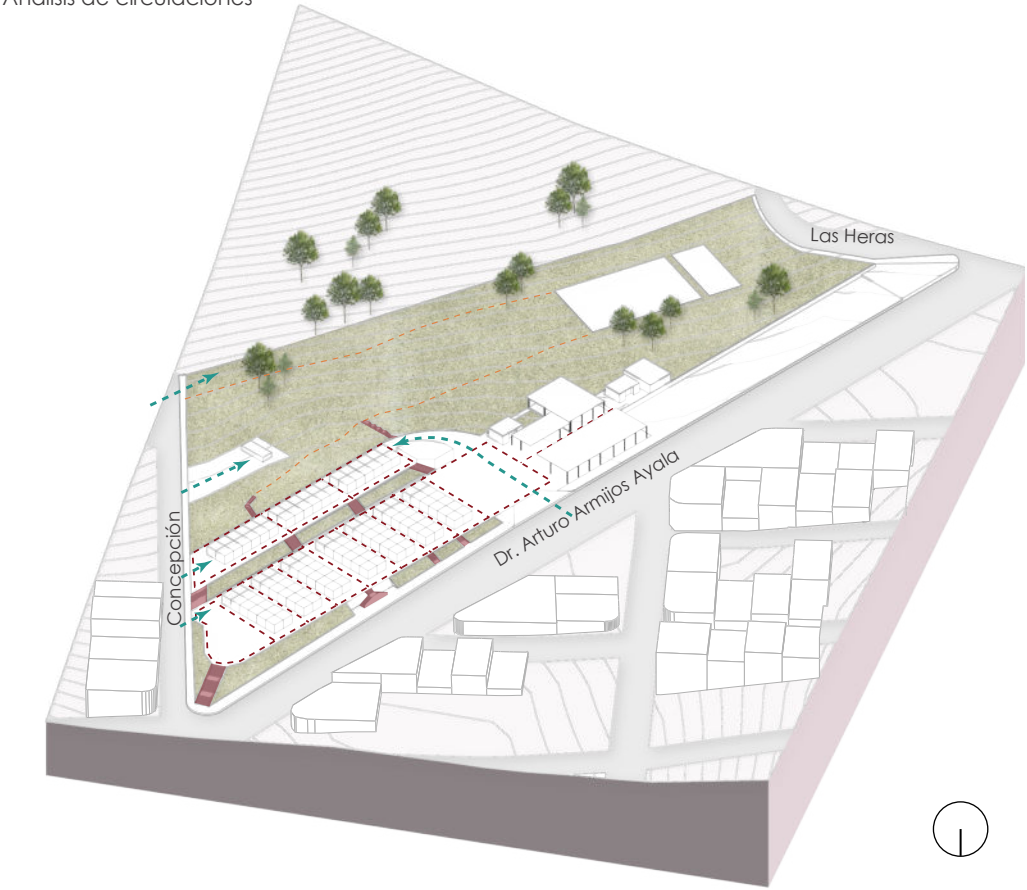
Simbología

- Acceso principal
- Acceso secundario

4.5.10.1 Circulaciones

En cuanto a las circulaciones, el mercado, al contar con tres accesos vehiculares, genera una mezcla de usuarios, ya que no existe señalización que indique la función específica de cada acceso, lo que provoca que no estén organizados para una circulación adecuada. Aunque estas circulaciones son amplias, no es conveniente que exista esta mezcla de usuarios.

Figura 88
Análisis de circulaciones



Simbología

- Circulación vertical
- Circulación peatonal
- Circulación vehicular
- Circulación improvisada

Nota. Elaborado por la autora

4.5.11 Fachadas

El Mercado Pequeño Productor fue concebido originalmente como un mercado provisional, ya que esta área estaba planificada para ser un área verde. Por lo tanto, no cuenta con un diseño de fachada arquitectónico, lo cual ha generado varios problemas que han afectado a los usuarios a lo largo del tiempo.

- Algunos comerciantes informales se sitúan en la fachada oeste, lo que expone directamente esta zona a la incidencia solar. Para mitigar este problema, los usuarios han implementado una protección mediante la ampliación de planchas de zinc, una solución que no se integra con el contexto arquitectónico y urbanístico.

- La cantidad de ventanas es limitada, lo que impide una iluminación y ventilación óptima.

- El diseño de los puestos se configura como espacios vacíos de 3 x 3 metros, sin diseño para el desarrollo de las diversas actividades, a excepción de los locales que venden comida, carnes y mariscos.

- Áreas exteriores no poseen ningún tipo de mobiliario urbano, excepto en el área recreativa, cuyo mobiliario ha sido proporcionado por los moradores del sector.

- El sector 2, cuenta únicamente con una estructura metálica la cual presenta solamente señalización de los puestos comerciales.

Con base al análisis, se ha determinado que la fachada del Mercado Pequeño Productor presenta varias deficiencias las cuales no se integran con su contexto arquitectónico y urbanístico. Estas deficiencias no cumplen con una función que brinda comodidad a los usuarios en su lugar de trabajo y, además, han contribuido indirectamente al deterioro de la imagen urbana del sector.

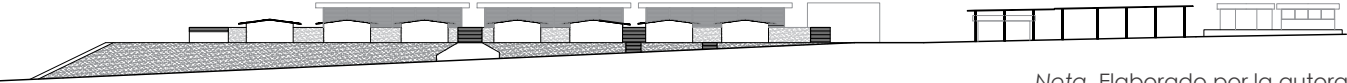


Figura 89
Fotografías del exterior del mercado



Nota. Elaborado por la autora

Figura 90
Fachada oeste

4.5.12 Estructura

La estructura del mercado está compuesta por diferentes materiales. La mayor parte de la estructura se compone de perfiles metálicos, mientras que otros bloques, como los servicios sanitarios, están contruidos con mampostería de ladrillo y hormigón armado. La estructura presenta un estado avanzado de corrosión, como se indica en la figura 96. Según Salazar (2015), la corrosión ocurre debido a diversos factores, entre ellos "reacciones químicas y electroquímicas, ya que estos materiales buscan alcanzar un estado de menor potencial energético".

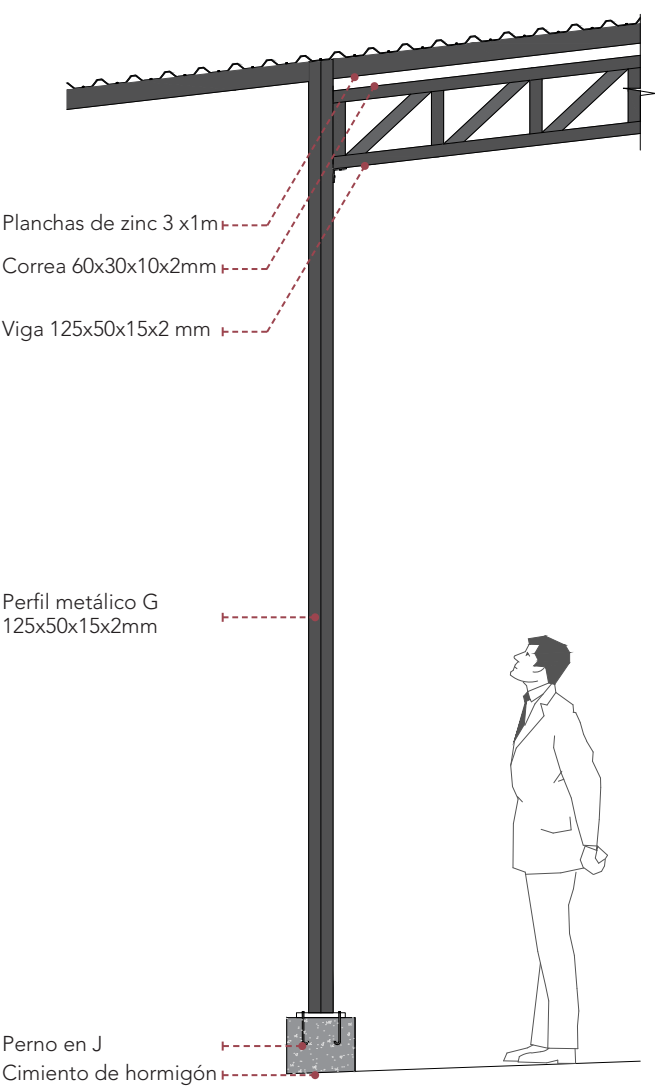
La necesidad de replantear la estructura propuesta se evidencia en la tabla 12, que se encuentra en la página siguiente, ya que, al tratarse de un mercado improvisado no se tomaron en cuenta medidas de mantenimiento.

Figura 90
Fotografía de estructura actual



Nota. Elaborado por la autora

Figura 91
Detalle de estructura del mercado Pequeño Productor



Nota. Elaborado por la autora

4.5.12.1 Valoración del estado actual

El mercado Pequeño Productor, al ser un equipamiento preexistente, requiere una evaluación de su estado actual. Para ello, se lo clasifica en tres categorías: bueno, regular y malo.

BuenoRegularMalo

Tabla 12
Tabla de valoración del estado actual

Tipo de zona	Estado	Descripción	Fotografía
Área de locales comerciales - Sector I		Esta área se encuentra en un estado malo, dado que la mayoría de los locales requieren una renovación estructural debido a la corrosión presente en las columnas metálicas.	
Área de verduras - Sector II		Esta área presenta un mal estado, ya que no cuenta con mobiliario adecuado para los comerciantes y se encuentra completamente expuesta a las condiciones climáticas.	
Área de servicio		Esta área se encuentra en mal estado, debido al evidente deterioro de su infraestructura. Además, algunos de los grifos no funcionan, lo que dificulta un adecuado control del suministro y manejo del agua.	
Área recreativa		Esta área presenta un estado regular, ya que dispone de una cancha municipal; sin embargo, carece de una planificación adecuada para el área infantil. Además, es importante señalar que la cancha municipal se encuentra mal orientada, ya que su disposición es de este a oeste.	
Área libre		Esta área se encuentra en un estado regular, debido a su completo abandono y a la falta de mantenimiento de la vegetación y arbustos.	

Nota. Elaborado por la autora

4.5.12.2 Conclusión de la valoración

El análisis realizando mediante la tabla de valoración ha permitido identificar el estado actual de la infraestructura, tal y como se muestra en la tabla 12.

Construido hace 20 años el mercado Pequeño Productor fue diseñado para atender las necesidades de los comerciantes en aquella época. Sin embargo, la infraestructura ha tenido un deterioro progresivo y ha sido objeto de continuo abandono. En particular, desde que la mayoría de los comerciantes mayoristas se trasladaron al sector de el Plateado.

Por ello, en la figura 92 se muestra un mapa de valoración del estado actual, el cual identifica los espacios que se conservarán en el proyecto y aquellos que no. En primer lugar el área de locales comerciales en el sector I y el área de verduras en el sector II no se conservaran debido a su deterioro estructural. Como se indica en la figura 96, la corrosión avanzada de la estructura pone en riesgo su estabilidad, lo que podría afectar a las columnas restantes.

En cuanto a los servicios sanitarios, no se conservarán debido a su deterioro funcional ya que no cumple un rol importante dentro de la organización del mercado. Además, al ser un único núcleo de servicios, no cumple con la normativa vigente para mercados minoristas, que establece un número minino de servicios sanitarios en función a las dimensiones del equipamiento.

Por otro lado, el área libre del mercado se mantendrá, ya que se encuentra en un estado regular y solo necesita trabajos de mantenimiento. Finalmente, se conservará el área designada para actividades recreativas, sin embargo, no se conservará la cancha de indor, ya que no representa un elemento de importancia para la comunidad, como se ha explicado en prácticas del habitar.

ConservarNo conservar

Nota. Elaborado por la autora

4.6 Matriz de problemas - Ideas - Estrategias

Tabla 13
Tabla de problemas y estrategias

TEMA	PROBLEMA	POTENCIALIDADES	ESTRATEGIA
EQUIPAMIENTOS	El sector presenta un déficit significativo de equipamientos culturales y recreativos	La presencia del mercado Pequeño Productor y Nueva Granada ha generado una dinámica comercial en la zona	Propuesta de un equipamiento multifuncional que articule actividades comerciales y culturales
TRAZADO VIAL Y ACCESIBILIDAD	Congestión vehicular debido a la inaccesibilidad de la vía Dr. Arturo Armijos Ayala, la cual se encuentra obstruida por tuberías dañadas	La vía Dr. Arturo Armijos Ayala está conectada directamente con las avenidas articuladoras y conduce directamente al área de estudio	Rehabilitación de la vía principal de acceso como eje articulador del sector
	Carencia de señalética adecuada en paradas de buses	Varias líneas de autobús circulan en el mismo punto de parada, excepto la línea L-1 Las Pitass, cuya parada más cercana se encuentra a una cuadra del sitio	Implementación de señalética adecuada en las paradas de autobuses
ESPACIO PÚBLICO	Se evidencia la deficiencia de alumbrado público en especial en espacios públicos como las áreas recreativas	-	Instalación de alumbrado público en puntos ciegos que puedan generar situaciones de inseguridad
	En cuanto al análisis de los espacios abiertos públicos se evidencia la ausencia de áreas adecuadas de estancia para los moradores y de espacios de encuentro	Área recreativa delimitada por autoridades municipales	Diseño de plazas conectoras entre el espacio comercial y su entorno, destinadas a fortalecer la interacción social
ÁREAS RECREATIVAS	Ausencia de mobiliario adecuado para el desarrollo de actividades recreativas	Los moradores del sector han generado sus propios espacios de esparcimiento, como la instalación de una cancha de voleibol por iniciativa de los usuarios	Implementación de canchas de voleibol, mobiliario infantil y de ejercicio al aire libre para la comunidad
VEGETACIÓN	-	La presencia de una amplia variedad de especies arbustivas resulta beneficioso para integrarlo al proyecto	Preservación de la fauna existente en la mayor medida posible
PRÁCTICAS DEL HABITAR	El deterioro del sector ha propiciado la presencia de personas consumiendo alcohol en espacios públicos	Debido a su carácter altamente comercial, el área tiene potencial para recuperar su dinamismo	Implementación de actividades diurnas que contribuyen al control y ordenamiento del espacio público

TEMA	PROBLEMA	POTENCIALIDADES	ESTRATEGIA
CLIMA	En base al análisis climático, se determina que la fachada principal recibe asoleamiento directo en horas de la tarde	Optimización del consumo energético mediante el aprovechamiento de la luz natural	Orientación estratégica del proyecto y selección de materiales que contribuyan al confort térmico
VISUALES	-	Las edificaciones residenciales circundantes no superan los 10 metros de altura, lo que garantiza que no obstruyan las visuales. Además, se ha identificado una vista orientada directamente hacia el paisaje natural	Integración del paisaje natural en la parte posterior del terreno mediante la creación de espacios de estancia para la comunidad
TOPOGRAFÍA	-	Aprovechamiento de las terrazas existentes en el área de estudio para la propuesta del proyecto	Incorporación de las plataformas preexistentes dentro del diseño
VEGETACIÓN	-	La presencia de vegetación alta y mediana contribuye a la generación de sombra, reduciendo la radiación solar directa	Diseño de espacios exteriores verdes, integrando la vegetación existente
FUNCIONALIDAD	La mezcla de actividades comerciales en zonas húmedas y secas genera desorden espacial	Organización de estas áreas para mejorar la distribución y funcionalidad del espacio	Diseño de espacios internos mediante franjas diferenciadas para zonas húmedas y secas
ACCESIBILIDAD	Existe una sobrecarga de accesos debido a su proximidad	Se identifican aproximadamente diez accesorios al mercado, con dimensiones amplias	Reubicación y jerarquización de accesos para optimizar la circulación y accesibilidad
CIRCULACIONES	La mezcla de usuarios tanto vehiculares como peatonales pueden llegar a generar accidentes	Las dimensiones de las circulaciones son amplias, permitiendo su reorganización	Implementación de señalética clara para diferenciar accesos vehiculares y peatonales
	Las circulaciones interiores, incluidas las escaleras con una contrahuella de 20 cm, no cumplen con la normativa vigente	-	Rediseño de escaleras para garantizar una conexión directa y accesible con las áreas posteriores

Nota. Elaborado por la autora

4.7.1 Conclusiones del diagnóstico urbano

A partir de todo el estudio realizado, se concluye que el barrio Turunuma Alto se encuentra mayormente consolidado en comparación del sector Las Pitas II, donde se ubica el área de estudio. Esta diferencia se debe, en cierta parte, a la fragmentación del territorio provocada por su condición topográfica. Además, en un radio de 500 metros dentro del sector las Pitas II, predomina el uso mixto de comercio y vivienda, seguido del uso comercial. Esta dinámica comercial se produce por la presencia de los mercados Nueva Granada y Pequeño Productor.

En cuanto a las áreas recreativas, los espacios existentes carecen de mobiliario adecuado para el desarrollo de las actividades recreativas. Esta insuficiencia tanto de espacios de ocio como también de mobiliario, obliga a los niños a utilizar las calles como zonas de juego, lo cual expone a los niños a peligros considerables. Asimismo, se analizan las prácticas del habitar, identificando como los moradores ocupan el espacio y que actividades realizan en su entorno.

Otro aspecto relevante es la inaccesibilidad de la vía Dr. Arturo Armijos Ayala, principal acceso al área de estudio, la cual se encuentra próxima a dos vías arteriales importantes: la Av. 8 de diciembre y la Av. Pablo Palacio. Por otro lado, la línea de autobús L-1 de Las Pitas es la más cercana al área de estudio. En este contexto, se determina que el mercado Pequeño Productor influye en gran medida en la configuración urbana, incluyendo el área recreativa, como la conexión integral entre ambos espacios.

Finalmente, con base a todo el análisis realizado y en las encuestas aplicadas a los moradores, se demuestra que la comunidad espera el desarrollo de actividades culturales complementadas con espacios recreativos, considerando que este sector fue destinado principalmente como área verde. Asimismo, se manifiesta la necesidad de nuevos comercios complementarios que contribuyan a la dinamización del sector.

Simbología

■ Uso mixto

■ Vivienda

■ Comercio

■ Área recreativa

●●● Vía principal

|||| Vía secundaria

Parada de bus

L-1 Pitas

Río Zamora

Conexión exterior

Conexión con área recreativa



4.9 Síntesis de problemas y potencialidades arquitectónicas

El Mercado Pequeño Productor al haber sido concebido como un espacio provisional, la edificación ha superado su vida útil y actualmente no satisface las necesidades funcionales de los comerciales, ya que estos dos bloques se encuentran divididos y no existe conexión entre si.

Datos del sitio

- Área total	13,332.72 m²
- Área total construida	5,800 m²
- C.O.S	70%
- C.U.S	210%

Temperatura

Clima pro templado de 16°C (promedio)

Asoleamiento

Este - Oeste

Vientos

Noreste a sureste

Precipitaciones

116 mm (promedio)

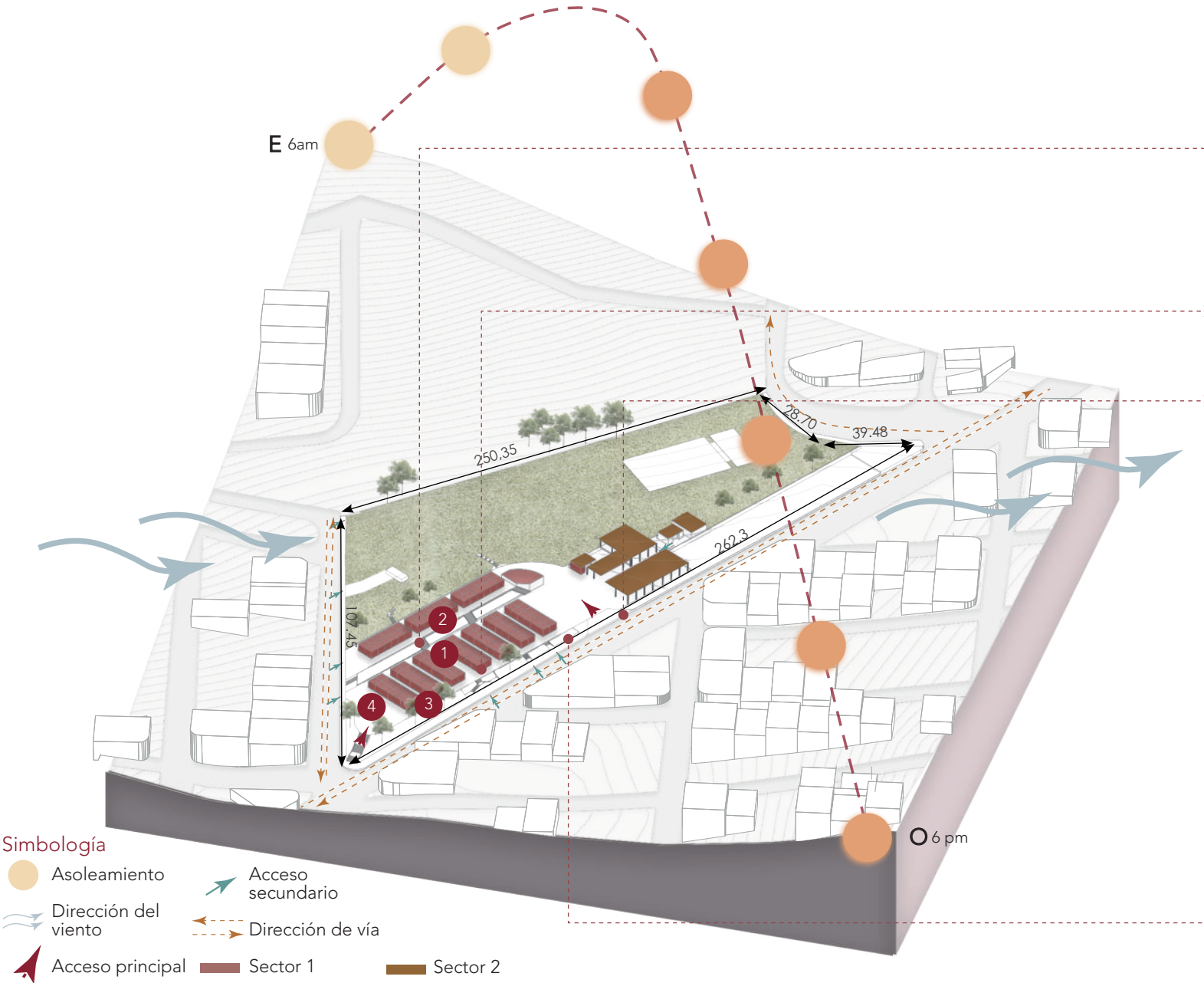


Figura 95
Síntesis de problemas y potencialidades arquitectónicas

PROBLEMAS

- La circulación interior es inadecuada la dimensión en la contrahuella de las escaleras.
- La sobrecarga de accesos impide una adecuada jerarquización y ordenamiento de los mismos.
- La orientación del mercado expone la fachada principal a la radiación solar directa en horas de la tarde.
- La combinación de actividades comerciales en un mismo espacio puede generar problemas de humedad, afectando la infraestructura y la funcionalidad.
- La interacción de peatones y vehículos en un mismo espacio aumenta el riesgo de incidentes.

POTENCIALIDADES

- Diseño de escaleras que funcionan como un eje conector directo entre diferentes áreas del proyecto.
- Conservación de las dimensiones amplias de los accesos dentro del diseño del proyecto.
- Aprovechamiento de la luz natural para optimizar el consumo energético.
- Organización de las actividades comerciales a través de franjas o núcleos funcionales.
- Delimitación de áreas según el tipo de usuarios para mejorar la circulación y seguridad.

Nota. Elaborado por la autora

05

PROPUESTA

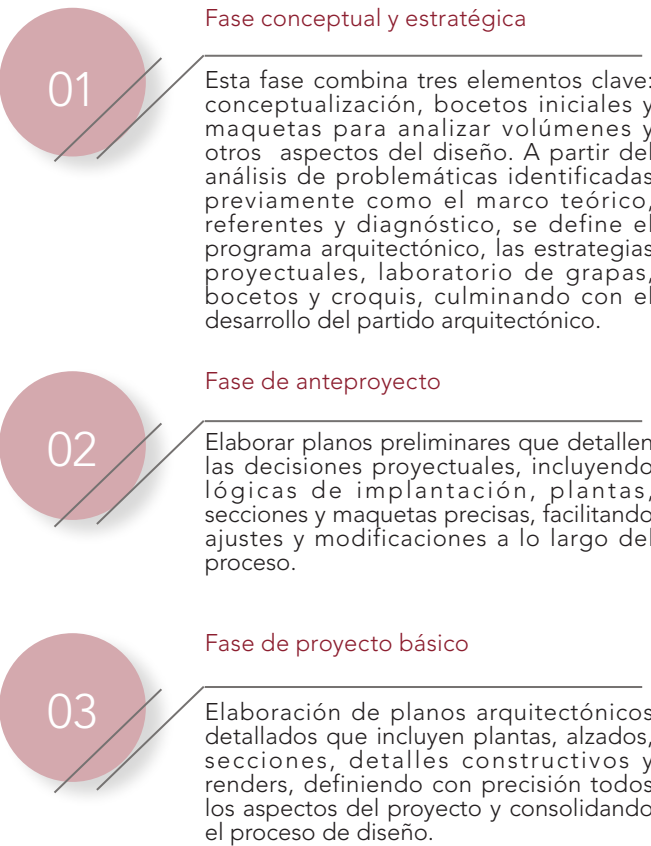


5.1 Metodología

5.1.1 Proceso Proyectual

Para el desarrollo de la propuesta, se ha adaptado la metodología descrita en "Proceso de un proyecto de arquitectura" de Campo Baeza (2018). Como se ilustra en la figura 97, el croquis representa la reinterpretación de Utzon basada en la lectura del proceso proyectual destacando el enfoque de "pensar con las manos". Este enfoque subraya que el proceso proyectual no es lineal, sino una investigación continua y dinámica. En la figura 96 se presentan las fases de la metodología sintetizadas.

Figura 96
Metodología de diseño



Nota. Datos obtenidos de la metodología adaptada de "Proceso de un proyecto de arquitectura", (Campo Baeza, 2018). Elaborado por la autora

Figura 97
Croquis de Jorn Utzon



Nota. Campo Baeza, 2008

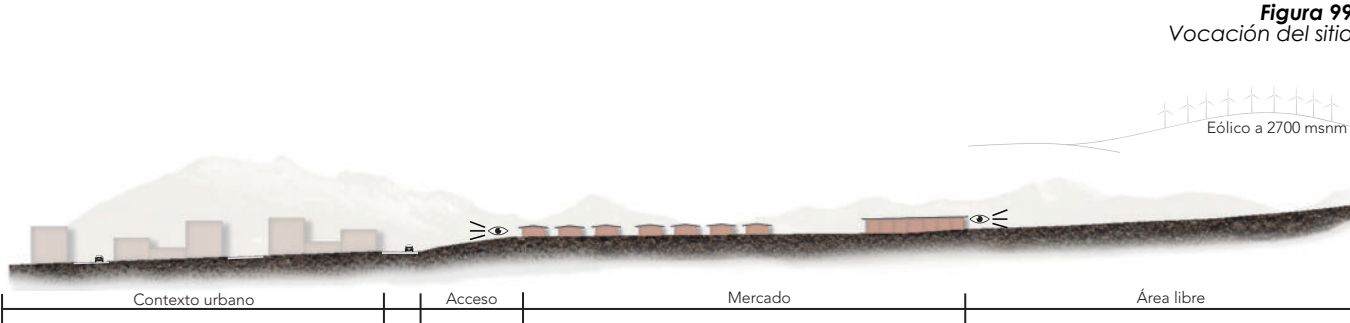
5.2 Conceptualización del proyecto arquitectónico

El eje central del proyecto es atender las necesidades tanto de los comerciantes como de los residentes del sector las Pitas II, mediante la integración del área recreativa con el equipamiento. Su objetivo principal es lograr un equilibrio de usos, considerando que este espacio fue originalmente destinado como área verde, esto debido a que algunos residentes manifiestan su descontento con el funcionamiento del mercado.

El mercado, establecido en el sector desde el año 2005, ha contribuido a consolidar la memoria comercial del lugar. Sin embargo, con base al análisis realizado, se plantea devolver a la comunidad su área verde a través de una planificación adecuada del espacio recreativo. Asimismo, y de acuerdo con los resultados de las encuestas, se prevé la incorporación de actividades culturales en un espacio flexible que permita su desarrollo sin afectar las actividades comerciales.

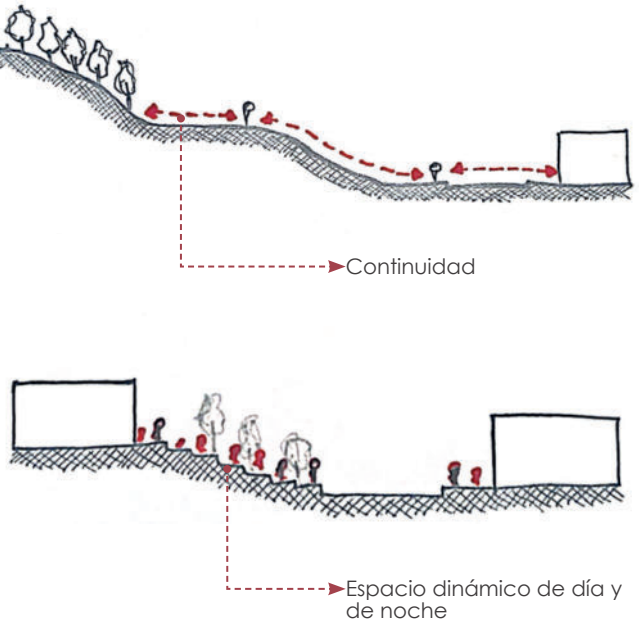
Este espacio va más allá de ser simplemente un lugar de comercio o área recreativa, su concepción se extiende hacia la creación de un equipamiento multifuncional que facilite el desarrollo de diversas actividades. Para ello, se plantea un diseño que garantice el funcionamiento independiente del mercado, sin interferir en los espacios flexibles destinados a actividades culturales. De esta manera, se busca consolidar un equipamiento permeable que favorezca la integración con su contexto.

Adicionalmente, se pretende fortalecer la actividad comercial a lo largo de la vía Dr. Arturo Armijos Ayala, con el propósito de dinamizar el sector a través de los comercios aledaños. Esto permitirá que el espacio mantenga una actividad constante tanto de día como de noche y no se convierta en un espacio muerto o inseguro.



Nota. Elaborado por la autora

Figura 98
Esquemas de integración del equipamiento con el contexto y área natural



Nota. Elaborado por la autora

Figura 99
Vocación del sitio

5.3 Plan de necesidades

Una vez finalizado el capítulo de análisis y diagnóstico se comienza a determinar el plan de necesidades. Para ello, se identifica el número de usuarios principales que inciden o tienen relación con el funcionamiento del mercado

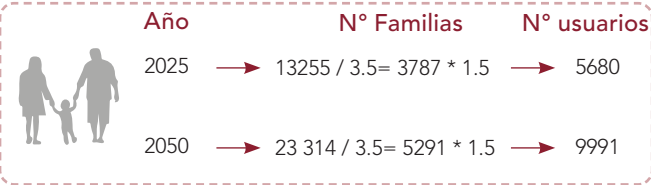
Para el mercado en Las Pitás II, la población beneficiario no se limita únicamente a los residentes del sector, sino que se toma en cuenta la población delimitada a un radio de 800m, abarcando una población de 9,401 habitantes según el censo del 2010. A partir de este dato aplicando el crecimiento geométrico del 2,33% anual, correspondiente a la parroquia Sucre, se determina la población proyectada.

$$N^{2010+15} = N^{2010} (1 + r)^{15}$$
$$N^{2025} = 9401 (1 + 0,023)^{15}$$
$$N^{2025} = 9401 (1,023)^{15}$$
$$N^{2025} = 9401 (1,41)$$
$$N^{2025} = 13\,255$$

$$N^{2010+40} = N^{2010} (1 + r)^{40}$$
$$N^{2050} = 9401 (1 + 0,023)^{40}$$
$$N^{2050} = 9401 (1,023)^{40}$$
$$N^{2050} = 9401 (2,48)$$
$$N^{2050} = 23\,314$$

Para establecer el número de usuarios que atenderá el mercado, se consideran datos del INEC. Según esta fuente, el promedio de miembros por familia es de 3,5 personas y el 1,5 corresponde a los visitantes o compradores

Figura 100
Número de usuarios que abastecerá el mercado anualmente



Nota. Elaborado por la autora

El plan de necesidades se desarrolla en base al diagnóstico previamente realizado, utilizando datos obtenidos a través de fichas técnicas y encuestas.

En lo que respecta a la organización de espacios, la Norma Técnica para el Diseño de mercados de abastos minoristas (2013), establece que la organización de este tipo de equipamientos debe basarse en la identificación de los espacios funcionales necesarios para asegurar su funcionamiento. Estos espacios están especificados en la tabla 14, que se muestra a continuación:

Tabla 14
Plan de necesidades de un mercado de abastos basado en la Norma técnica para el diseño de mercados de abastos minoristas

Zona	Local	N° de locales	% de locales
Seca	Abarrotes	19	10
	Plásticos	5	3
	Artesanías	8	4
	Bazar	5	3
	Panadería	5	3
Semi-húmeda	Verduras	19	10
	Frutas	13	7
	Lácteos y derivados	19	10
	Jugos	9	9
	Granos	5	5
Húmeda	Carne Rojas: Chancho	13	7
	Carnes Rojas: Res	17	9
	Pollo	17	9
	Marsicos	11	6
	Embutidos	10	5
	Área de comida	10	5
	Total de puestos	185	100

Nota. Datos obtenidos de Maza (2023)

De acuerdo con la Tabla 14, la norma establece un número estándar de locales para mercados minoristas. Sin embargo, en este proyecto, dicho número se ajustará en función del diagnóstico desarrollado en el capítulo anterior, de modo que la cantidad de locales a implementar se adapte a las condiciones y necesidades identificadas. Por lo tanto, para el mercado Pequeño Productor, tanto la cantidad como la tipología de los locales comerciales variarán.

Tabla 15

Plan de necesidades de un mercado de abastos

PLAN DE NECESIDADES		
	ESPACIO	ACTIVIDAD
ADMINISTRACIÓN	1. Secretaría	Atención
	2. Sala de espera	Espera
	3. Sala de reuniones	Reunión
	4. SS.HH mujeres	Servicio
	5. SS.HH hombres	Servicio
ZONA DE SERVICIOS GENERALES	1. Carga y descarga	Descarga
	2. Basura	Desechos
	3. Lavado y despostaje	Lavado de alimentos
	4. Bodega	Almacenamiento
	5. Cuarto de máquinas	Mantenimiento
	6. Cámara de carnes	Almacenamiento
ZONA HÚMEDA	1. Zona de comida	Alimentación
	2. Carnes y mariscos	Venta
ZONA SEMI HÚMEDA	1. Verduras	Venta
	2. Frutas	Venta
	3. Hierbas	Venta
	4. Jugos	Preparación
	5. Granos	Venta
	6. Peluquería	Estilismo
ZONA SECA	1. Abarrotes	Venta
	2. Especerías	Venta
	3. Plásticos	Venta
	4. Artesanías	Venta
	5. Bazar	Venta
	6. Agropecuaria	Venta
	7. Ferretería	Venta
	8. Calzado	Venta
	9. Ropa	Venta
	10. Costura	Venta
ZONA COMPLEMENTARIA	1. Guardería	Cuidado
	2. Área de juegos	Recreación
	3. Recepción	Atención
	4. Cocina/Comedor	Alimentación
	5. Baños para niños	Servicio
	6. Área de Cunas	Descanso
SSHH	1. SSHH mujeres	Servicio
	2. SSHH hombres	Servicio

Nota. Elaborado por la autora

5.4 Programa arquitectónico

El objetivo del proyecto se centra en el diseño arquitectónico del mercado minorista "Pequeño Productor".El programa arquitectónico se ajusta a las necesidades de los habitantes del sector Las Pitas II, con el fin de establecer un equilibrio adecuado entre las actividades comerciales y las demandas de los residentes.

5.4.1 Cálculo de puestos de venta

La planificación del mercado considera el dimensionamiento de puestos de venta en función a la Norma de Mercados Minoristas, que establece como criterio la asignación de un puesto por cada 10 000 habitantes.

Habitante	9401	x 45	→ =50 locales
Población	10 000		

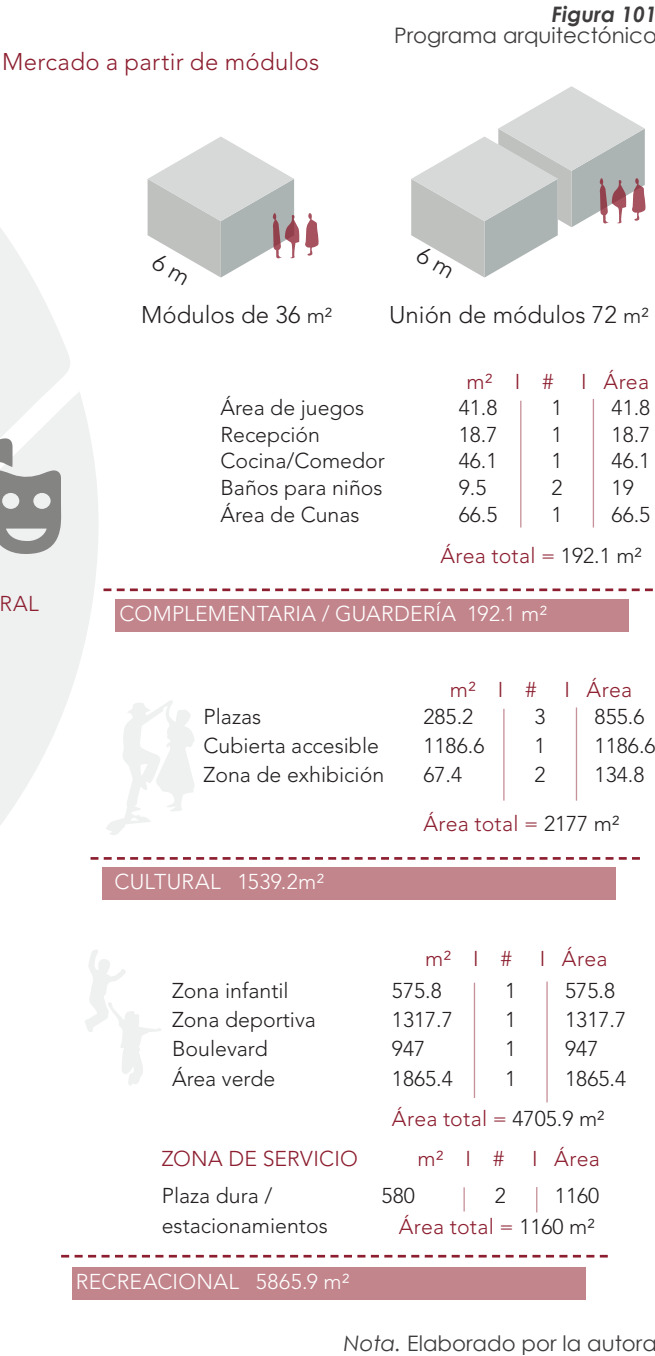
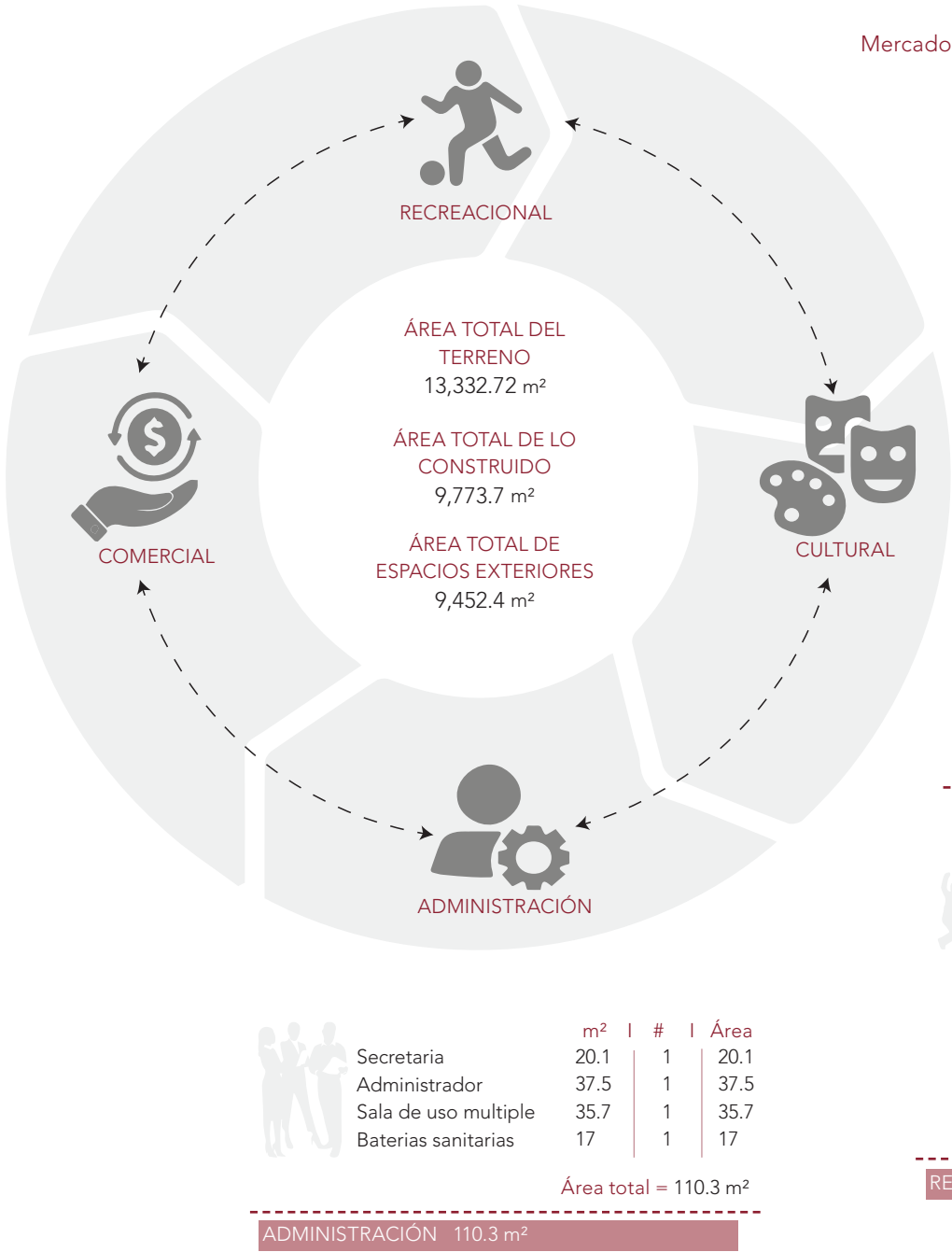
5.4.2 Cálculo de puestos de venta para población futura

En lo que respecta al dimensionamiento del mercado y el número de locales comerciales para una población futura, se utilizarán los datos obtenidos a través del cálculo de crecimiento geométrico. Esto permitirá ajustar el número de puestos necesarios para satisfacer la demanda comercial del sector, garantizando así la viabilidad del mercado a largo plazo.

Habitante	23 314	x 45	→ =115 locales
Población	10 000		

Con el resultado de este cálculo, se procede al diseño del mercado, teniendo en cuenta la división de zonas para asegurar una mejor organización en el espacio.

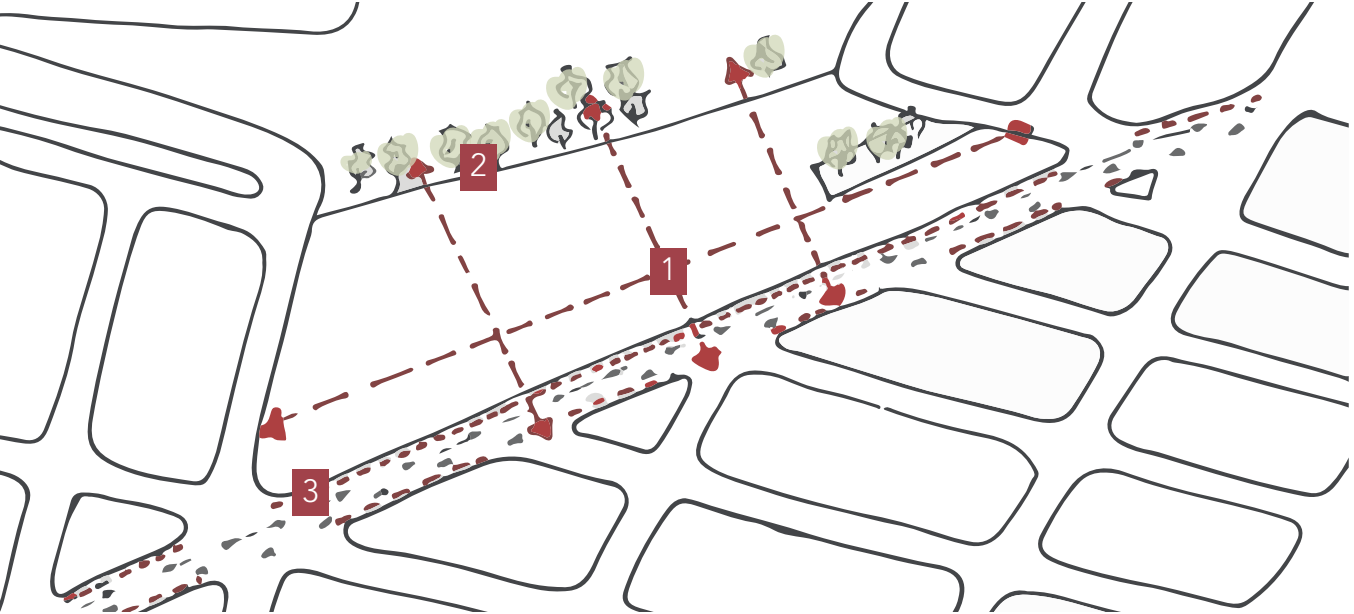
CUADRO DE ÁREAS	ZONA HÚMEDA			
	Área de comida	9	12	108
	Zona de carnes	9	36	324
	Área total = 432 m²			
	ZONA SEMI HÚMEDA			
	Verduras	9	10	90
	Frutas	9	7	63
	Hierbas	9	3	27
	Jugos	10.5	3	31.5
	Granos	9	4	36
	Peluquería	17.1	4	68.4
	Área total = 315.9 m²			
	ZONA SECA			
	Abarrotes	9	8	72
	Especerías	9	4	36
	Plásticos	18.2	3	54.6
	Artesanías	9	2	18
	Agropecuaria	9	1	9
	Ferretería	9	2	18
	Calzado	9	5	45
	Ropa	9	5	45
	Costura	9	2	18
	Bazar	9	5	45
	Patio de comidas	120	2	240
	Área total = 600.6 m²			
	ZONA DE SERVICIO			
	Zona de carga y descarga	35.1	2	70.2
	Cuarto de basura	35.2	2	70.4
	Bodega 1	72.1	1	72.1
	Bodega 2	47.4	1	47.4
	Zona de lavado	10	2	20
	Cuarto de maquinas	27.8	2	54.2
	Cámara de carnes	18.7	2	37.4
	Vestidor del personal	32.7	1	32.7
	Área total = 404.4 m²			
	SSHH			
	SSHH mujeres	14.7	4	58.8
	SSHH hombres	18.3	4	73.2
	Área total = 132 m²			
	COMERCIAL = 1884.9 m²			



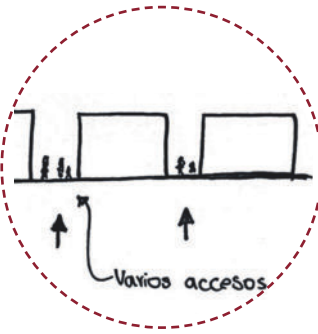
Nota. Elaborado por la autora

5.5 Estrategias urbanas

Figura 102
Bocetos de estrategias urbanas

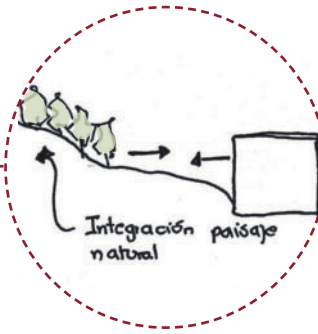


1 PERMEABILIDAD



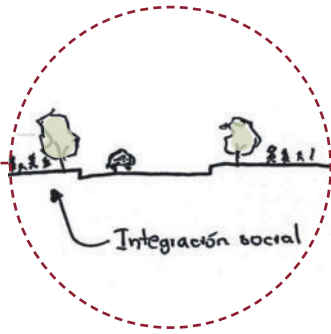
Es fundamental garantizar la conectividad entre el interior y el exterior, facilitando una interacción fluida y accesible con el entorno circundante.

2 INTEGRACIÓN



La integración del equipamiento con el paisaje natural y el contexto urbano es clave para generar una conexión armoniosa que promueva el equilibrio entre los distintos usos del espacio.

3 ENSANCHE

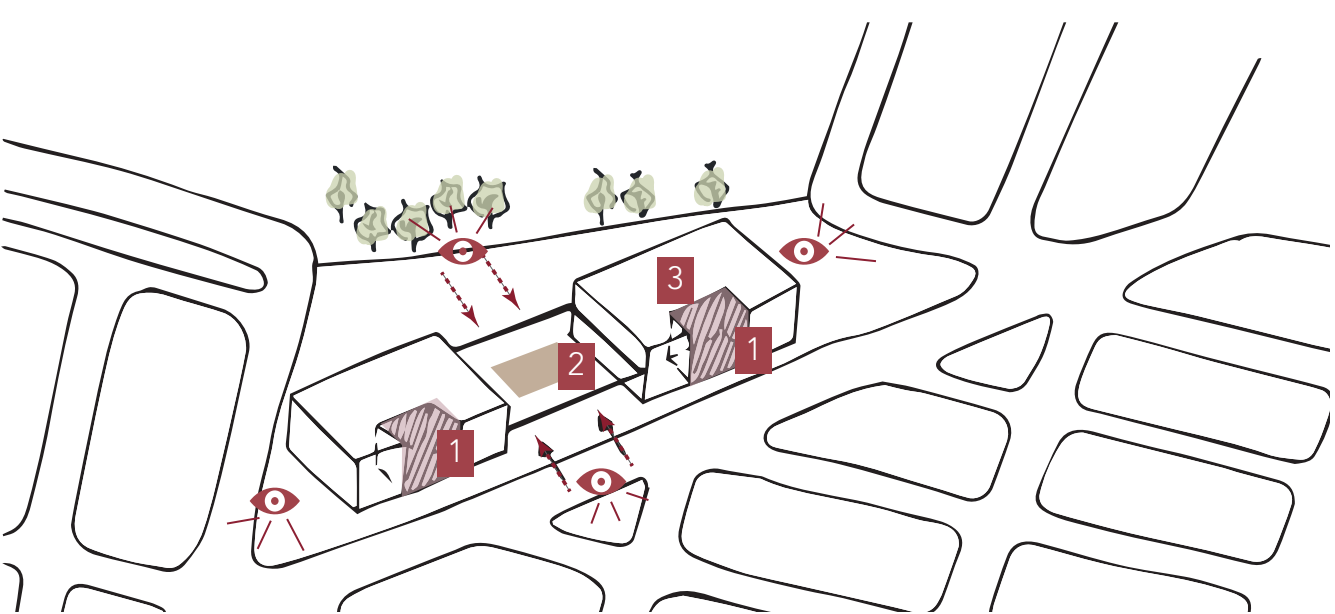


Este aspecto estratégico impulsa la interacción social entorno al eje comercial, fortaleciendo el dinamismo urbano y la accesibilidad peatonal.

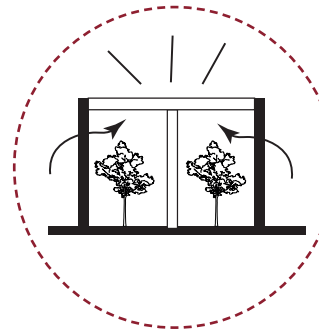
Nota. Elaborado por la autora

5.5.1 Estrategias arquitectónicas

Figura 103
Bocetos de estrategias arquitectónicas

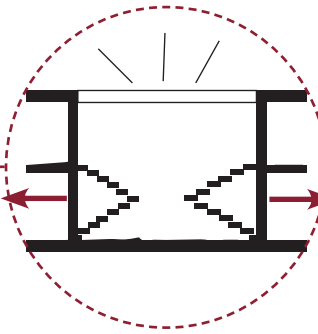


1 INTERSTICIOS



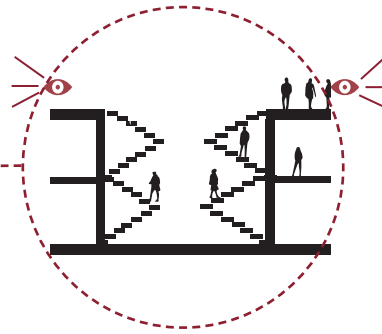
El diseño incorpora intersticios estratégicos para favorecer la permeabilidad del espacio, promoviendo la generación de plazas culturales que estimulan la interacción social y fortalecen el sentido de comunidad.

2 CIRCULACIÓN



Se propone una circulación principal que actúa como eje articulador de los dos bloques del equipamiento, funcionando de manera independiente. Esto permite el cierre de los bloques sin afectar el acceso a la cubierta, garantizando su uso continuo.

3 CUBIERTA ACCESIBLE



La cubierta accesible surge de la necesidad de contar con un espacio multifuncional destinado al desarrollo de actividades culturales y comunitarias. Este espacio tiene como objetivo fomentar la cohesión social, ofreciendo un ambiente adecuado para eventos de interés colectivo.

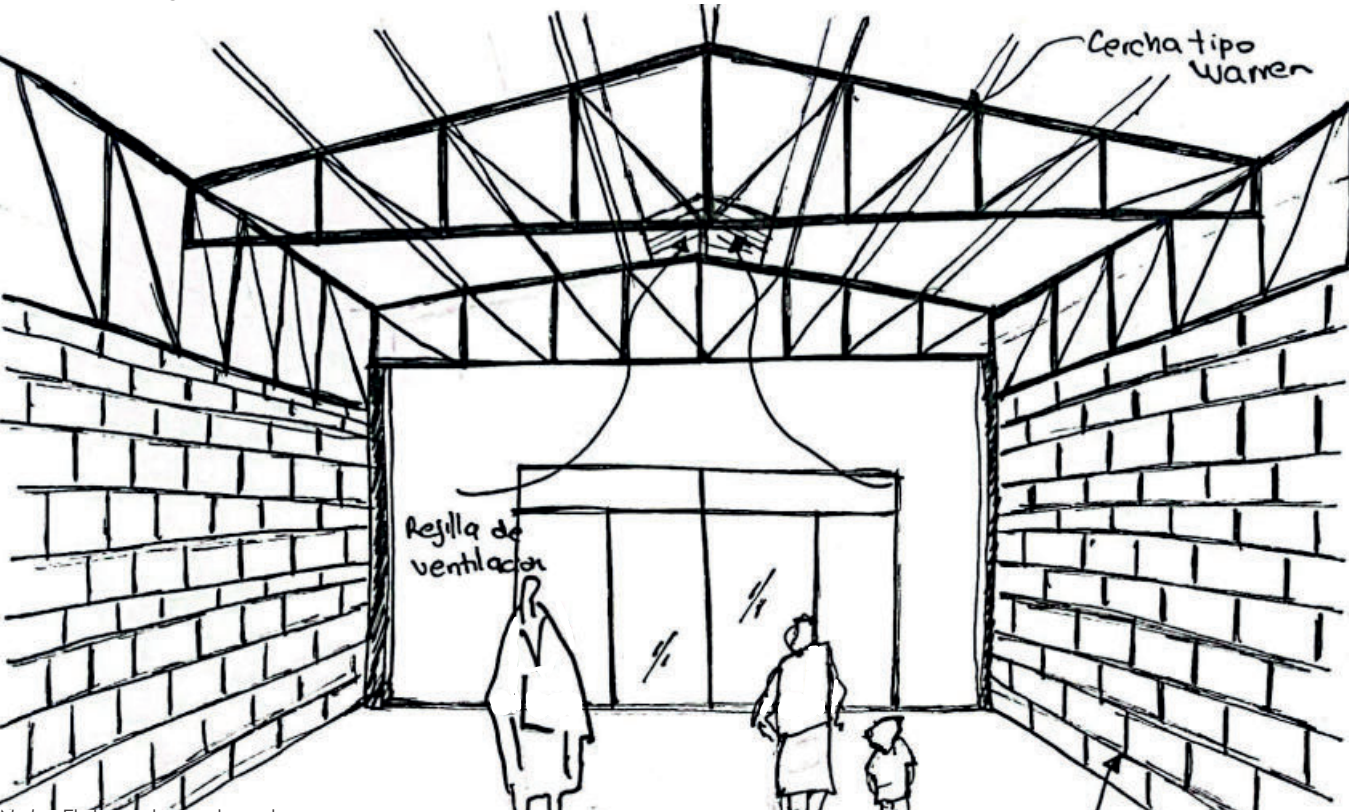
Nota. Elaborado por la autora

5.5.2 Lógica constructiva

En cuanto a la materialidad del equipamiento, se propone utilizar columnas de hormigón armado para la estructura, lo que garantizará estabilidad y resistencia.

En cuanto a la fachada se propone el uso predominante de ladrillo visto, gracias a sus características de bajo mantenimiento, alta durabilidad y su capacidad para crear un ambiente cálido y acogedor. Además, se incorporarán lamas verticales de PVC, diseñadas para disminuir la incidencia directa de la radiación solar en la fachada principal. Este material, además de ofrecer resistencia al exterior y requerir un mantenimiento mínimo, establece una conexión visual con el entorno natural circundante al área de estudio.

Figura 104
Bocetos de la lógica constructiva



Nota. Elaborado por la autora

En uno de los bloques, se plantea el uso de una cubierta a dos aguas con cerchas metálicas, permitiendo cubrir una luz amplia. Esta solución optimiza la ventilación natural y ayudará a mitigar la acumulación de olores generados por las actividades comerciales, garantizando un ambiente más confortable para los usuarios.

Finalmente, en el espacio exterior, se prevé la incorporación de pavimentos permeables, los cuales aseguran la absorción y filtración del agua pluvial, reduciendo la acumulación de la misma. La selección de este material se basa en criterios de integración visual y funcional con el pavimento actual, garantizando la continuidad y armonización con el entorno inmediato.

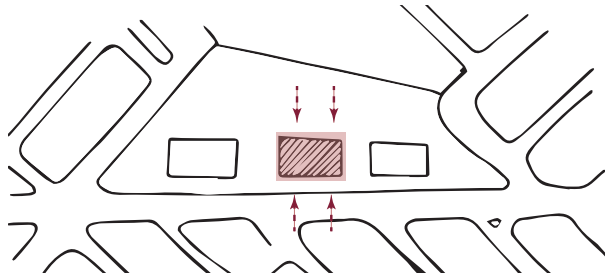
5.6 Idea fuerza

Como idea rectora del proyecto, se establece la incorporación de una permeabilidad espacial que priorice la conexión del mercado con su entorno sin recurrir al cierre perimetral del sitio. Esta apertura tiene como objetivo fomentar la interacción social constante, promoviendo dinámicas comunitarias que fortalezcan el desarrollo cultural del sector.

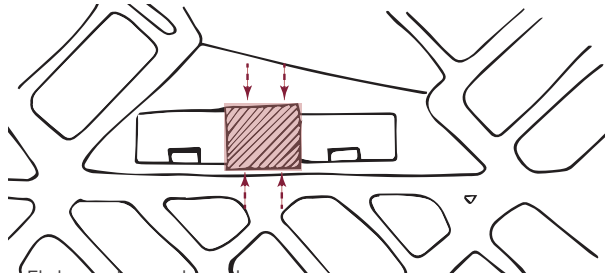
Para su desarrollo, el proyecto aprovecha una gran plataforma existente, lo que determina su disposición alargada. Además, el terreno presenta desniveles que se integran al diseño como espacios para actividades recreativas, reforzando la interacción entre el mercado y la comunidad.

Figura 105
Bocetos de ideas positivas y negativas para la idea fuerza

✗ - Bloques desarticulados



✓ - Bloques articulados por medio de un elemento articulador central

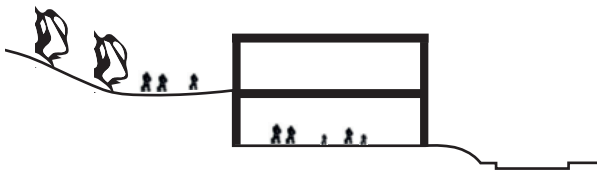


Nota. Elaborado por la autora

Considerando tanto estrategias urbanas y arquitectónicas como también criterios de lógica constructiva, el mercado se organiza en tres módulos independientes. Esta disposición fragmenta el volumen en forma de C, generando intersticios estratégicos que favorecen la circulación de los usuarios, mejoran la iluminación natural y garantizan una ventilación adecuada, evitando la acumulación de olores producidos por las actividades comerciales.

Asimismo, el proyecto busca promover actividades diurnas como nocturnas, alineándose con el concepto de "ojos en la calle" desarrollado por Jan Gehl en Ciudades para la Gente. Este enfoque resalta la importancia de mantener los espacios públicos activos y seguros mediante la presencia constante de personas y actividades, reforzando la seguridad y el sentido de pertenencia. Con la integración de dinámicas culturales y recreativas, el mercado trasciende su función comercial, convirtiéndose en un espacio de encuentro y convivencia social.

✗ - Cubierta no accesible y actividades culturales únicamente en la planta baja



✓ - Cubierta accesible como espacio flexible para actividades culturales con integración directa al área recreativa

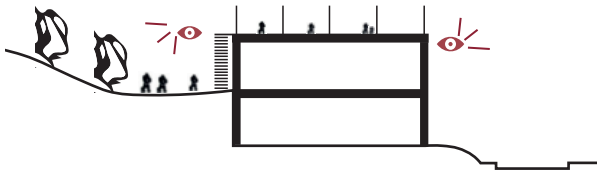
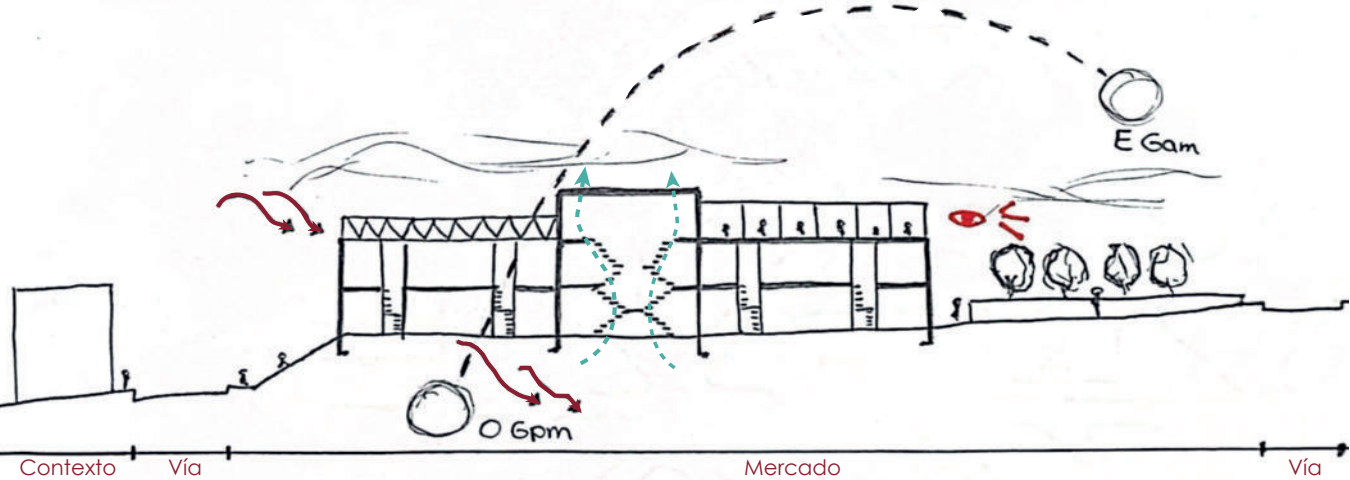
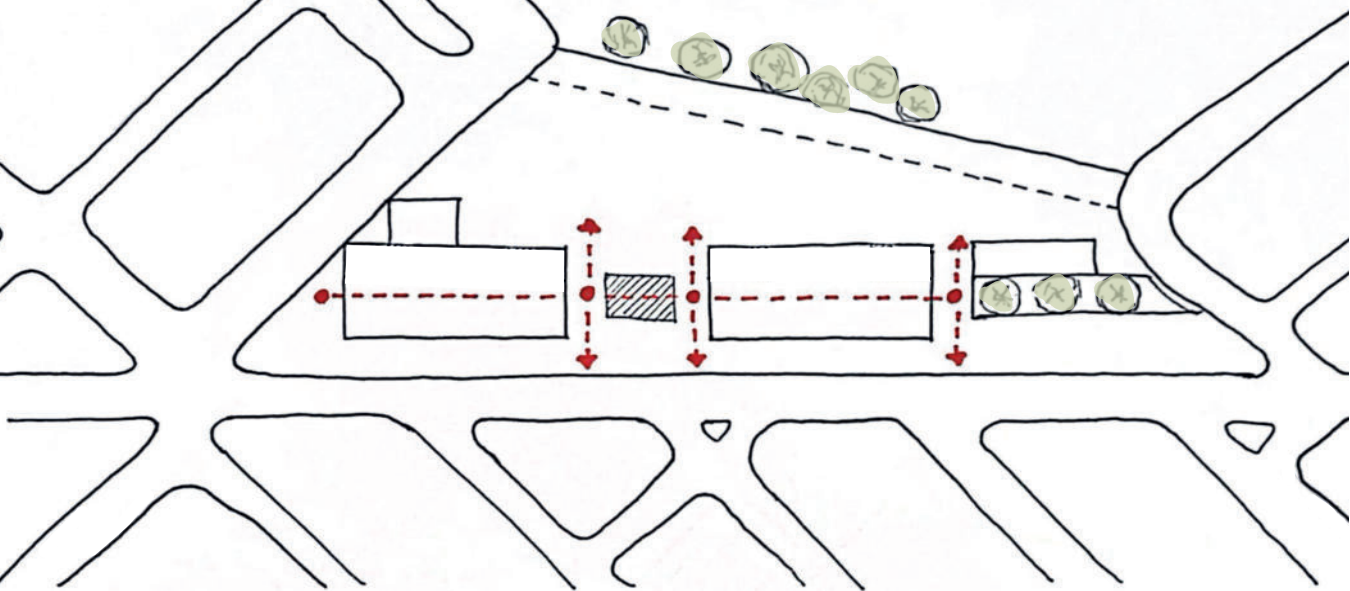


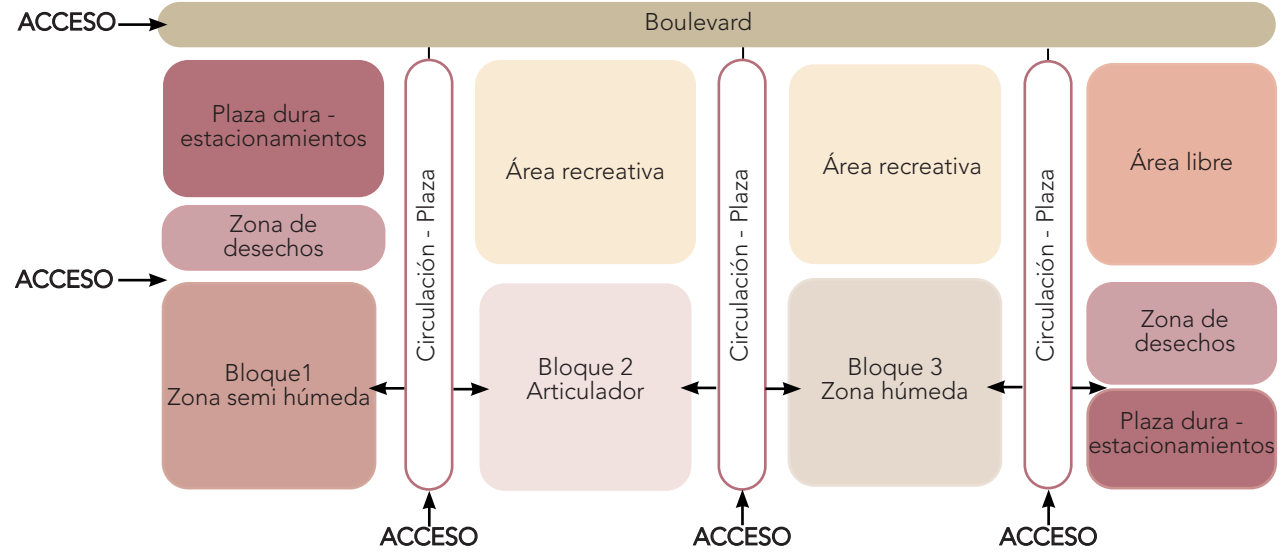
Figura 106
Bocetos - idea fuerza



Nota. Elaborado por la autora

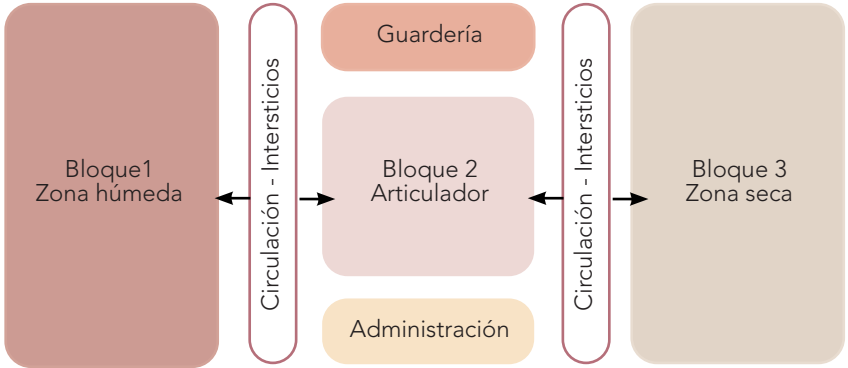
5.7 Diagrama funcional

Figura 107
Diagrama funcional - planta baja



Nota. Elaborado por la autora

Figura 108
Diagrama funcional - primera planta alta



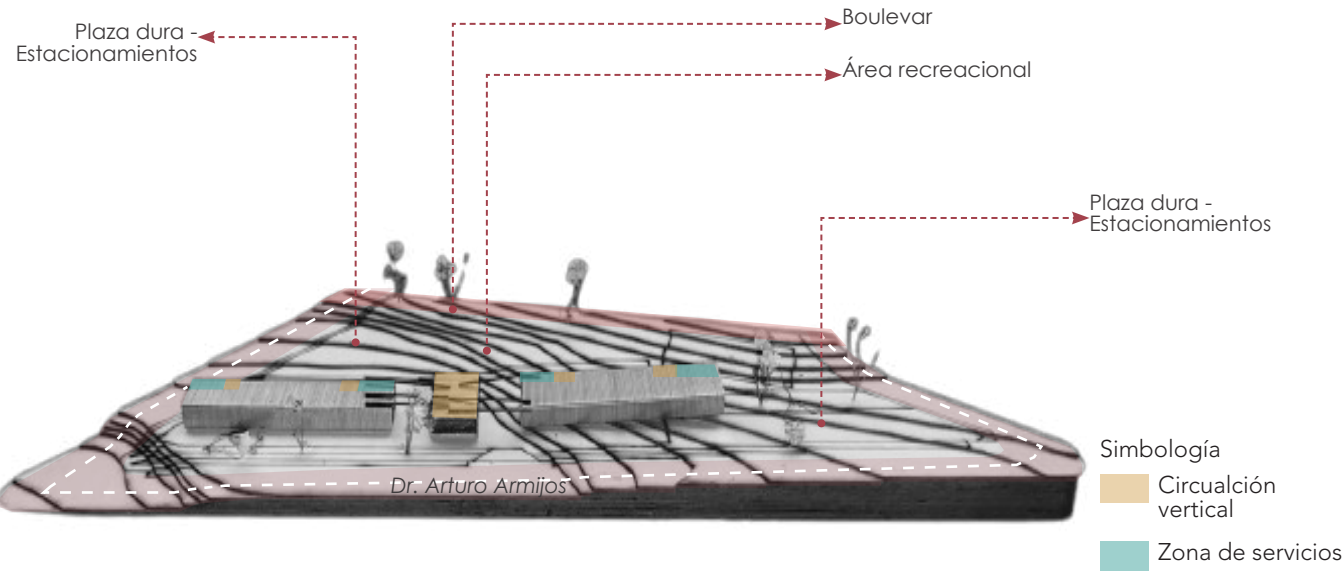
Nota. Elaborado por la autora

5.8 Laboratorio de grapas - Zonificación

De acuerdo con la metodología "Proceso de un proyecto de arquitectura" de Campo Baeza (2018), el planteamiento del laboratorio de grapas resalta la importancia de materializar las ideas a través de maquetas realizadas a mano. Según Campo Baeza, "una idea cabe bien en una mano", lo que implica la necesidad de sintetizar y destacar los aspectos esenciales de la propuesta, permitiendo que esta se adapte y evolucione conforme a las condiciones y circunstancias del proyecto.

La volumetría del proyecto ha surgido como el resultado de un proceso de transformaciones continua, donde se han integrado estrategias urbanas y arquitectónicas que responden a las condiciones específicas del lugar, tal como se muestra en la figura 109. Como se menciona previamente, la disposición de los bloques se basa en la predominancia de terreno plano a comparación con la parte posterior, lo que favorece la organización espacial y funcional del mercado.

Figura 109
Maqueta de taller de laboratorio de grapas - Esquema de zonificación

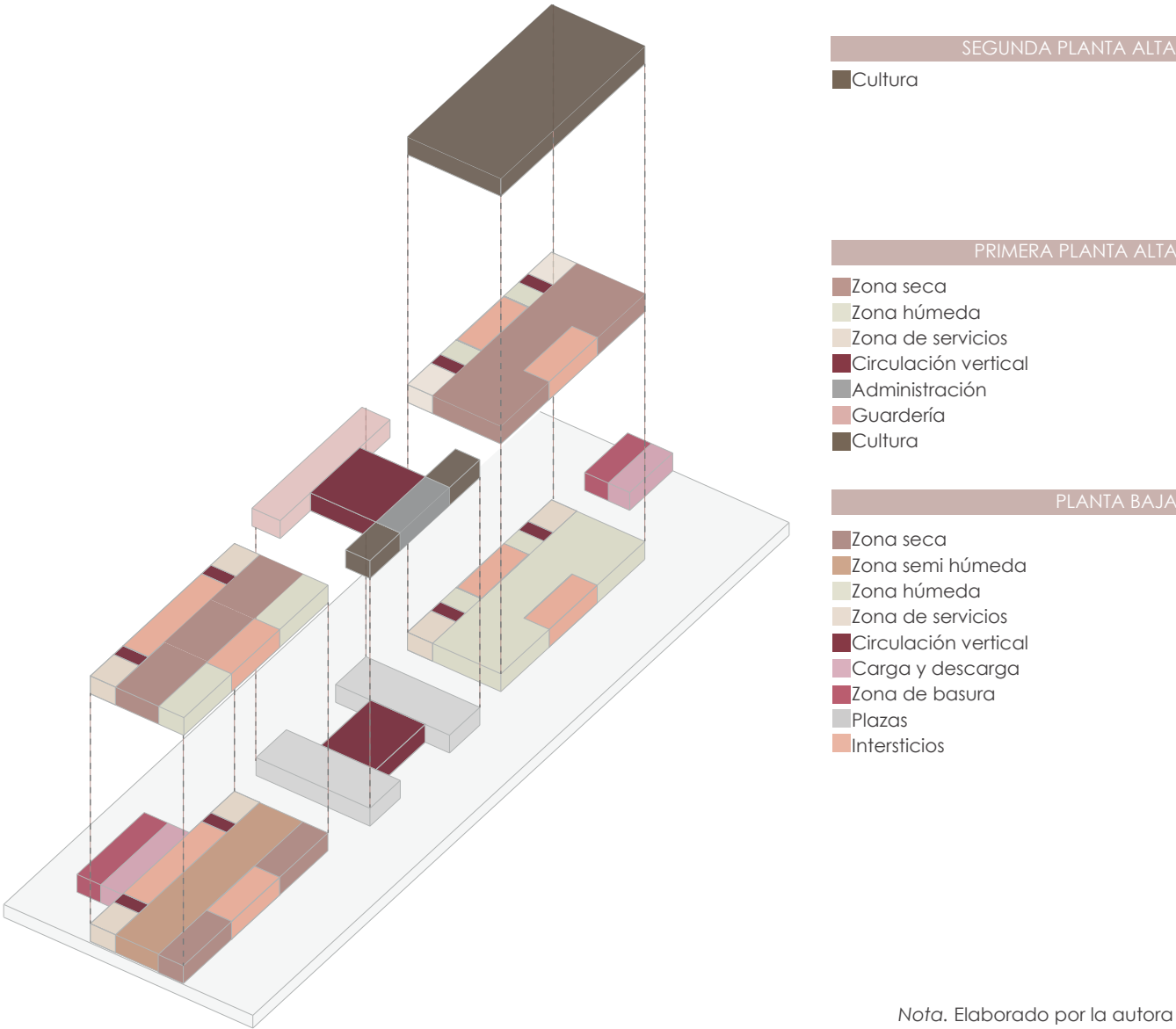


Nota. Elaborado por la autora

Este proceso es fundamental, ya que trasciende del ámbito bidimensional y permite una comprensión integral del espacio en sus tres dimensiones. En este sentido, se analizan las intersecciones entre forma, función y contexto, proporcionando una visión global del proyecto. Además, la maqueta concebida para "caber en una mano", ofrece una representación tangible y precisa de como los bloques se organizan alrededor de un elemento central, clave dentro del concepto arquitectónico. Esta organización refleja la coherencia y fluidez del diseño, que busca generar un espacio funcional y accesible, en total armonía con su contexto urbano.

Por otro lado, los bloques internamente se organizan mediante franjas diferenciadas por zonas húmedas, semi-húmedas y secas, asegurando un orden funcional eficiente que optimiza la distribución de los espacios y facilita el desarrollo de las actividades comerciales. Los núcleos de servicios y escaleras se ubican estratégicamente en las esquinas de los bloques, facilitando su acceso y reduciendo recorridos innecesarios dentro del equipamiento.

Figura 110
Zonificación de espacios



Nota. Elaborado por la autora

06

REPRESENTACIÓN



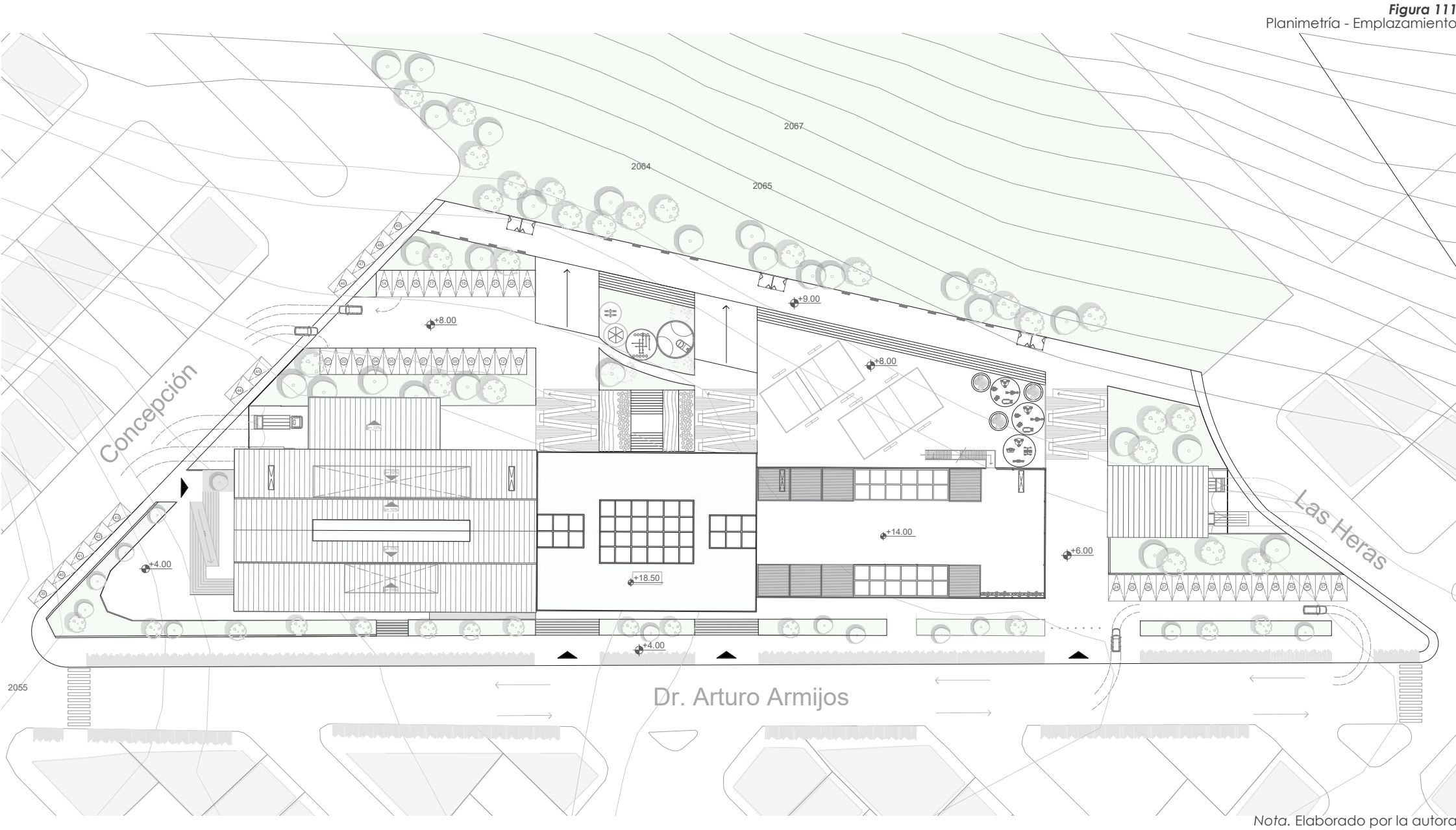
PLANIMETRÍAS

6.1. Emplazamiento

La orientación del proyecto se establece de manera longitudinal, respondiendo a la adaptación del diseño a las terrazas existentes y garantizando la accesibilidad directa de los usuarios. Esta disposición permite optimizar la relación del mercado con su entorno y facilitar la circulación interna.

Los accesos al equipamiento surgen a partir de su conexión directa con la vía principal de acceso, Dr. Arturo Armijos Ayala, donde se desarrollan plazas que funcionan como nodos de integración y circulación principal. Estos espacios no solo organizan el flujo de usuarios, sino que también refuerzan la relación del mercado con la dinámica urbana del sector.

Además, se incorpora un área recreativa y un bulevar en la parte posterior del sitio de intervención, con el propósito de generar una conexión directa con la naturaleza. Esta estrategia busca complementar la actividad comercial con espacios de esparcimiento, promoviendo un ambiente más integral y dinámico dentro del mercado.



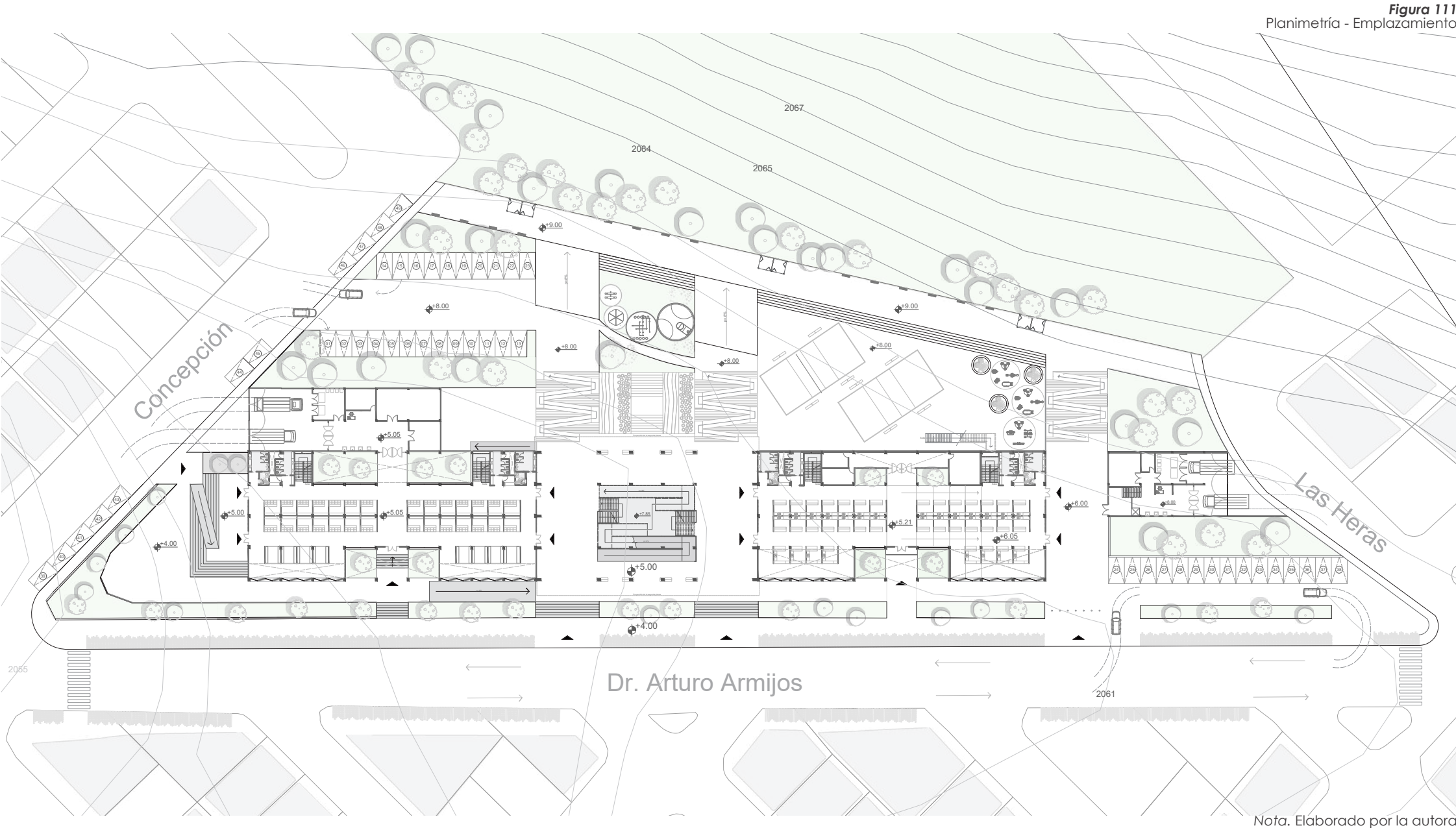
PLANIMETRÍAS

6.2 Implantación

Como se mencionó en el emplazamiento, los accesos principales al equipamiento se desarrollan a través de la plaza central, que funciona como un espacio integrador de circulaciones, permitiendo una circulación horizontal. En este punto, las rutas de acceso independientes se dirigen hacia los bloques continuos, facilitando la movilidad y organización interna del mercado.

Además, se han ubicado salidas de emergencia en el centro de los bloques a través de intersticios, como se ha mencionado anteriormente en las estrategias arquitectónicas. Asimismo, estos accesos aparte de ser útiles para optimizar el flujo de personas, también contribuyen a la iluminación y ventilación del mercado, ya que, al tratarse de bloques longitudinales, estos tienen a presentar deficiencias en dichos aspectos.

En cuanto a la distribución de espacios, la zonificación del mercado se organiza en tres franjas: húmeda, semi-húmeda y seca. En el primer bloque se desarrollan las actividades que requieren espacios semi-húmedos y secas, mientras que en el tercer bloque predominan las actividades húmedas. Esta zonificación permite una adecuada separación de usos según el programa establecido.



PLANIMETRÍAS

Figura 111

Planimetría - Emplazamiento

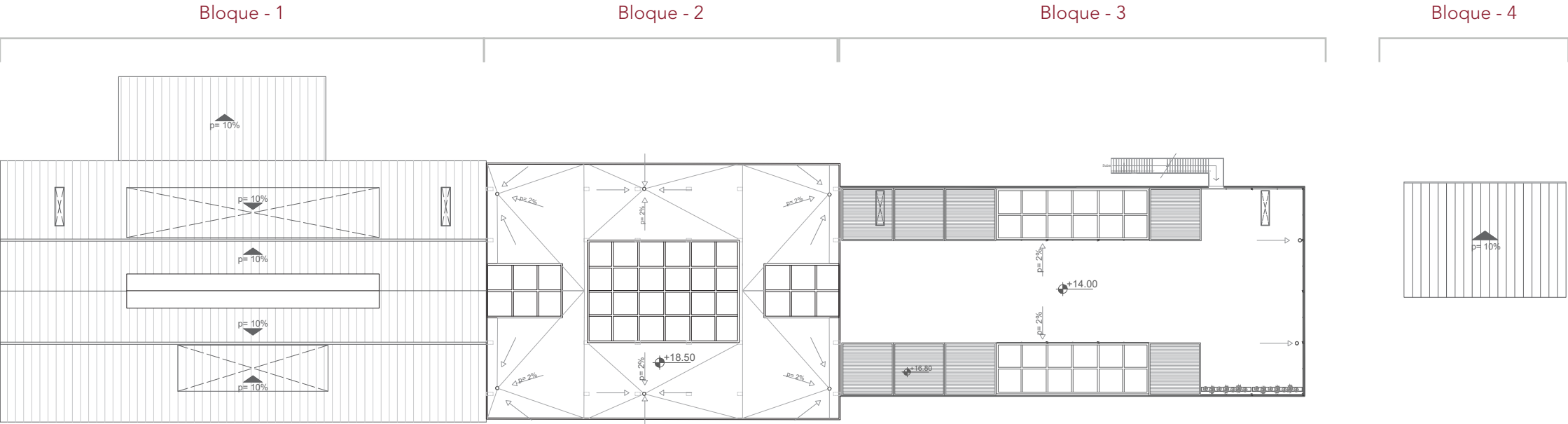
6.3 Planta de cubierta

En cuanto a la cubierta del mercado, cada bloque tiene una solución adaptada a sus necesidades funcionales y espaciales. En la figura 113 se indica como se encuentran distribuidos los bloques, lo que permitirá una mejor comprensión de las plantas arquitectónicas presentadas posteriormente.

En el bloque 1, se ha optado por una cubierta inclinada a dos aguas con una pendiente del 10%, diseñada para facilitar la ventilación y prevenir la acumulación de olores provenientes de la preparación de alimentos. Para liberar el espacio en el patio de comidas, se emplean cerchas que contribuyen a aligerar la estructura y garantizar su eficiencia.

El bloque central, cuenta con una cubierta no transitable, con una ligera inclinación del 2%. A lo largo de la circulación independiente, se incorpora un tragaluz continuo que permite el ingreso de luz natural, mejorando la iluminación interior y reduciendo la necesidad de luz artificial durante el día.

Finalmente, en el tercer bloque, la cubierta es accesible y se concibe como un espacio flexible que puede ser utilizado para el ocio y actividades complementarias. Este espacio se conecta con la zona recreativa, creando un vínculo directo con el entorno y ofreciendo nuevas posibilidades de uso dentro del mercado.



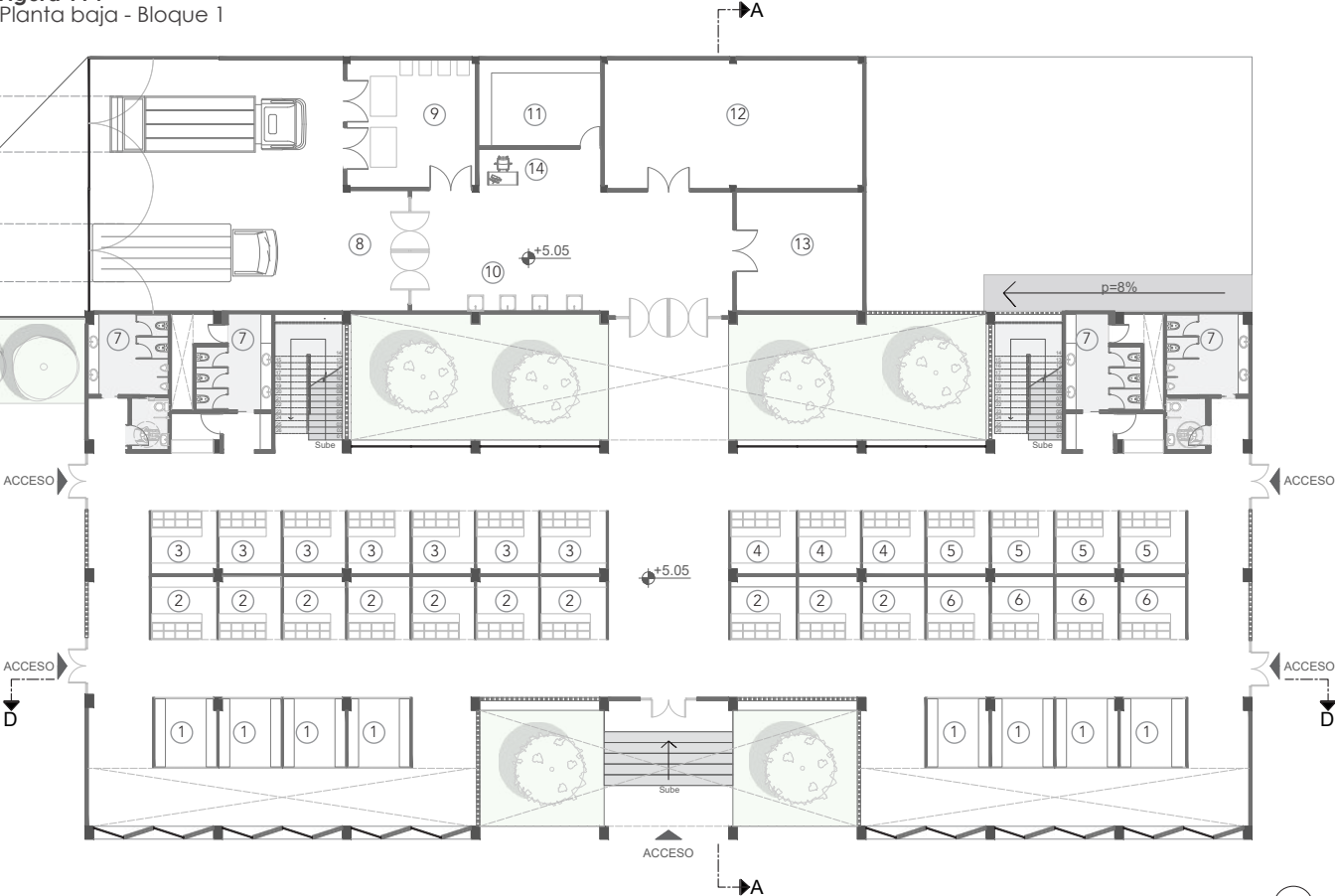
Nota. Elaborado por la autora

6.4. Bloque 1
6.4.1 Planta baja - Zona semi húmeda

En este bloque predomina la franja semi-húmeda, destinada a la venta de verduras, frutas y hierbas. También se encuentra una franja seca, ocupada por abarrotos, especerías y granos, y finalmente la franja húmeda que corresponde al área de carga y descarga.

- 1. Abarrotos
- 2. Verduras
- 3. Frutas

Figura 114
Planta baja - Bloque 1



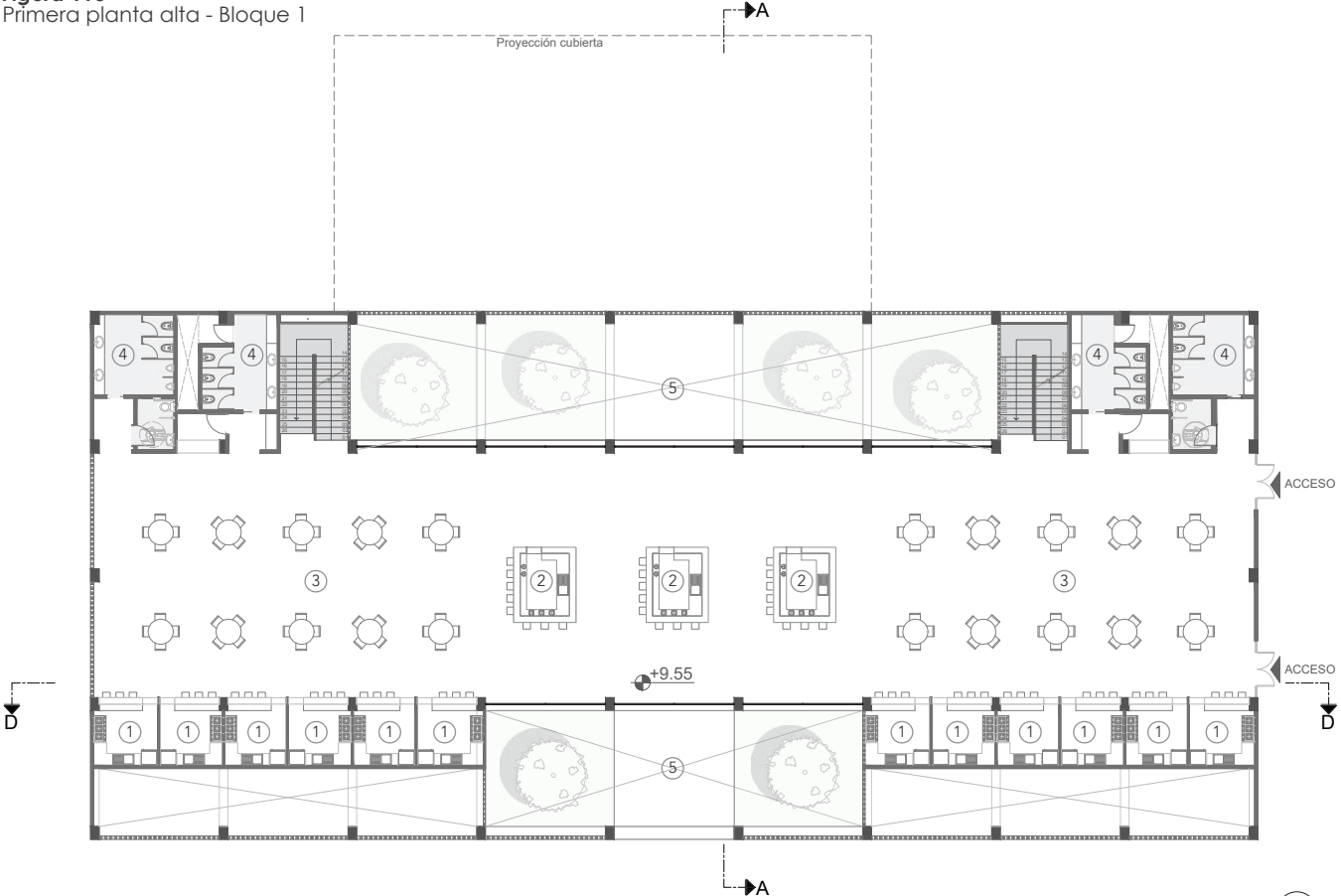
Nota. Elaborado por la autora

6.4.2 Primera planta alta - Zona húmeda

En este bloque se encuentra la zona húmeda, donde está ubicado el patio de comidas, diseñado para ofrecer un espacio cómodo y adecuado para la preparación y consumo de alimentos.

- 1. Restaurante
- 2. Jugos
- 3. Patio de comidas
- 4. SS.HH
- 5. Intersticios

Figura 115
Primera planta alta - Bloque 1

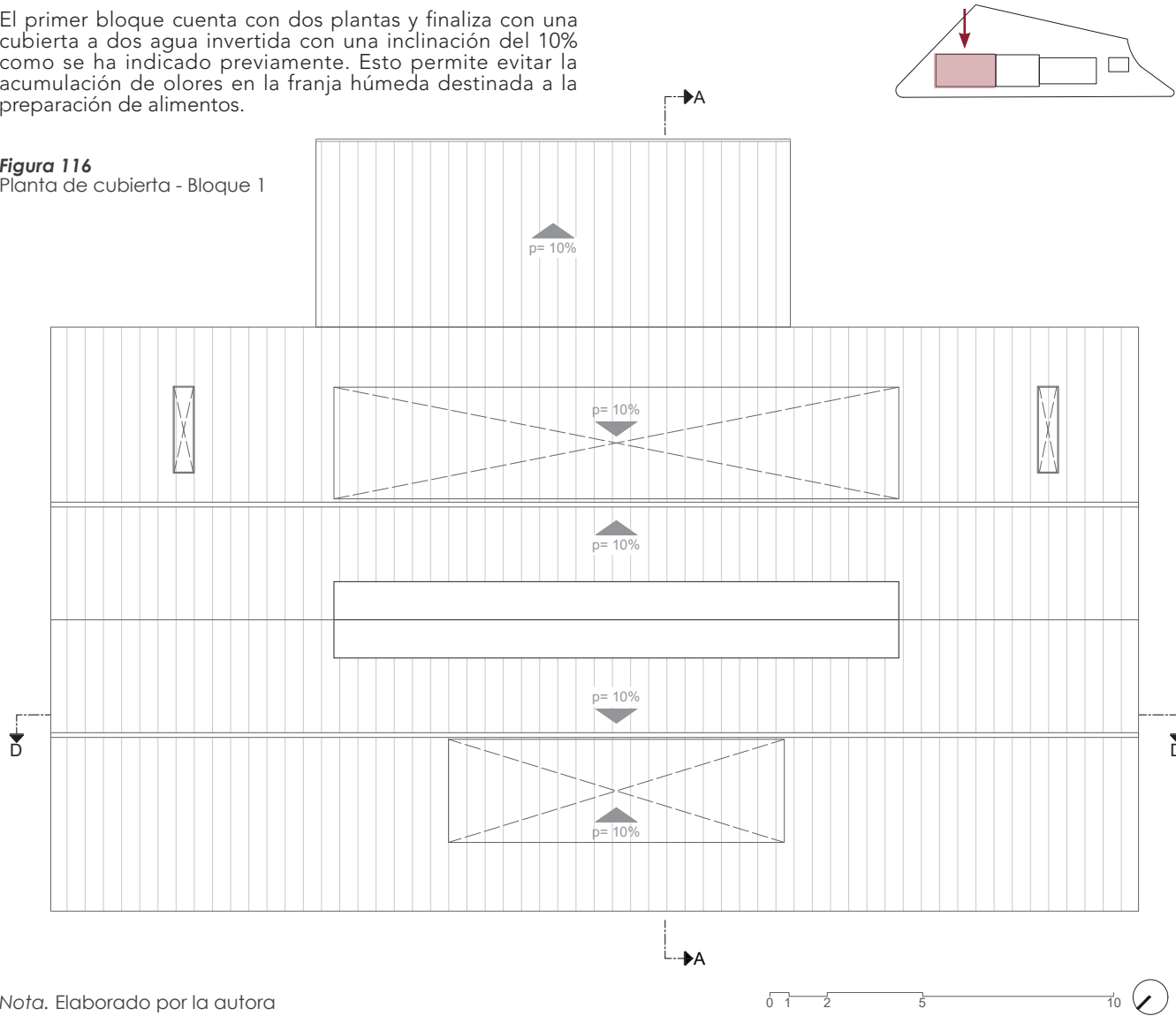


Nota. Elaborado por la autora

6.4.5 Planta de cubierta - Zona húmeda

El primer bloque cuenta con dos plantas y finaliza con una cubierta a dos agua invertida con una inclinación del 10% como se ha indicado previamente. Esto permite evitar la acumulación de olores en la franja húmeda destinada a la preparación de alimentos.

Figura 116
Planta de cubierta - Bloque 1

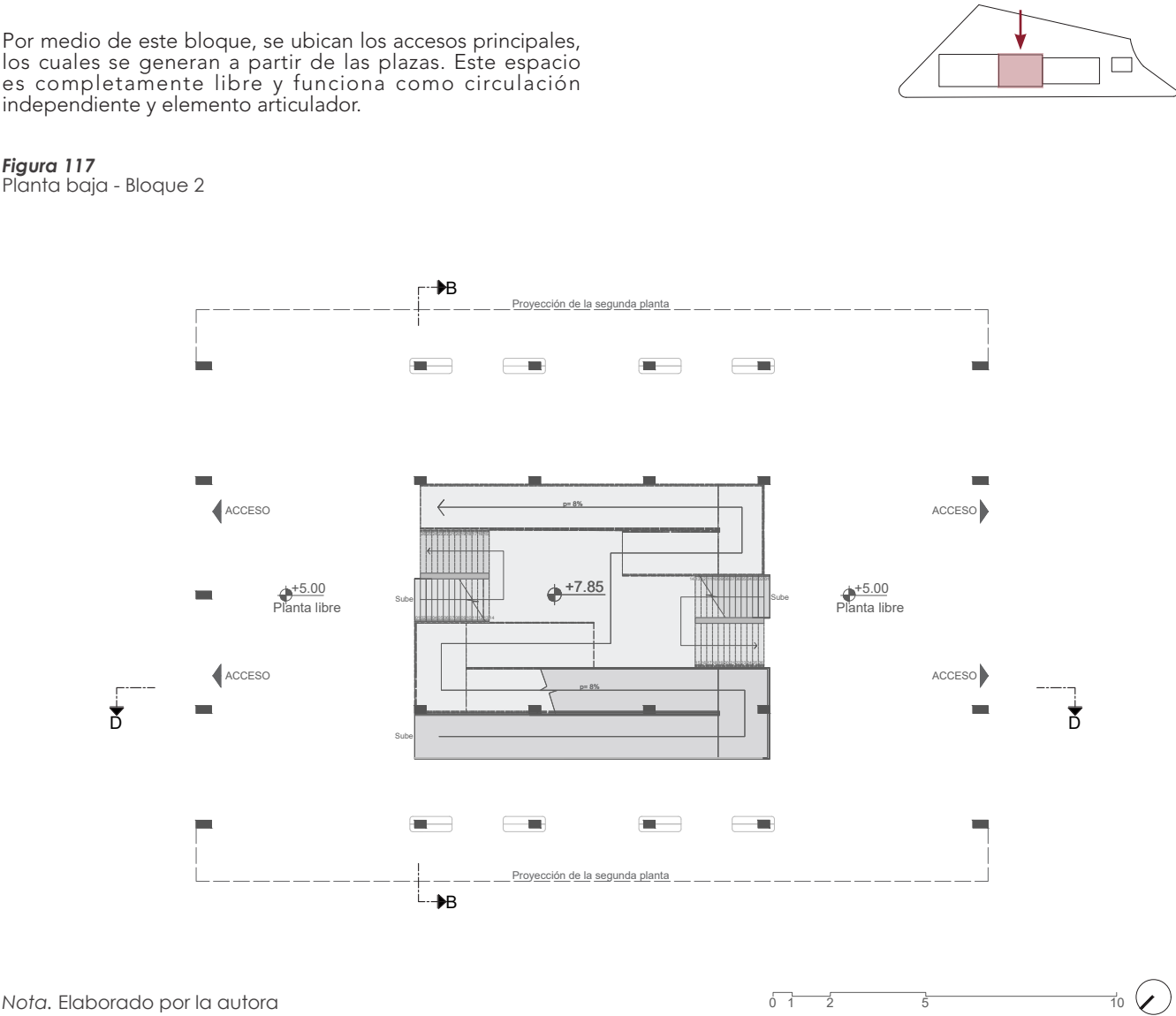


Nota. Elaborado por la autora

6.5. Bloque 2
6.5.1 Planta baja

Por medio de este bloque, se ubican los accesos principales, los cuales se generan a partir de las plazas. Este espacio es completamente libre y funciona como circulación independiente y elemento articulador.

Figura 117
Planta baja - Bloque 2



Nota. Elaborado por la autora

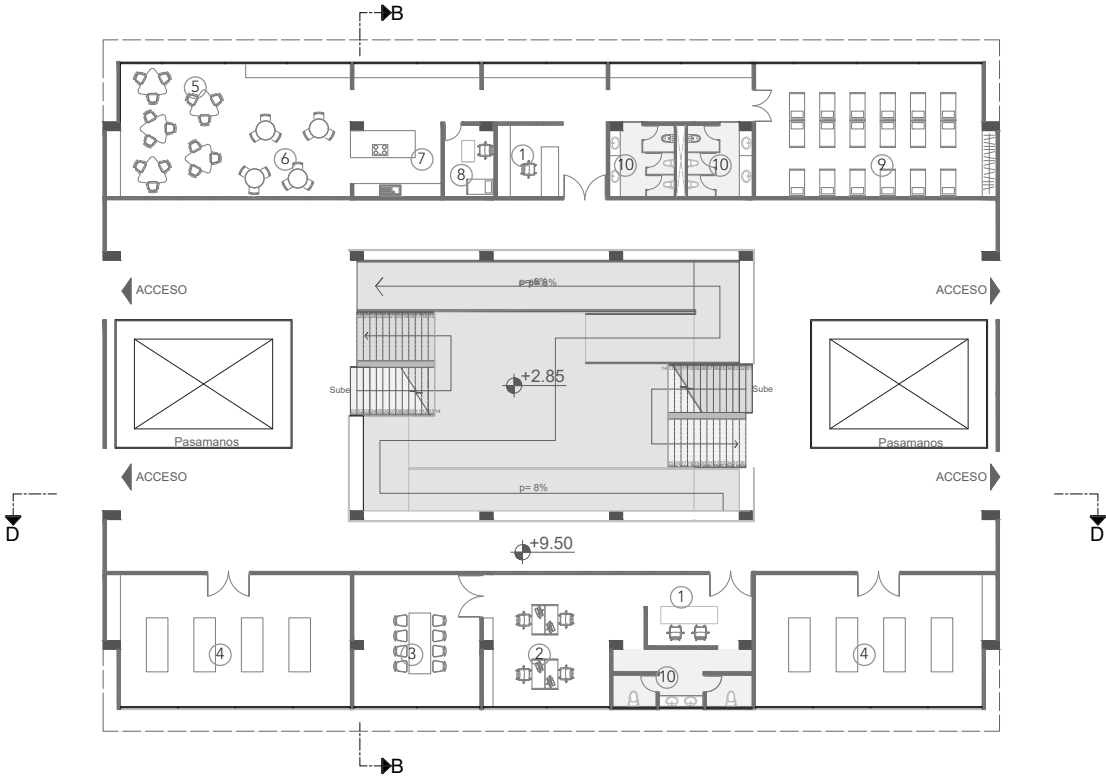
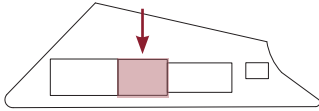
6.5.2 Primera planta alta

A diferencia de la planta baja, en esta segunda planta se desarrollan actividades administrativas, zonas de exposición sobre la historia del mercado y una guardería destinada exclusivamente para los hijos de los comerciantes.

- 1. Secretaría
- 2. Oficinas

Figura 118
Primera planta alta - Bloque 2

- 3. Área de reuniones
- 4. Área de exposiciones
- 5. Área de juegos
- 6. Área de comida
- 7. Cocina
- 8. Enfermería
- 9. Área de cunas
- 10. SS.HH



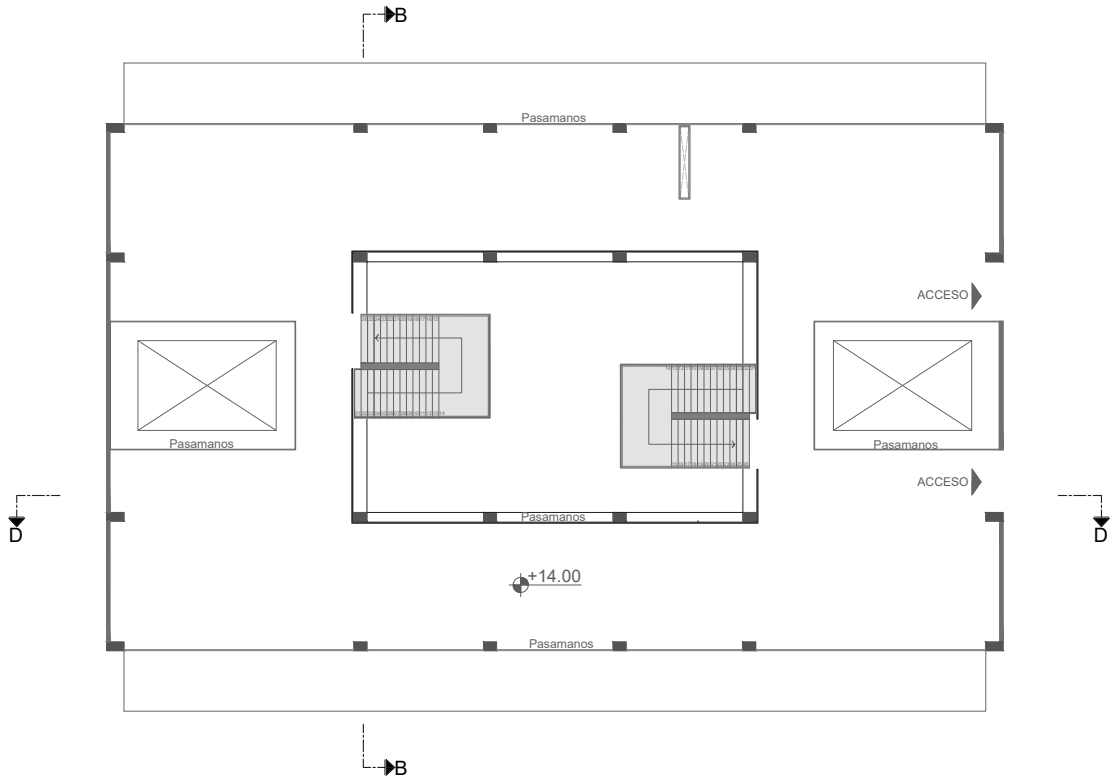
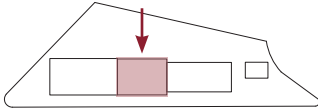
Nota. Elaborado por la autora



6.5.3 Segunda planta alta

Este bloque, al igual que la planta baja, está destinado a la circulación independiente entre los otros bloques, además de dar acceso a la cubierta accesible del bloque 3. Cabe destacar que la tercera planta de este bloque funciona como un espacio flexible cubierto.

Figura 119
Segunda planta alta - Bloque 2



Nota. Elaborado por la autora



6.6. Bloque 3

6.6.1 Planta baja

En este bloque predominan las actividades de la franja húmeda, centradas en la venta de carnes, mariscos y embutidos. Las cámaras de almacenamiento de estos productos se ubican junto al intersticio posterior.

- 1. Embutidos
- 2. Lácteos
- 3. Carnes rojas - res
- 4. Carnes rojas - chancho
- 5. Carnes blancas
- 6. Mariscos
- 7. SS.HH
- 8. Cámara de carnes
- 9. Cuarto de máquinas

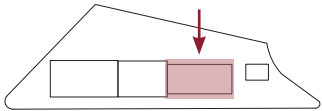
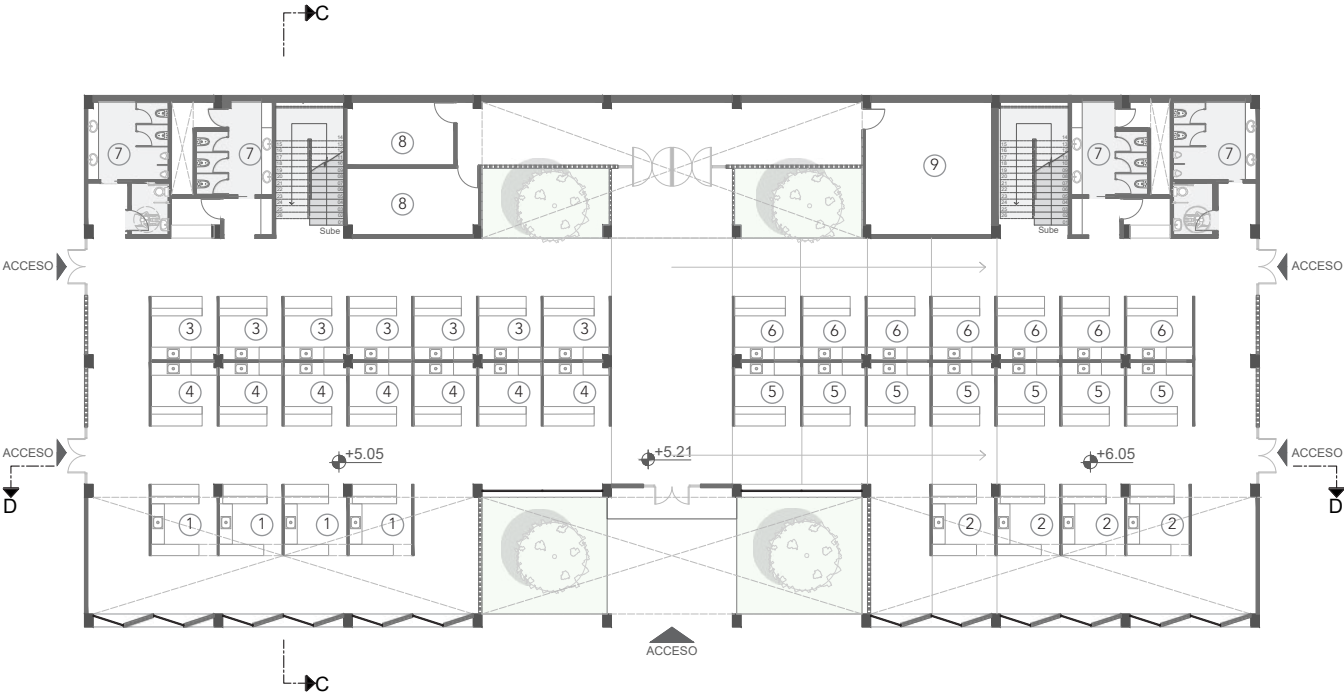
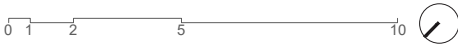


Figura 120
Planta baja - Bloque 3



Nota. Elaborado por la autora



6.6.2 Primera planta alta

En este bloque predominan las actividades de la franja seca, con una variedad de locales que responde a las actividades existentes en el mercado. Sin embargo, hay cuatro locales de peluquería, los cuales fueron ubicados próximos al área de servicios con la intención de mantener el orden de las franjas.

- 1. Ropa
- 2. Artesanías
- 3. Costura
- 4. Calzado
- 5. Bazar
- 6. Ferretería
- 7. Agropecuaria
- 8. Plásticos
- 9. Peluquería
- 10. SS.HH

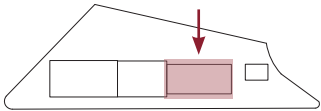
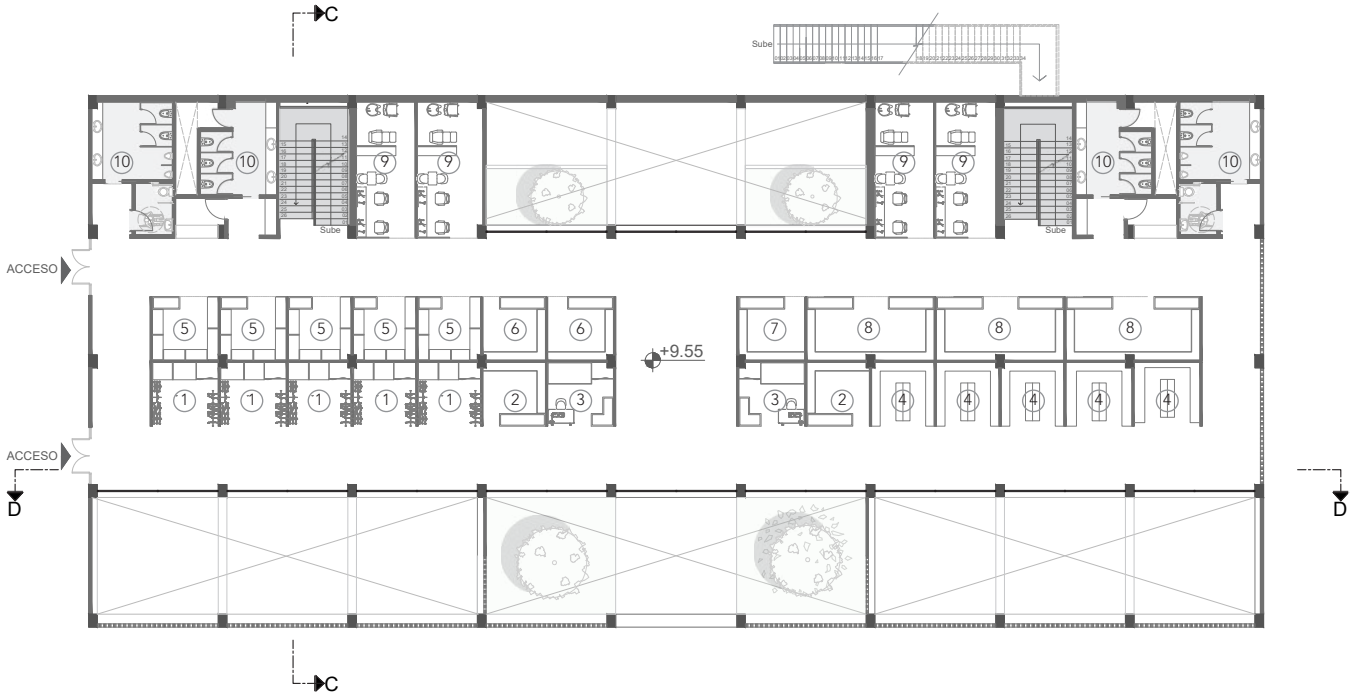
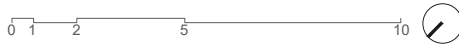


Figura 121
Primera planta alta - Bloque 3



Nota. Elaborado por la autora



6.6.3 Segunda planta alta

Este bloque cuenta con una cubierta accesible con el objetivo de permitir actividades culturales y reuniones barriales, convirtiéndose en un elemento integrador de estas dinámicas. Su conexión con las áreas recreativas, ubicadas en la parte posterior se logra a través de una escalera externa, que además cumple con la función de salida de emergencia.

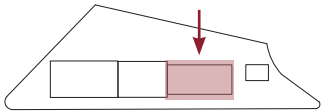
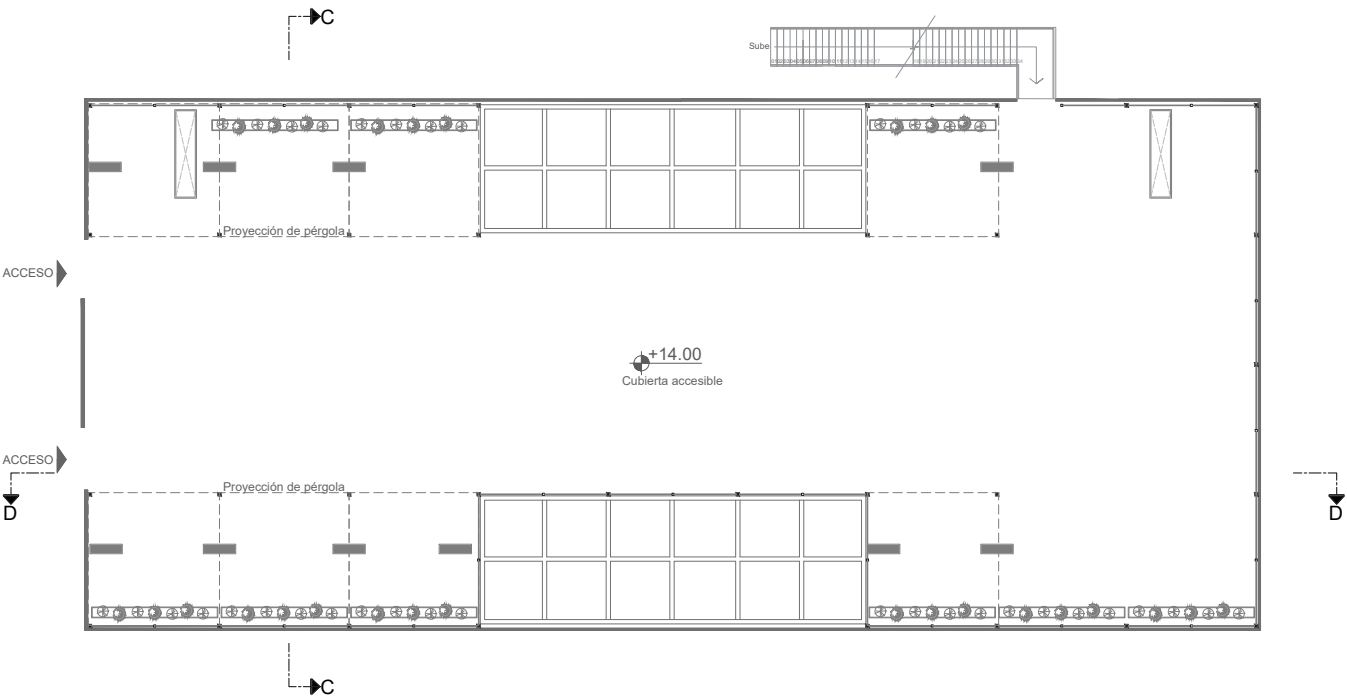
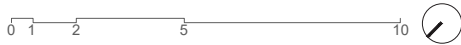


Figura 122
Segunda planta alta - Bloque 3



Nota. Elaborado por la autora



6.7 Bloque 4

Finalmente, en este bloque se ubican los espacios de carga y descarga que abastecerán al bloque tres. Se han dispuesto dos espacios de carga y descarga para cada bloque, ya que, debido a la longitud de los mismos, recorrer grandes distancias resultaría insuficiencia. Por esta razón, este bloque se desarrolla únicamente en esta planta.

- 1. Carga y descarga
- 2. Basura
- 3. Lavado y despotaje
- 4. Administración y contabilidad
- 5. Bodega
- 6. Vestuario de personal

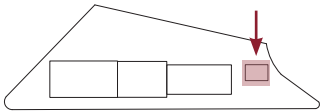
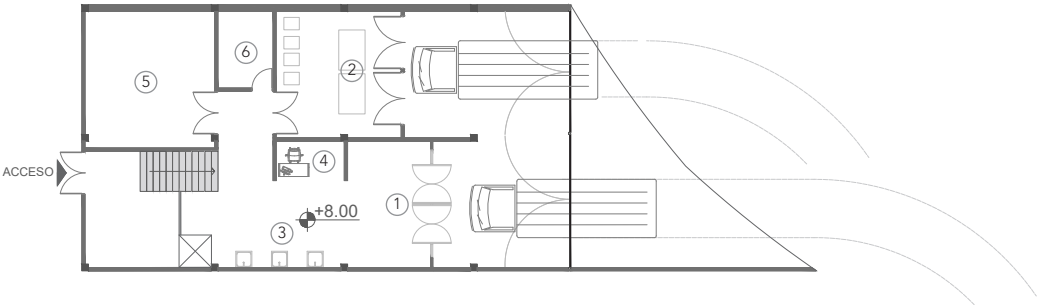
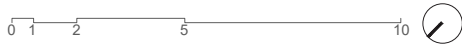


Figura 123
Bloque 4 - Planta baja



Nota. Elaborado por la autora



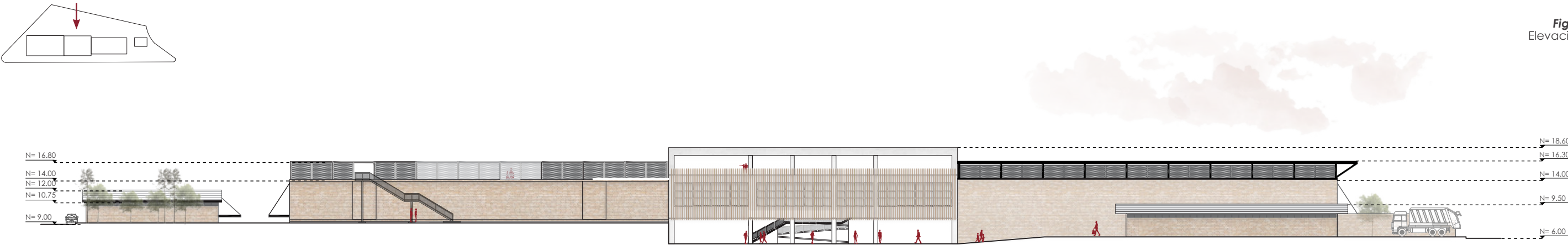
6.7 Elevaciones

Figura 124
Elevación oeste



Nota. Elaborado por la autora

Figura 125
Elevación este



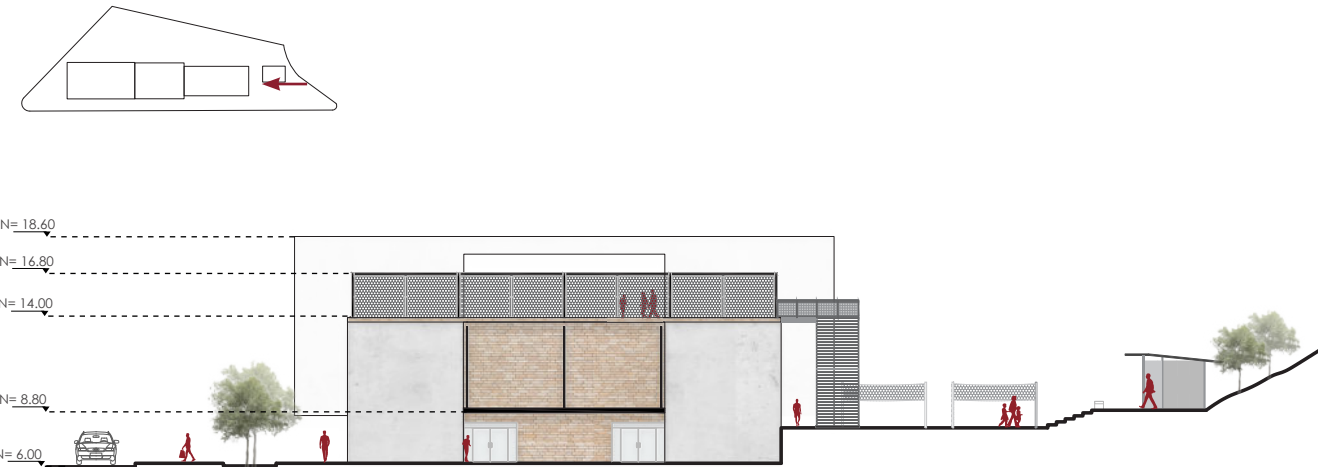
Nota. Elaborado por la autora

Figura 126
Elevación norte



Nota. Elaborado por la autora

Figura 127
Elevación sur

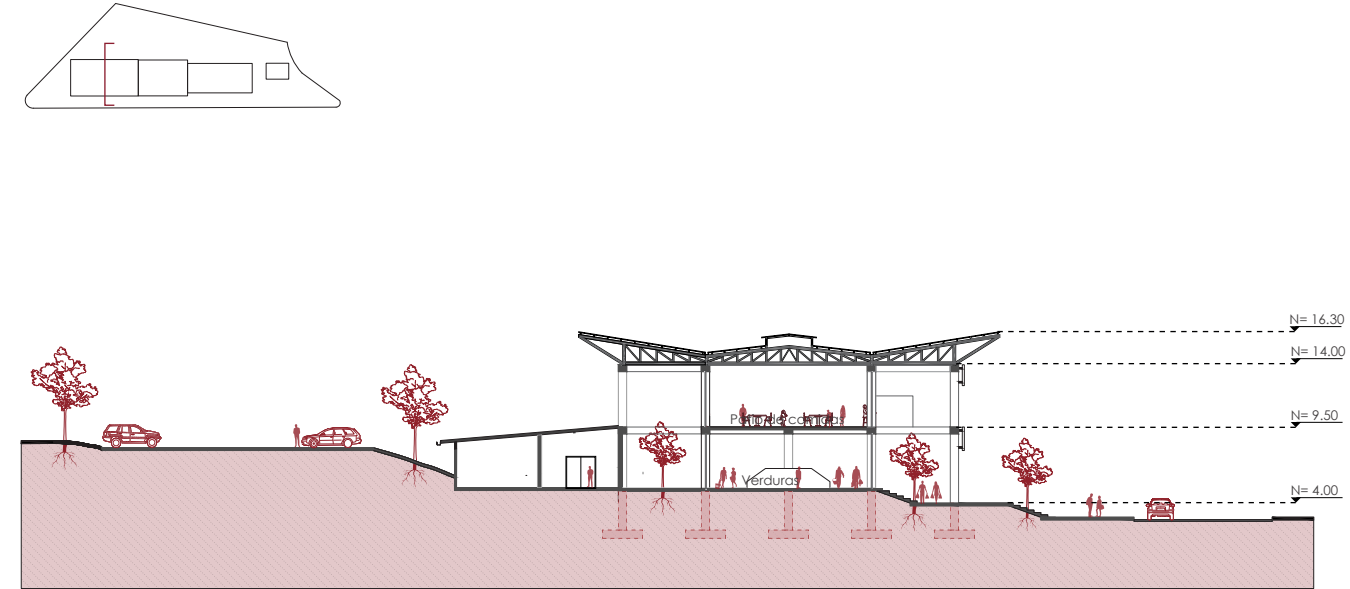


Nota. Elaborado por la autora

6.8 Secciones

En cuanto a las secciones, se realiza una sección general o longitudinal, además de tres secciones adicionales por cada bloque. En total se presentan cuatro secciones, las cuales se muestran a continuación:

Figura 128
Sección A -A



Nota. Elaborado por la autora

Figura 129
Sección B-B

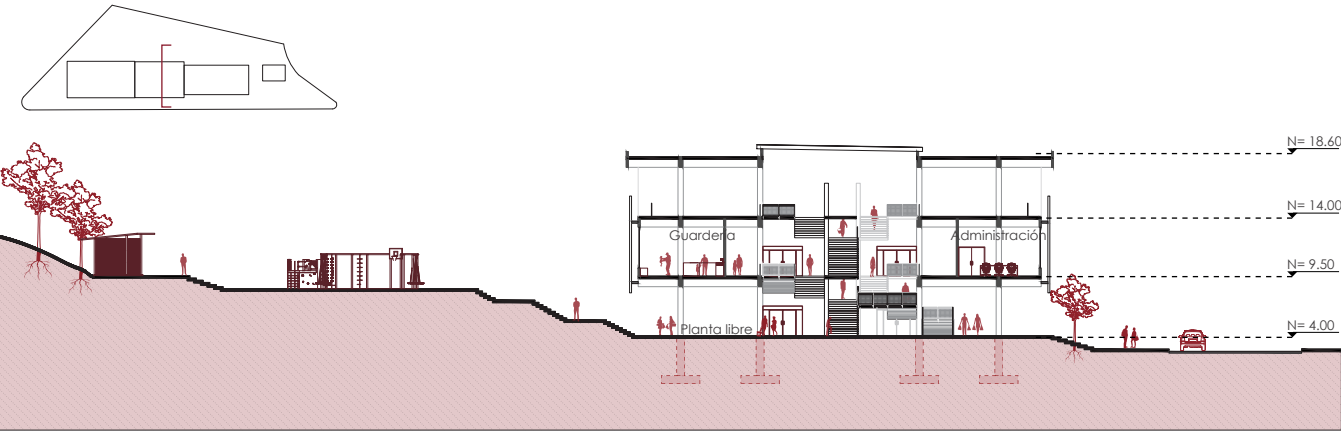
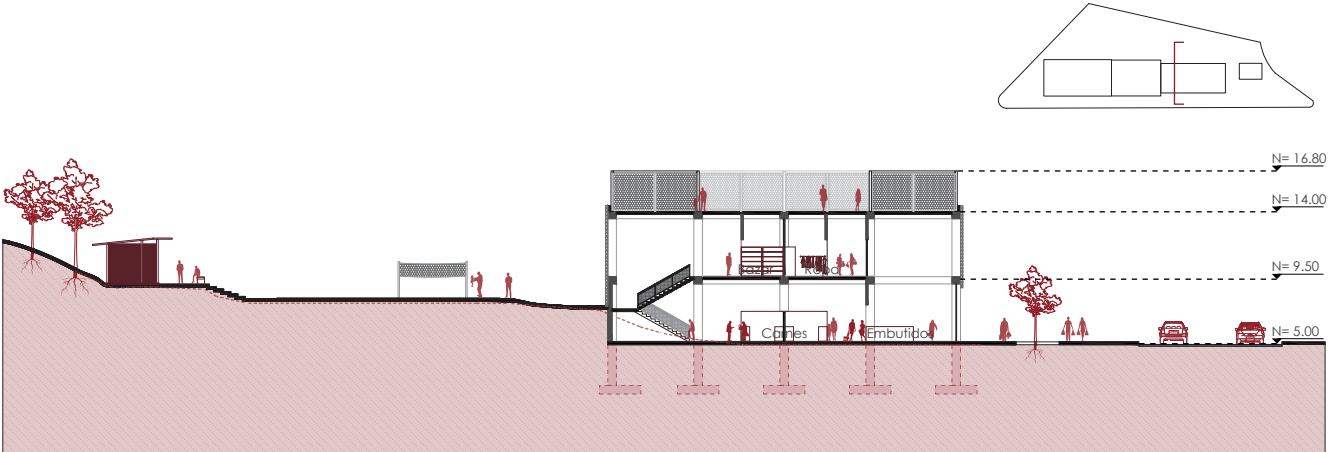
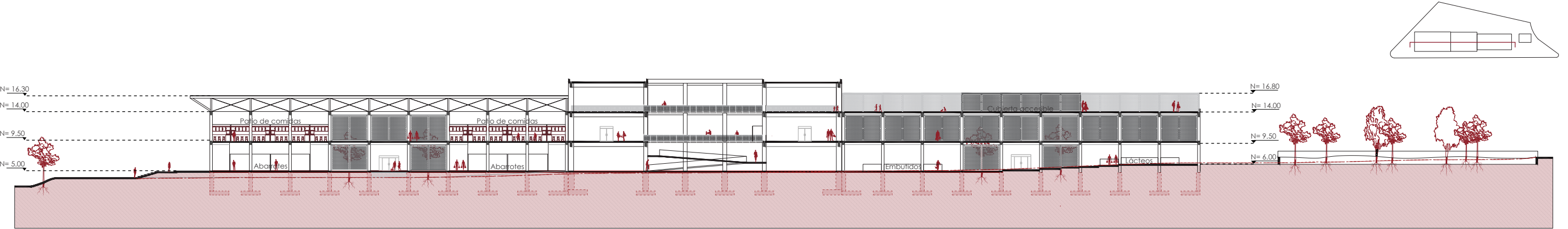


Figura 130
Sección C-C



Nota. Elaborado por la autora

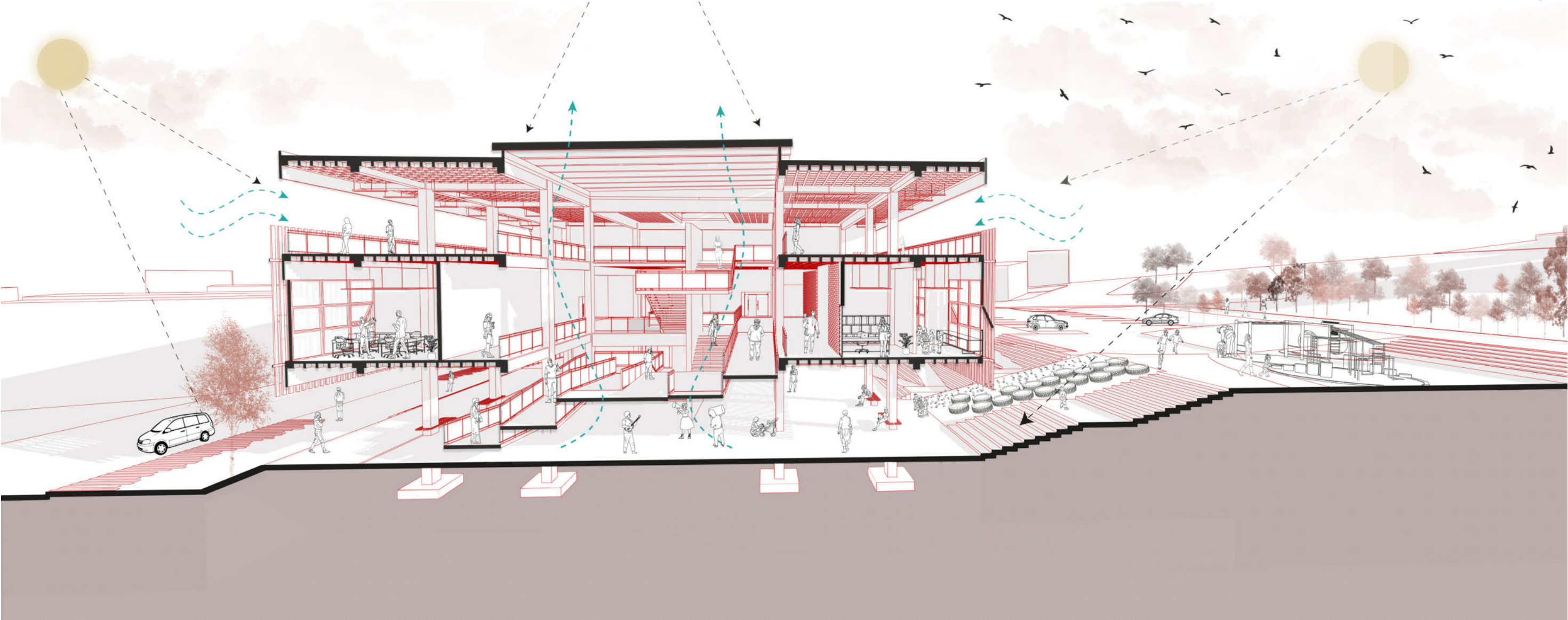
Figura 131
Sección D-D



Nota. Elaborado por la autora

6.9 Corte fugado

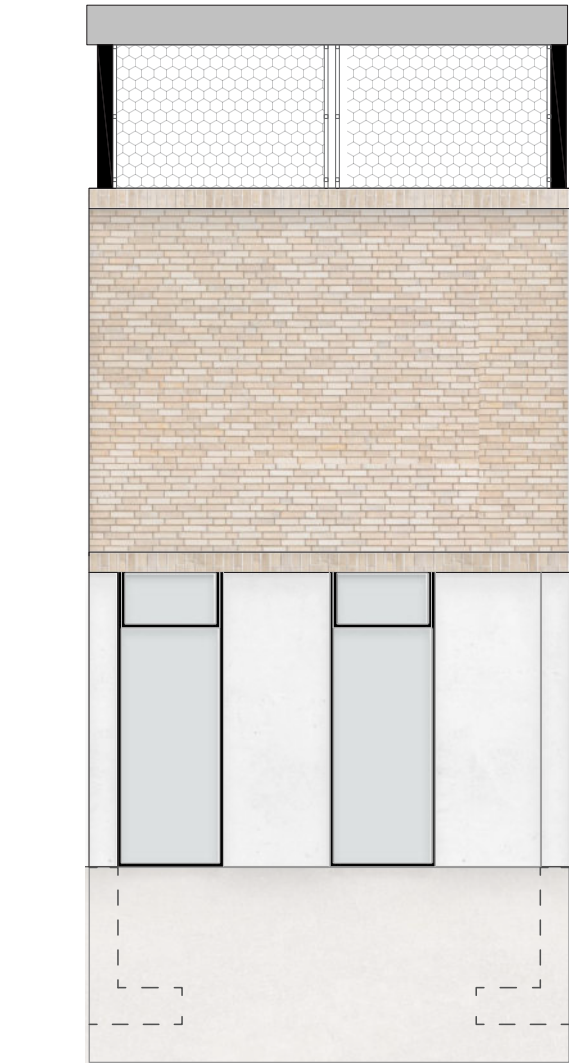
Figura 132
Corte fugado



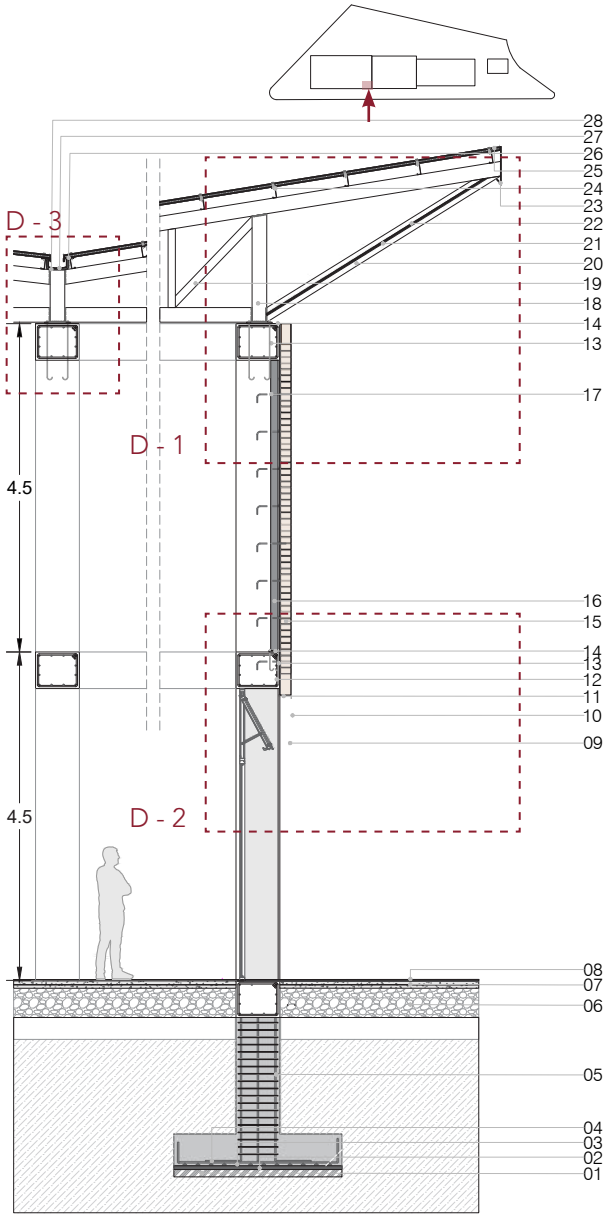
Nota. Elaborado por la autora

6.10 Detalles constructivos

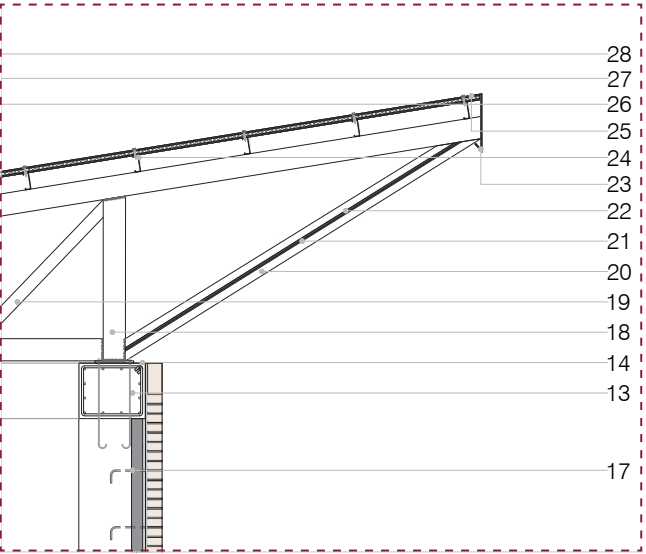
Bloque - 1
Figura 133
Escantillón- Bloque 1



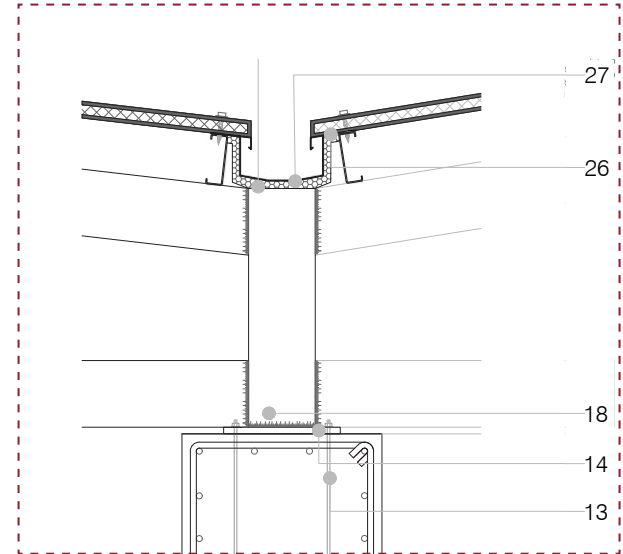
Nota. Elaborado por la autora



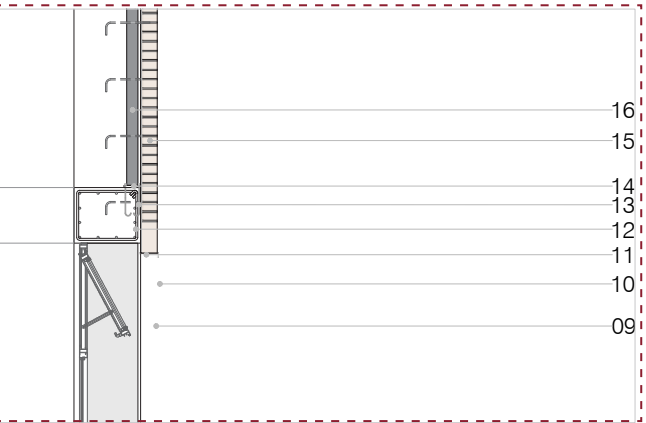
Detalle - 1



Detalle - 3



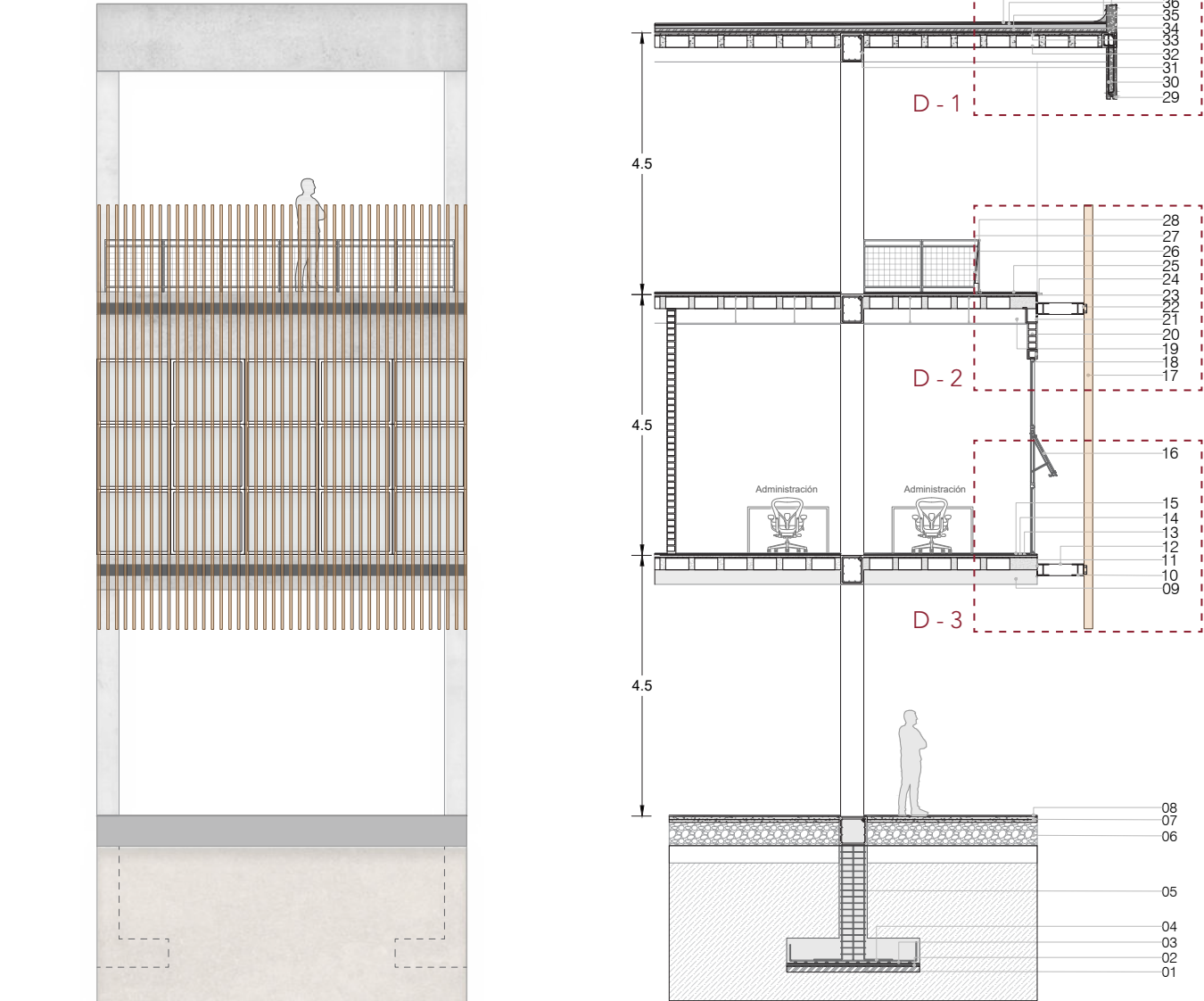
Detalle - 2



Especificaciones técnicas

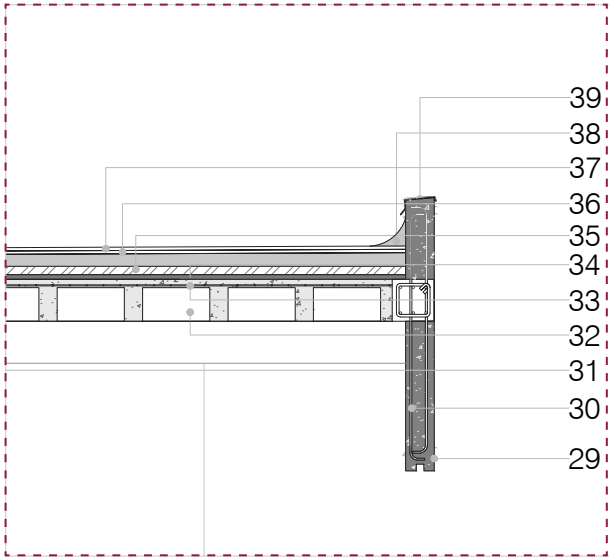
- | | |
|--|---|
| 1. Material de mejoramiento | 17. Chicotes varilla 12mm |
| 2. Replanteo de hormigón | 18. Montaje lateral Perfil rectangular 200x200x20 |
| 3. Alzas de apoyo 5cm | 19. Montaje diagonal (doble ángulo 75x75x3) |
| 4. Armado de zapata inferior | 20. Perfil rectangular 200x200x20 |
| 5. Armado de cuello de columna | 21. Lamina de metal microperforada |
| 6. Base de hormigón ciclópeo | 22. Malla mosquetera |
| 7. Malla electrosoldada | 23. Fashing de zinc |
| 8. Contrapiso e=5cm | 24. Correa tipo G 150x50x3 |
| 9. Columna de hormigón 60x40 cm | 25. Panel sandwich e=50mm |
| 10. Vidrio 6mm | 26. Cinta de sellado |
| 11. Goterón | 27. Canal industrial |
| 12. Armado de viga | 28. Aislamiento térmico |
| 13. Perno en J | |
| 14. Pletina 8mm | |
| 15. Ladrillo visto 28x13x7 cm | |
| 16. Riostra vertical metálica (perfil cuadrado 100x100x20) | |

Bloque - 2
Figura 134
Escantillón - Bloque 2

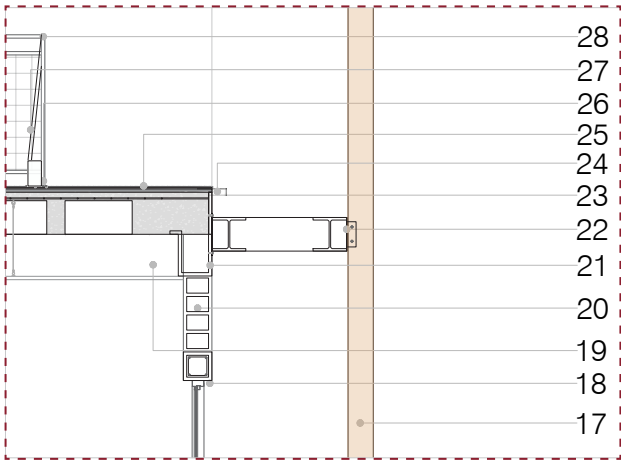


Nota. Elaborado por la autora

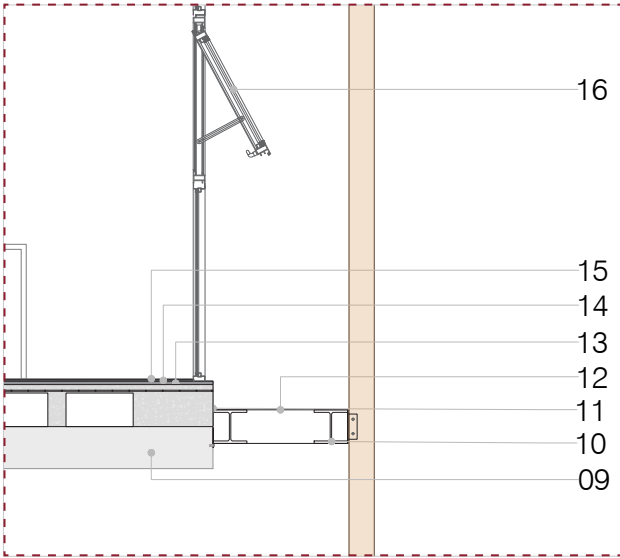
Detalle - 1



Detalle - 2



Detalle - 3

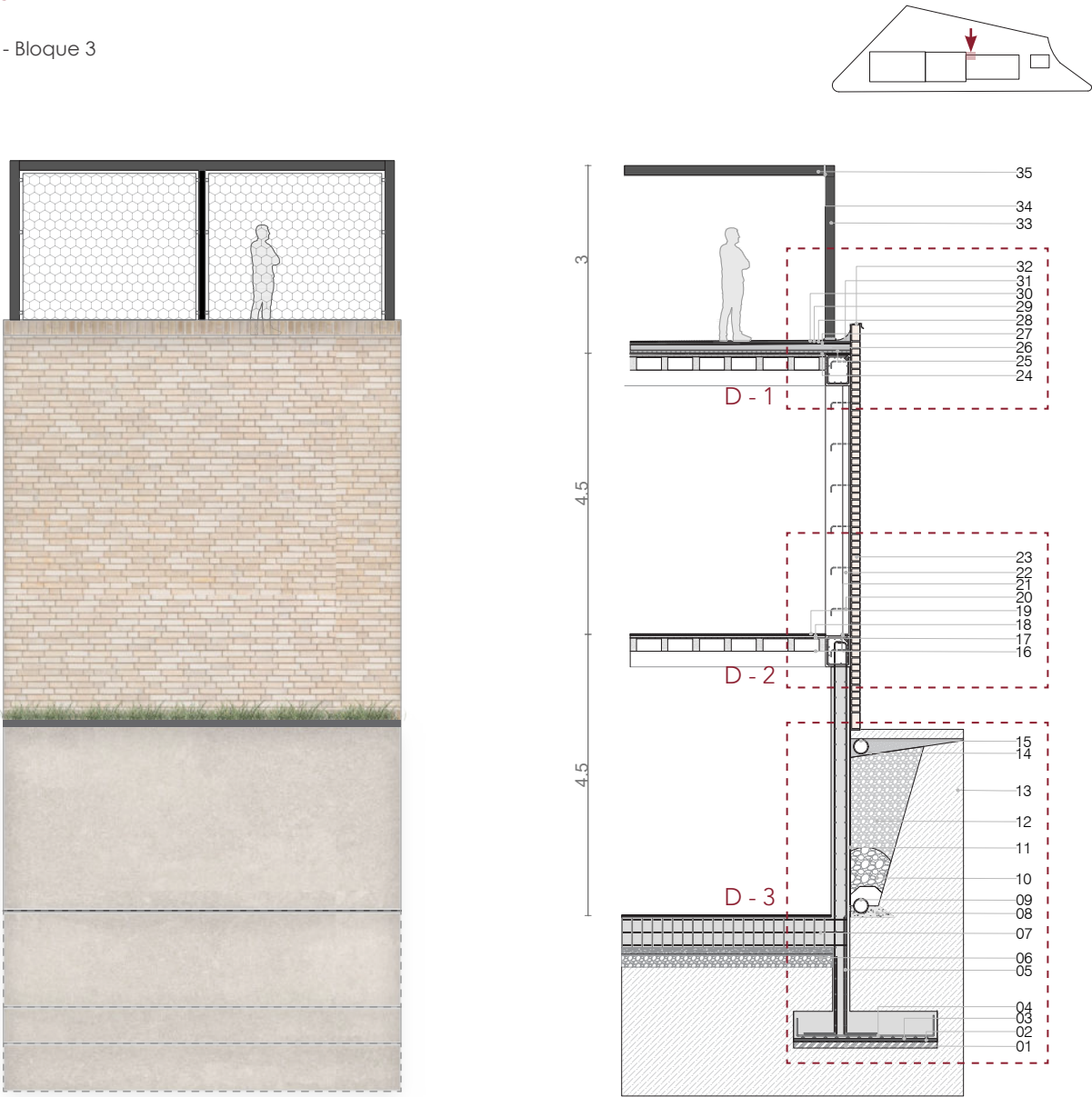


Especificaciones técnicas

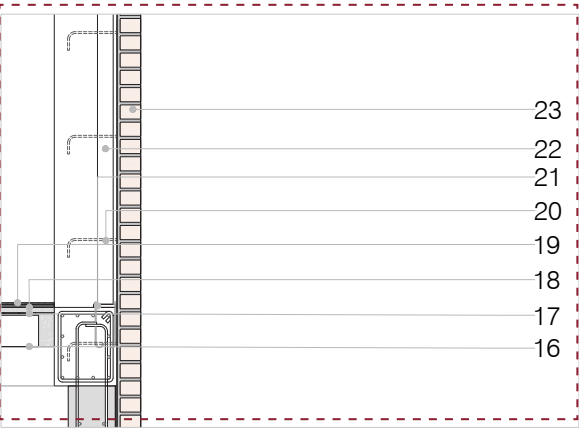
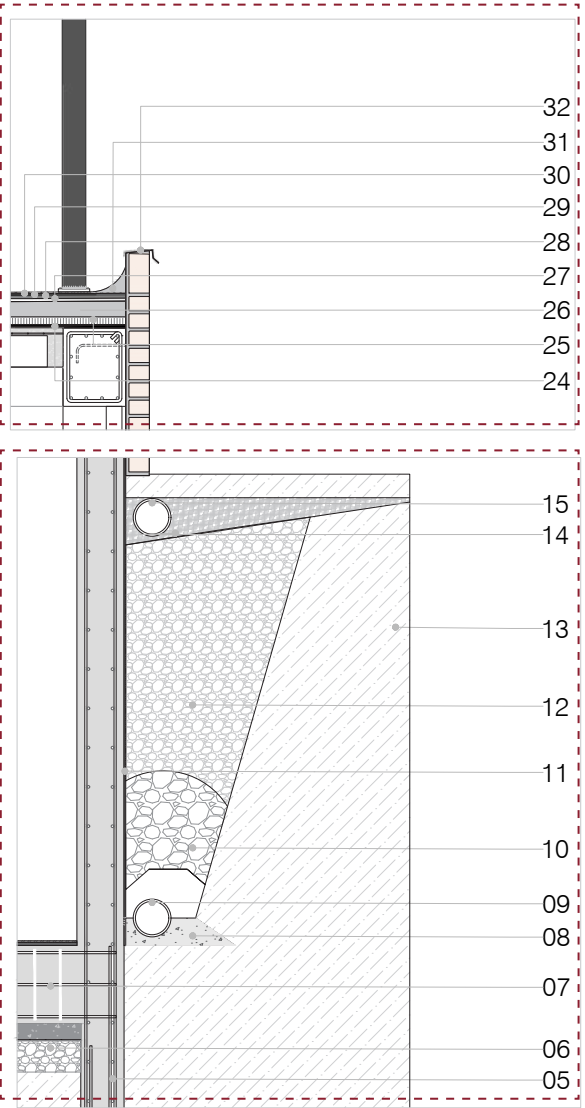
- | | |
|---|--|
| 1. Material de mejoramiento | 16. Casetón 40x40x20 cm |
| 2. Replanteo de hormigón | 17. Malla electrosoldada |
| 3. Alzas de apoyo 5cm | 18. Contrapiso e=5cm |
| 4. Armado de zapata inferior | 19. Acabado cerámico 40x40cm |
| 5. Armado muro de contención 30cm | 20. Chicotes varilla 12mm |
| 6. Base de hormigón ciclópeo | 21. Pletina 8mm |
| 7. Armado de cadena | 22. Riostra vertical metálica (perfil cuadrado 100x100x20) |
| 8. Lecho asiento de hormigón | 23. Ladrillo visto 28x13x7 cm |
| 9. Tubo base perforado colector drenaje PVC de 4 " | 24. Pintura asfáltica |
| 10. Relleno de grava diámetro mayor | 25. EPS Poliestireno e= 5cm |
| 11. Impermeabilización con lámina asfáltica | 26. Hormigón de pendiente 2% |
| 12. Relleno de grava diámetro menor | 27. Mortero impermeabilizante |
| 13. Terreno natural | 28. Capa niveladora |
| 14. Granulado | 29. Membrana geotextil |
| 15. Tubo corona perforado colector drenaje PVC de 4 " | 30. Tablón PVC 2200 x 140 |
| | 31. Chafalán 45° |
| | 32. Goterón |
| | 33. Columna metálica 150x150x20 |
| | 34. Cordón de soldadura |
| | 35. Viga metálica 150x150x20 |

Bloque - 3

Figura 135
Escantillón - Bloque 3



Nota. Elaborado por la autora



Especificaciones técnicas

- | | |
|--|---|
| 1. Material de mejoramiento | 20. Ladrillo 270x130x60 |
| 2. Replanteo de hormigón | 21. Viga de borde |
| 3. Alzas de apoyo 5cm | 22. Anclaje |
| 4. Armado de zapata inferior | 23. Contrapiso e=5cm |
| 5. Armado de cuello de columna | 24. Goterón |
| 6. Base de hormigón ciclópeo | 25. Tablón PVC |
| 7. Malla electrosoldada | 26. Pletina 8mm |
| 8. Contrapiso e=5cm | 27. Rigidizador |
| 9. Viga de hormigón armado de 50x40 cm | 28. Barandal de acero |
| 10. Vigas metálicas HEB 200 | 29. Muro de hormigón |
| 11. Pletina 8mm | 30. Acero de refuerzo |
| 12. Malla expandida IMT-20 liviana | 31. Viga de hormigón armado de 50x40 cm |
| 13. Contrapiso e=5cm | 32. Casetón 40x40x20 cm |
| 14. Manta polietileno | 33. Malla electrosoldada |
| 15. Piso flotante | 34. Pintura asfáltica |
| 16. Vidrio 6mm | 35. Hormigón de pendiente 2% |
| 17. Lama PVC | 36. Mortero impermeabilizante |
| 18. Dintel | 37. Capa niveladora |
| 19. Cielo raso | 38. Chaflán 45° |
| | 39. Goterón |

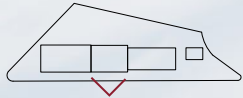
07

VISUALIZACIONES



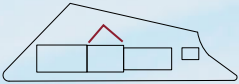
7.1 Perspectivas exteriores

Figura 136
Fachada frontal



Nota. Elaborado por la autora

Figura 137
Bloque central y espacio de recreacional



Nota. Elaborado por la autora

Figura 138
Plazas de acceso al mercado Pequeño Productor



Nofa. Elaborado por la autora

Figura 139
Boulevard posterior



Nofa. Elaborado por la autora

Figura 140
Bloque articulador - Segunda planta alta



Nota. Elaborado por la autora

Figura 141
Bloque articulador - Primera planta alta



Nota. Elaborado por la autora

Figura 142
Zona de venta de verduras y abarrotes



Nota. Elaborado por la autora

Figura 143
Patio de comidas



Nota. Elaborado por la autora

08

EPÍLOGO



8.1 Conclusiones

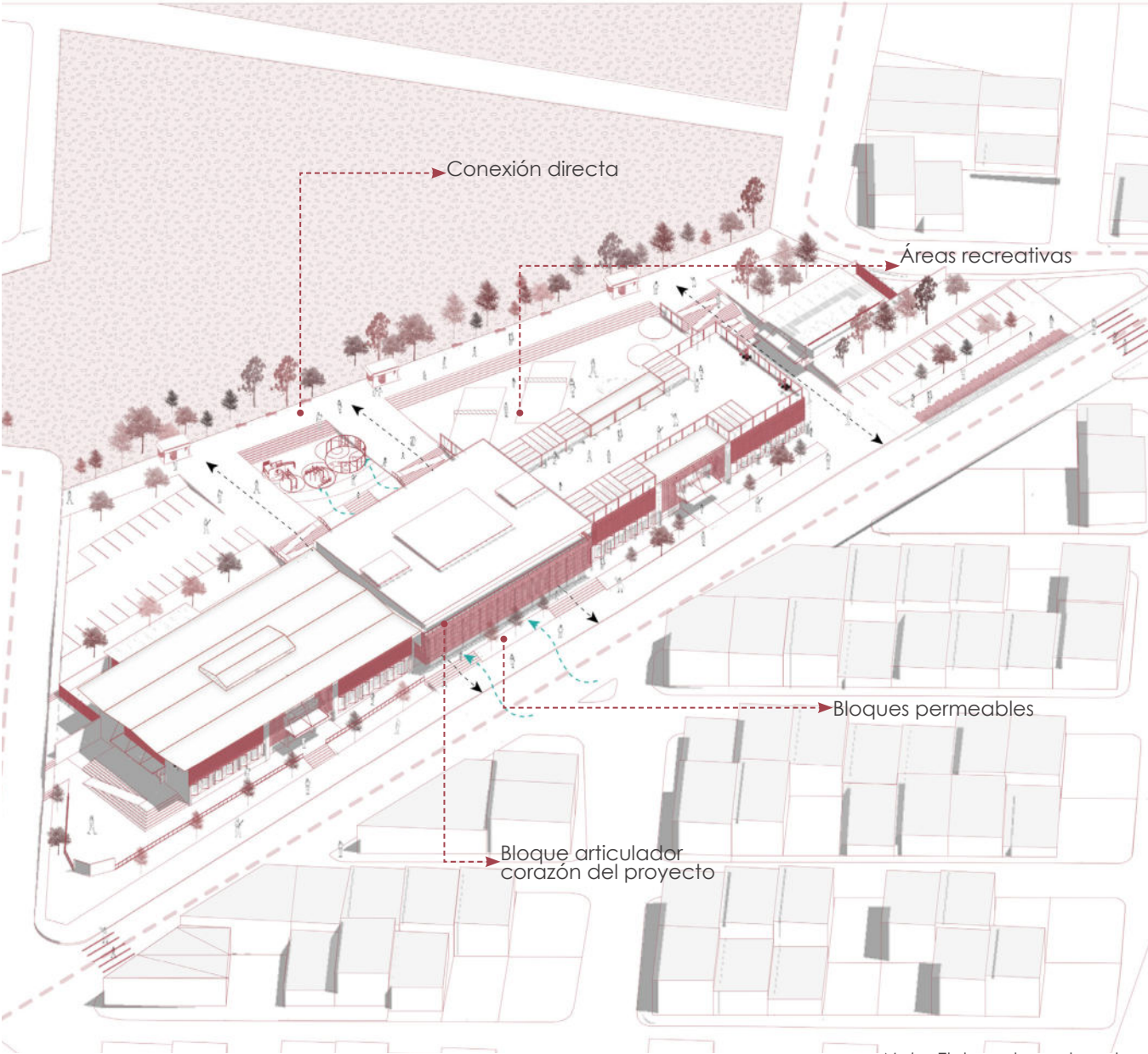
- Se concretó el diseño arquitectónico del Mercado Pequeño Productor, concebido como un espacio comercial y cultural en el sector Las Pitas II, fomentando la integración tanto comercial como barrial mediante espacios flexibles que se adaptan a las dinámicas sociales y permitan la apropiación del lugar.

- A través de la investigación bibliográfica, se logró sintetizar conceptos clave en el diseño de mercados, así como estrategias para integrar su funcionamiento con la cultura. Además, el análisis de referentes arquitectónicos fue fundamental para el desarrollo del proyecto, ya que, permitió tomar elementos importantes de cada uno de ellos y adaptarlos al proyecto.

- Mediante el diagnóstico del sector Las Pitas II, se obtuvo una visión integral del estado actual del mercado y su relación con el contexto. Se consideraron aspectos esenciales como la distribución espacial, accesibilidad, circulación, orientación solar y topografía. Además, al tratarse de un mercado preexistente, se analizó el estado de la infraestructura, siendo este un punto clave para determinar la viabilidad de su renovación o sustitución. Estos factores proporcionaron las directrices clave para lograr un proyecto que se integre de manera permeable con el lugar.

- Finalmente, el diseño del Mercado Pequeño Productor integra espacios destinados a actividades culturales, así como la planificación del área recreativa para los residentes del sector, a través de estrategias urbanas, como el fortalecimiento comercial de la vía principal Dr. Arturo Armijos junto a la creación de espacios de estancia porosos dentro del mercado, como también de estrategias arquitectónicas, entre ellas la incorporación de intersticios conectados con la cubierta accesible. Todo esto con el propósito de fortalecer la identidad comercial del sector y fomentar la integración comunitaria.

Figura 144
Isometría del mercado Pequeño Productor



Nota. Elaborado por la autora

8.2 Índice de figuras

Figura 01: Problemática del mercado Pequeño Productor	Pag. 16	Figura 46: Plaza de integración cultural - Centro Cultural El Tranque	Pag. 79
Figura 02: Exterior del Mercado Pequeño Productor	Pag. 17	Figura 47: Fotografía del Mercado Pequeño Productor - vista aérea	Pag. 82
Figura 03: Fases de las metodologías empleadas en la investigación	Pag. 18	Figura 48: Metodología para el análisis de sitio	Pag. 83
Figura 04: Patio Central de Centro Gastronómico y Agrícola Urbano	Pag. 24	Figura 49: Ubicación del área de estudio	Pag. 84
Figura 05: Ubicación del mercado Pequeño Productor	Pag. 27	Figura 50: Mercados y centros culturales en Loja	Pag. 85
Figura 06: Historia de la evolución de los mercados	Pag. 29	Figura 51: Análisis de uso de suelo	Pag. 86
Figura 07: Collage del Mercado Nueva Granada, Pequeño Productor y Mercado Central	Pag. 30	Figura 52: Uso de suelos caso de estudio	Pag. 87
Figura 08: Cultura de Loja	Pag. 31	Figura 53: Análisis de llenos y vacíos	Pag. 88
Figura 09: Comercio en Mercado Gran Colombia de la ciudad de Loja	Pag. 32	Figura 54: Fotografías de llenos y vacíos	Pag. 89
Figura 10: Radios de influencia de los mercados según la influencia de la población	Pag. 33	Figura 55: Análisis de espacios abiertos	Pag. 90
Figura 11: Organización y función de los mercados	Pag. 34	Figura 56: Inventario de biodiversidad	Pag. 91
Figura 12: Clasificación de zonas en un mercado	Pag. 35	Figura 57: Análisis de mancha de vialidad y ruido	Pag. 92
Figura 13: Personas que intervienen en las actividades comerciales	Pag. 36	Figura 58: Análisis de recorrido de transporte público	Pag. 93
Figura 14: Espacio público del Centro Cultural Pedro de Osma en Lima	Pag. 39	Figura 59: Corte de vía y planta	Pag. 94
Figura 15: Catálogo de referentes	Pag. 44	Figura 60: Fotografías de mancha de vialidad	Pag. 95
Figura 16: Metodología para análisis de referentes	Pag. 45	Figura 61: Análisis de riesgos de deslizamiento de tierra	Pag. 96
Figura 17: Emplazamiento plaza Rotary	Pag. 46	Figura 62: Análisis de topografía	Pag. 97
Figura 18: Fotografía plaza Rotary	Pag. 47	Figura 63: Cortes topográficos horizontal	Pag. 98
Figura 19: Estrategias urbanas de la Plaza Rotary	Pag. 48	Figura 64: Cortes topográficos vertical	Pag. 99
Figura 20: Estrategias arquitectónicas de los locales comerciales de la Plaza Rotary	Pag. 49	Figura 65: Fotografías de riesgos de deslizamiento de tierra	Pag. 100
Figura 21: Planimetría de la Plaza Rotary	Pag. 50	Figura 66: Población en Ecuador, 2010	Pag. 101
Figura 22: Tipología de locales comerciales, Plaza Rotary	Pag. 50	Figura 67: Población del cantón Loja	Pag. 101
Figura 23: Estructura de kiosko de la plaza Rotary	Pag. 51	Figura 68: Tamaño de muestra	Pag. 101
Figura 24: Corte de la Plaza Rotary	Pag. 51	Figura 69: Cartografía censal, 2010	Pag. 101
Figura 25: Ubicación del Mercado 9 de Octubre	Pag. 54	Figura 70: Resultado de las encuestas	Pag. 103
Figura 26: Fotografía exteriores del Mercado 9 de Octubre	Pag. 55	Figura 71: Prácticas del habitar	Pag. 105
Figura 27: Estrategias urbanas del Mercado 9 de Octubre	Pag. 56	Figura 72: Collage de prácticas del habitar	Pag. 107
Figura 28: Estrategias arquitectónicas del Mercado 9 de Octubre	Pag. 57	Figura 73: Ubicación del mercado Pequeño Productor	Pag. 108
Figura 29: Programa arquitectónico del Mercado 9 de Octubre	Pag. 58	Figura 74: Contexto histórico del mercado Pequeño Productor	Pag. 109
Figura 30: Estructura del Mercado 9 de Octubre	Pag. 59	Figura 75: Análisis climático	Pag. 110
Figura 31: Emplazamiento del Mercado en Bergen	Pag. 62	Figura 76: Visuales desde el mercado Pequeño Productor	Pag. 111
Figura 32: Fotografía exterior del Mercado en Bergen	Pag. 63	Figura 77: Colores y texturas predominantes	Pag. 112
Figura 33: Estrategias urbanas del Mercado en Bergen	Pag. 64	Figura 78: Planta arquitectónica del mercado Pequeño Productor	Pag. 113
Figura 34: Estrategias arquitectónicas del Mercado en Bergen	Pag. 65	Figura 79: Topografía del área de estudio	Pag. 114
Figura 35: Programa arquitectónico del Mercado en Bergen	Pag. 66	Figura 80: Cortes topográficos	Pag. 114
Figura 36: Estructura del Mercado en Bergen	Pag. 67	Figura 81: Vegetación dentro del área de estudio	Pag. 115
Figura 37: Emplazamiento del Centro Cultural El Tranque	Pag. 70	Figura 82: Organización del mercado por sectores	Pag. 116
Figura 38: Fotografía exterior del Centro Cultural El Tranque	Pag. 71	Figura 83: Zonificación de usos generales	Pag. 117
Figura 39: Estrategias urbanas del Centro Cultural El Tranque	Pag. 72	Figura 84: Actividades dentro y fuera	Pag. 118
Figura 40: Estrategias arquitectónicas del Centro Cultural El Tranque	Pag. 73	Figura 85: Locales vacantes	Pag. 120
Figura 41: Programa arquitectónico del Centro Cultural El Tranque	Pag. 74	Figura 86: Tipologías de locales comerciales	Pag. 121
Figura 42: Estructura del Centro Cultural El Tranque	Pag. 75	Figura 87: Accesos al mercado Pequeño Productor	Pag. 122
Figura 43: Integración de las plazas diagonal con el contexto - Plaza Rotary	Pag. 78	Figura 88: Análisis de circulaciones	Pag. 123
Figura 44: Circulación directa en el Mercado 9 de Octubre	Pag. 78	Figura 89: Fotografías del exterior del mercado	Pag. 124
Figura 45: Circulación independiente del Mercado en Bergen	Pag. 79	Figura 90: Fachada oeste	Pag. 124

Figura 91:	Detalle de estructura del mercado Pequeño Productor	Pag. 125
Figura 92:	Mapa de valoración del estado actual	Pag. 127
Figura 93:	Sección del área de estudio indicando problemas y potencialidades urbanas	Pag. 130
Figura 94:	Conclusiones del diagnóstico urbano	Pag. 133
Figura 95:	Síntesis de problemas y potencialidades arquitectónicas	Pag. 135
Figura 96:	Metodología de diseño	Pag. 138
Figura 97:	Croquis de Jorn Utzon	Pag. 138
Figura 98:	Esquemas de integración del equipamiento con el contexto y área natural	Pag. 139
Figura 99:	Vocación del sitio	Pag. 139
Figura 100:	Número de usuarios que abastecerá el mercado anualmente	Pag. 140
Figura 101:	Programa arquitectónico	Pag. 143
Figura 102:	Bocetos de estrategias urbanas	Pag. 144
Figura 103:	Bocetos de estrategias arquitectónicas	Pag. 145
Figura 104:	Bocetos de la lógica constructiva	Pag. 146
Figura 105:	Bocetos de ideas positivas y negativas para la idea fuerza	Pag. 147
Figura 106:	Bocetos - idea fuerza	Pag. 148
Figura 107:	Diagrama funcional - planta baja	Pag. 149
Figura 108:	Diagrama funcional - primera planta alta	Pag. 149
Figura 109:	Maqueta de taller de laboratorio de grapas - Esquema de zonificación	Pag. 150
Figura 110:	Zonificación de espacios	Pag. 151
Figura 111:	Planimetría - Emplazamiento	Pag. 154
Figura 112:	Planimetría - Implantación	Pag. 157
Figura 113:	Planimetría - Planta de cubierta	Pag. 159
Figura 114:	Planta baja - Bloque 1	Pag. 160
Figura 115:	Primera planta alta - Bloque 1	Pag. 161
Figura 116:	Planta de cubierta - Bloque 1	Pag. 162
Figura 117:	Planta baja - Bloque 2	Pag. 163
Figura 118:	Primera planta alta - Bloque 2	Pag. 164
Figura 119:	Segunda planta alta - Bloque 2	Pag. 165
Figura 120:	Planta baja - Bloque 3	Pag. 166
Figura 121:	Primera planta alta - Bloque 3	Pag. 167
Figura 122:	Segunda planta alta - Bloque 3	Pag. 168
Figura 123:	Bloque 4 - Planta baja	Pag. 169
Figura 124:	Elevación oeste	Pag. 171
Figura 125:	Elevación este	Pag. 171
Figura 126:	Elevación norte	Pag. 172
Figura 127:	Elevación sur	Pag. 172
Figura 128:	Sección A -A	Pag. 173
Figura 129:	Sección B-B	Pag. 174
Figura 130:	Sección C-C	Pag. 175
Figura 131:	Sección D-D	Pag. 175
Figura 132:	Corte manifiesto	Pag. 177
Figura 133:	Escantillón- Bloque 1	Pag. 178
Figura 134:	Escantillón - Bloque 2	Pag. 180
Figura 135:	Escantillón - Bloque 3	Pag. 182

Figura 136:	Fachada frontal	Pag. 187
Figura 137:	Bloque central y espacio de recreacional	Pag. 189
Figura 138:	Plazas de acceso al mercado Pequeño Productor	Pag. 190
Figura 139:	Boulevard posterior	Pag. 191
Figura 140:	Bloque articulador - Segunda planta alta	Pag. 192
Figura 141:	Bloque articulador - Primera planta alta	Pag. 193
Figura 142:	Zona de venta de verduras y abarrotes	Pag. 194
Figura 143:	Patio de comidas	Pag. 195
Figura 144:	Isometría del mercado Pequeño Productor	Pag. 197

8.2 Índice de tablas

Tabla 01:	Características , atributos y estrategias del mercado como nodo de comercio y cultura	Pag. 37
Tabla 02:	Norma técnica Ecuatoriana	Pag. 40
Tabla 03:	Normas de Arquitectura y Urbanismo para el Distrito Metropolitano de Quito	Pag. 40
Tabla 04:	Tabla de datos utilizados para el tamaño de la muestra	Pag. 101
Tabla 05:	Tabla de encuestas aplicadas en el sector	Pag. 102
Tabla 06:	Información del terreno	Pag. 108
Tabla 07:	Tabla de organización por sectores	Pag. 116
Tabla 08:	Tabla de zonificación de espacios en el mercado	Pag. 117
Tabla 09:	Tabla de clasificación de locales	Pag. 119
Tabla 10:	Tabla de locales vacantes	Pag. 120
Tabla 11:	Tabla de dimensiones de accesos hacia el mercado	Pag. 122
Tabla 12:	Tabla de valoración del estado actual	Pag. 126
Tabla 13:	Tabla de problemas y estrategias	Pag. 128
Tabla 13:	Plan de necesidades de un mercado de abastos basado en la norma técnica para el diseño de mercados de abastos minoristas	Pag. 140
Tabla 13:	Plan de necesidades de un mercado de abastos	Pag. 141

8.4 Bibliografía

- Bonta, P., & Farber, M. (2002). *199 preguntas sobre marketing y publicidad*. Bogotá. Grupo editorial Norma

- Cabezas, D. (2017). *Centro de desarrollo Cultural*. [Tesis de Grado]. Universidad de las Américas.

- Celi, D. (2018). *Diseño Arquitectónico del mercado Municipal de la ciudad de Gonzanamá, provincia de Loja*. [Tesis de Grado]. Universidad Internacional del Ecuador.

- Gehl, J. (2014). *Ciudades para la gente. Buenos Aires*. Infinito. <https://issuu.com/majesbian/docs/344953224-ciudades-para-la-gente-ja>

- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Loja. *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Municipio de Loja 2019-2023*. Loja-Ecuador

- Gómez, A. (2010). *Mercado Municipal. Aguacatán, Huehuetenango*. [Tesis de Grado]. Universidad San Carlos de Guatemala.

- González, M. (2002). *Concepto de mercado y sus tipos*. Obtenido de Gestipolis. <https://www.gestipolis.com/concepto-mercado-tipos/>

- González, N. (junio de 2011). *El comercio informal y su incidencia en el nivel de ingresos de los comerciantes formales de la ciudad de Ibarra*. Universidad técnica del norte. <http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/2168/1/02%20IEF%2021%20TESIS.pdf>

- Grimson, A. (2008). *Diversidad y Cultura. Reificación y Situacionalidad*. Universidad nacional de san martin, Argentina. <http://www.scielo.org.co/pdf/tara/n8/n8a03.pdf>

- Hernández, M. (2016). *Centro de emprendimiento y desarrollo botánico*. [Tesis de Grado]. Pontificia Universidad Católica del Ecuador.

-INEN, (2013). *Norma Técnica Ecuatoriana NTE INEN 2687*. Obtenido de Mercados Saludables, Requisitos. Quito, Ecuador

- Medina, F. (2013). *Mercados y espacio público: transformación y renegociación de nuevas demandas urbanas: análisis comparativo de casos (Barcelona, Budapest, Buenos Aires)*. Zainak. Cuadernos de Antropología-Etnografía , (36), 183-200. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5677663>

- Mejía, J. (2022). *Diseño arquitectónico de un mercado resiliente y sustentable para la ciudad de Loja*. Caso de estudio: mercado pequeño productor. [Tesis de Grado]. Universidad Internacional del Ecuador.

- Mercado del Pequeño Productor desolado; adjudicatarios trabajan a pérdida (2022), junio 3). La Crónica. <https://cronica.com.ec/2022/06/03/mercado-del-pequeno-productor-desolado-adjudicatarios-trabajan-a-perdida/>

- Momostenango, M. (1998). *Plan Maestro y Estudio de Prefectivilidad de Mercados Minoristas*.

- Mosquera, M. (2023). *Centro gastronómico y agrícola urbano: Recuperación de la identidad cultural en Quitumbe*. [Tesis de Grado]. Pontificia Universidad Católica del Ecuador.

- Municipio de Loja. (2021). *Plan de Uso y Gestión del Suelo del cantón Loja 2019-2023*. Loja, Ecuador

- Novillo, C. (1997). *Renovación arquitectónica de un sector de la calle “Fénix”, entre “La Hora” y “El siglo” de la parroquia “Cristo Rey” y su entorno, en la ciudad de Loja*. [Tesis de Grado]. Universidad Técnica Particular de Loja.

- Orosco, D. (2019). *Satisfacción de los habitantes de la parroquia Carigán con respecto al cumplimiento de la competencia exclusiva de vialidad urbana por parte del GAD municipal de Loja*. [Tesis de Grado]. Universidad Nacional de Loja.

- Pérez, J. (2016). *Diseño arquitectónico de un centro de comercialización e integración Cultural en Quitumbe, Quito*. [Tesis de Grado]. Universidad Internacional “SEK”.

- Plazola, A. (2001). *Enciclopedia de Arquitectura Plazola (Vol. 7)*. PLAZOLA EDITORES S.A.

- Quinde, E., & Patiño, W. (2022). *Anteproyecto arquitectónico del nuevo mercado para la parroquia de Sinincay*. [Tesis de Grado]. Universidad de Cuenca

-Real Academia Española. (2024). *Definición comercialización. Diccionario de la lengua española / RAE - ASALE*. Diccionario de la lengua española. Obtenido el 09 de diciembre de 2024. <https://dpej.rae.es/lema/comercializaci%C3%B3n#:~:text=Adm.,transcurso%20de%20una%20actividad%20comercial>

- Rodríguez, M. (2016). *Loja capital musical del Ecuador*. Revista ciencia e investigación E-ISSN: 2528-8083, vol. 1, no. 4, octubre - diciembre, pp. 17-25. <file:///C:/Users/ASUS/Downloads/Dialnet-LojaCapitalMusicalDelEcuador-6118762.pdf>

- Tylor, E. (1920). *Primitive Culture (Vol 1)*. John Murray. <https://archive.org/>

- Velázquez, J. (2015). *Proyecto de diseño interior y mobiliario del mercado de víveres, cantón salistre de la provincia del Guayas, Zona 5*. [Tesis de Grado]. Universidad de Guayaquil.

- Zazo, M., & López, M. (2018). *El hábitat sustentable de los mercados urbanos históricos. Aplicación del concepto al mercado central de Concepción, Chile*. Revista Hábitat Sustentable



