



UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE CUENCA

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CUENCA

Comunidad Educativa al Servicio del Pueblo

**UNIDAD ACADÉMICA DE INGENIERIA,
INDUSTRIA Y CONSTRUCCIÓN**

CARRERA DE ARQUITECTURA

ARQUITECTURA Y ESPACIOS PÚBLICOS EN CUENCA:

**DISEÑO DE UN MERCADO MUNICIPAL COMO
NÚCLEO DE ACTIVIDAD SOCIAL Y COMERCIAL**

**PROYECTO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE ARQUITECTO**

AUTORES: KARELYS THAIS ZUÑIGA MAZA

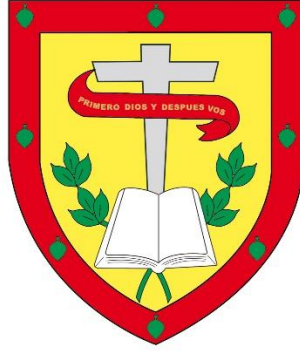
VICTOR MAURICIO MENDIETA SANCHO

DIRECTOR: ARQ.CRISTIAN EDUARDO PEÑAFIEL ORTEGA

CUENCA - ECUADOR

AÑO

DIOS, PATRIA, CULTURA Y DESARROLLO



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CUENCA

Comunidad Educativa al Servicio del Pueblo

**UNIDAD ACADÉMICA DE INGENIERIA,
INDUSTRIA Y CONSTRUCCION**

CARRERA DE ARQUITECTURA

ARQUITECTURA Y ESPACIOS PÚBLICOS EN CUENCA:

**DISEÑO DE UN MERCADO MUNICIPAL COMO
NÚCLEO DE ACTIVIDAD SOCIAL Y COMERCIAL**

**PROYECTO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE ARQUITECTO**

AUTORES: KARELYS THAIS ZUÑIGA MAZA

VICTOR MAURICIO MENDIETA SANCHO

DIRECTOR: ARQ.CRISTIAN EDUARDO PEÑAFIEL ORTEGA

CUENCA - ECUADOR

2025

DIOS, PATRIA, CULTURA Y DESARROLLO

DECLARATORIA DE AUTORÍA Y RESPONSABILIDAD

Karelys Thais Zúñiga Maza y Víctor Mauricio Mendieta Sancho portadores de las cédulas de ciudadanía N° 1104687858 y 0705115061. Declaro ser el autor de la obra: "**Arquitectura y Espacios Públicos en Cuenca: Diseño de un mercado Municipal como Núcleo de Actividad Social y Comercial**", sobre la cual me hago responsable sobre las opiniones, versiones e ideas expresadas. Declaro que la misma ha sido elaborada respetando los derechos de propiedad intelectual de terceros y eximo a la Universidad Católica de Cuenca sobre cualquier reclamación que pudiera existir al respecto. Declaro finalmente que mi obra ha sido realizada cumpliendo con todos los requisitos legales, éticos y bioéticos de investigación, que la misma no incumple con la normativa nacional e internacional en el área específica de investigación, sobre la que también me responsabilizo y eximo a la Universidad Católica de Cuenca de toda reclamación al respecto.

Cuenca, 15 de septiembre de 2025

F: 

Karelys Thais Zúñiga Maza

1104687858

F: 

Víctor Mauricio Mendieta Sancho

0705115061

CERTIFICACIÓN

Certifico que el presente trabajo fue desarrollado por Karelys Thais Zúñiga Maza, Victor Mauricio Mendieta Sancho, bajo mi supervisión.



Arq. Cristian Eduardo Peñafiel Ortega

DIRECTOR

DEDICATORIA

Agradezco, en primer lugar, a Dios, por su guía y bendición, ya que sin Él nada de esto habría sido posible.

A mis padres, por su apoyo incondicional a lo largo de toda mi carrera, por ser mi mayor fortaleza y ejemplo, y por brindarme siempre su amor, comprensión y aliento en cada etapa de este camino.

A mi querida hermana, por acompañarme y estar presente en todo momento, y a mi pareja, por su compañía constante, por motivarme y sostenerme en los momentos más desafiantes.

Karelys Thais Zúñiga Maza

Dedico este trabajo, con todo mi amor y gratitud, a mi mamá, por ser el pilar fundamental de mi vida, por su sacrificio, su apoyo incondicional y por enseñarme a luchar por mis sueños con esfuerzo y humildad.

A mi papá, por su ejemplo de trabajo, perseverancia y fortaleza, que me motivaron a seguir adelante en cada etapa de este camino.

A mi hermana, por su cariño, paciencia y compañía constante, que hicieron más llevadero este proceso.

Dedico también este logro a mi familia en general, por creer en mí, por acompañarme con palabras de aliento y por ser mi fuente de inspiración.

Y finalmente, me lo dedico a mí mismo, por no rendirme ante las dificultades, por cada noche de esfuerzo y por la determinación de cumplir este objetivo que hoy se convierte en realidad.

Víctor Mauricio Mendieta Sancho

AGRADECIMIENTOS

Expreso mi más sincero agradecimiento a mis docentes y tutores, por su guía, orientación y valiosas enseñanzas que enriquecieron el desarrollo de este trabajo.

A mis queridos padres, Dr. Carlos Zúñiga e Ing. Lady Maza, por su sacrificio, comprensión y por haber sido el pilar fundamental de mi formación profesional. A mis hermanos, especialmente a Adamaris Zúñiga, por su apoyo constante y palabras de ánimo que me impulsaron a seguir adelante.

Finalmente, al arquitecto Felipe Bravo, por su compromiso, acompañamiento y paciencia durante este exigente proceso académico.

Karelys Thais Zúñiga Maza

A Dios, por iluminar mi camino, brindarme fortaleza en los momentos más desafiantes y guiarme con fe y esperanza para alcanzar esta meta.

A la Universidad Católica de Cuenca, por ser el espacio donde adquirí conocimientos, valores y experiencias que contribuyeron a mi desarrollo académico y personal.

Al. Arq. Cristian Eduardo Peñafiel Ortega, tutor de este trabajo, por su dedicación, orientación y apoyo constante durante el proceso de elaboración de la tesis.

A mi madre, por su amor, sacrificio y motivación inquebrantable, que me inspiran cada día a dar lo mejor de mí.

A mi padre, por sus consejos, confianza y ejemplo de esfuerzo, que me enseñaron el valor de la perseverancia.

A mi hermana, por su afecto, paciencia y acompañamiento incondicional en cada etapa de esta carrera.

Y a todos aquellos que, con su apoyo, conocimiento o palabras de aliento, formaron parte de este proceso. A cada uno de ustedes, mi más sincero agradecimiento.

Víctor Mauricio Mendieta Sancho

RESUMEN

El presente trabajo examina la ausencia de un mercado municipal en el barrio Miraflores de Cuenca, lo que ha generado comercio informal, desorden urbano y deterioro del espacio público. La propuesta busca ordenar la actividad comercial, garantizar salubridad y fortalecer la cohesión social mediante un equipamiento funcional, y acorde al entorno. El proyecto destaca por su aporte a la economía local, la identidad barrial y su posibilidad de replicarse en otros sectores. Su objetivo general es diseñar un mercado municipal bajo criterios de funcionalidad y con textualidad urbana. La investigación utilizó un enfoque mixto con encuestas censales aplicadas a los habitantes, lo que permitió identificar con precisión las necesidades del sector. Los resultados confirman la viabilidad de un diseño integral con 150 puestos de venta formal, servicios higiénicos, zonas de carga y descarga, y un patio central comunitario. Se incluyen estrategias bioclimáticas como ventilación cruzada, losa verde y captación de aguas pluviales, además de plazas abiertas y accesibilidad universal. Según el INEC (2022), Miraflores alberga entre 6.000 y 12.000 habitantes, población para la cual un mercado de estas características resulta adecuado y necesario.

Palabras clave: mercado municipal, espacio público, cohesión social, desarrollo urbano, estrategias bioclimáticas

ABSTRACT

This paper examines the absence of a municipal market in the neighborhood of Miraflores in Cuenca, which has led to informal commerce, urban disorder, and deterioration of public space. This proposal aims to organize commercial activity, ensure sanitation, and strengthen social cohesion through a functional facility that is adequate for the environment. This project is distinguished for its contribution to the local economy, neighborhood identity, and its possibility of being replicated in other sectors. Its general objective is to design a municipal market under criteria of functionality and urban contextuality. The research employed a mixed-methods approach with census-type surveys applied to the inhabitants, which allowed for the precise identification of the sector's needs. The results confirm the viability of an integral design featuring 150 formal sales stalls, sanitary services, loading and unloading zones, and a central community courtyard. Bioclimatic strategies such as cross-ventilation, a green roof, and rainwater harvesting are included, in addition to open plazas and universal accessibility. According to the National Institute of Statistics and Census (INEC, by its acronym in Spanish) (2022), Miraflores houses between 6,000 and 12,000 residents, a population for which a market with these characteristics is both appropriate and necessary.

Keywords: municipal market, public space, social cohesion, urban development, bioclimatic strategies.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CERTIFICACIÓN.....	- 3 -
RESUMEN.....	- 6 -
ABSTRACT.....	- 7 -
ÍNDICE DE CONTENIDOS	- 8 -
LISTA DE FIGURAS.....	- 11 -
LISTA DE TABLAS	- 15 -
LISTA DE ANEXOS.....	- 16 -
CAPÍTULO I.....	- 17 -
1. INTRODUCCIÓN	- 17 -
1.1 ANTECEDENTES.....	- 17 -
1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	- 18 -
1.3 JUSTIFICACIÓN	- 19 -
1.3.1 Delimitación de la zona de estudio.....	- 20 -
1.4 OBJETIVOS.....	- 20 -
1.4.1 Objetivo General.....	- 20 -
1.4.2 Objetivos Específicos.....	- 20 -
1.5 METODOLOGÍA.....	- 21 -
1.5.1 Etapa 1: Fundamentos Teóricos	- 21 -
1.5.2 Etapa 2: Diagnóstico Multicriterio.....	- 22 -
1.5.3 Etapa 3: Diseño Arquitectónico.....	- 22 -
CAPÍTULO II.....	- 24 -
2. MARCO TEÓRICO	- 24 -
2.1 RESEÑA HISTÓRICA	- 24 -
2.1.1 Los primeros mercados en la historia.....	- 24 -
2.1.2 El Ágora en Grecia y el Foro Romano.....	- 25 -
2.1.3 Ferias y mercados medievales como centros de vida urbana	- 26 -
2.1.4 Mercados renacentistas y de la ilustración: surgimiento de mercados cubiertos	- 27 -
2.2 EVOLUCIÓN DE LOS MERCADOS MUNICIPALES.....	- 27 -
2.2.1 Del mercado abierto a los mercados cubiertos.....	- 27 -
2.2.2 Los mercados en la revolución industrial.....	- 28 -
2.2.3 Modernización y surgimiento de supermercados.....	- 29 -
2.3 MERCADOS EN EL CONTEXTO LATINOAMERICANO.....	- 29 -
2.3.1 Plazas coloniales como nodos comerciales.....	- 29 -
2.3.2 Mercados populares en el siglo XIX Y XX	- 30 -
2.3.3 Tendencias contemporáneas en América Latina.....	- 30 -
2.4 MERCADOS EN EL ECUADOR Y EN CUENCA	- 31 -
2.4.1 Primeras plazas y ferias coloniales	- 31 -
2.4.2 Mercados tradicionales en Cuenca	- 32 -
2.4.3 Procesos de transformación y modernización reciente.....	- 33 -
2.5 MERCADO MUNICIPAL COMO EQUIPAMIENTO: NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS	- 33 -
2.5.1 Definiciones.....	- 33 -
2.5.2 Tipología de mercados	- 34 -
2.5.3 Funciones de los mercados municipales.....	- 37 -
2.5.4 Estructura y organización.....	- 38 -
2.5.5 Usuarios de un mercado.....	- 42 -

2.5.6 Mercado como espacio público.....	- 42 -
2.5.7 Problemáticas de los mercados actuales	- 43 -
2.6 NORMATIVA.....	- 44 -
2.6.1 Normativa de equipamiento de aprovisionamiento en Cuenca.....	- 45 -
2.6.2 Requisitos INEN relativos a la infraestructura de mercados.....	- 46 -
2.6.3 Recomendaciones estructurales según la NEC.....	- 49 -
2.6.4 Normativa PRODUCE (PERÚ) sobre diseño de mercado minorista	- 50 -
2.7 TEORÍAS APLICADAS A LA ARQUITECTURA DE MERCADOS	- 53 -
2.7.1 Teorías urbanas sobre espacio publico.....	- 53 -
2.7.2 Concepto de centralidad y nodo urbano.....	- 53 -
2.7.3 Teorías de revitalización urbana y regeneración de espacios públicos	- 53 -
2.8 ESTRATEGIAS ARQUITECTÓNICAS Y URBANAS.....	- 53 -
2.8.1 Estrategias de diseño funcional y sostenible	- 53 -
2.8.2 Mercado como núcleo de actividad social y económica.....	- 54 -
2.8.3 Revitalización y reutilización de espacios urbanos a traves de mercados.....	- 54 -
2.9 CASOS DE ESTUDIO	- 54 -
2.9.1 Metodología aplicada a la selección de casos de estudio.	- 54 -
2.9.2 Caso de estudio internacional (Mercado Tirso de Molina – Chile).....	- 56 -
2.9.4 Matriz comparativa de casos de estudio.....	- 68 -
2.9.5 Estrategias obtenidas de los casos de estudio	- 69 -
CAPÍTULO III	- 70 -
3. ANÁLISIS URBANO ARQUITECTÓNICO	- 70 -
3.1 ANÁLISIS URBANO MULTICRITERIO.....	- 70 -
3.1.1 Análisis de terrenos potenciales.....	- 70 -
3.1.2 Ubicación e información.....	- 71 -
3.1.3 Movilidad.....	- 73 -
3.1.4 Servicios básicos.....	- 73 -
3.1.5 Topografía.....	- 76 -
3.1.6 Análisis de pre factibilidad.....	- 76 -
3.2 METODOLOGÍA APLICADA AL ANÁLISIS DEL SITIO	- 78 -
3.3 ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO DEL TERRENO	- 78 -
3.3.1 Ubicación	- 78 -
3.3.2 Componente Biofísico.....	- 80 -
3.3.3 Componente Urbano	- 83 -
3.4 ESTRATEGIAS DERIVADAS DEL ANÁLISIS DEL SITIO.	- 89 -
3.5 DIAGNÓSTICO DE NECESIDADES.....	- 90 -
3.5.1 Necesidad de un mercado municipal.....	- 90 -
3.5.2 Resultados obtenidos	- 93 -
3.5.3 Conclusiones de necesidades obtenidas.....	- 93 -
3.5.4 Necesidades urbanas del sector	- 94 -
3.5.5 Resultados obtenidos	- 96 -
3.5.6 Conclusiones de necesidades obtenidas.....	- 96 -
CAPÍTULO IV	- 98 -
4. PROPUESTA DE DISEÑO.....	- 98 -
4.1 PROGRAMACIÓN ARQUITECTÓNICA.....	- 98 -
4.1.1 Justificación.....	- 98 -
4.1.2 Delimitación del programa	- 99 -
4.1.3 Criterios de diseño.....	- 100 -

4.2	PROPUESTA	- 105 -
4.2.1	<i>Descripción del proyecto</i>	- 105 -
4.2.2	<i>Ubicación</i>	- 106 -
4.2.3	<i>Programa arquitectónico</i>	- 107 -
4.2.4	<i>Organigrama funcional</i>	- 108 -
4.2.5	<i>Zonificación</i>	- 110 -
4.2.6	<i>Circulaciones y accesos</i>	- 112 -
4.2.7	<i>Presupuesto referencial</i>	- 112 -
CAPÍTULO V		- 117 -
5.	CONCLUSIONES	- 117 -
CAPÍTULO V		- 118 -
6.	RECOMENDACIONES	- 118 -
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS		- 119 -
ANEXOS		- 122 -

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Comercio en la antigüedad.....	-24-
Figura 2: Comercio en el Ágora griega.....	-25-
Figura 3: Comercio en el foro romano.....	-25-
Figura 4: Ferias de Champaña	-26-
Figura 5: Interior del mercado cubierto Oxford Covered Market.....	-28-
Figura 6: Interior del Mercado Central de Valencia.....	-28-
Figura 7: Supermercado en el siglo XX	-29-
Figura 8: Mercado Central de Santiago.....	-31-
Figura 9: Plaza San Francisco año 1903.....	-31-
Figura 10: Mercado 9 de Octubre año 1943.....	-32-
Figura 11: Intervención de rehabilitación del mercado 9 de octubre.....	-33-
Figura 12: Intervención de rehabilitación del mercado 9 de octubre.....	-33-
Figura 13: Tipos de mercado	-35-
Figura 14: Clasificación de los productos.....	-38-
Figura 15: Clasificación de los productos	-39-
Figura 16: Usuarios de un mercado	-42-
Figura 17: Recomendaciones estructurales.....	-49-
Figura 18: Configuraciones no recomendadas.....	-50-
Figura 19: Metodología aplicable para el análisis de casos de estudio.....	-55-
Figura 20: Variables para el análisis de casos de estudio.....	-55-
Figura 21: Mercado Tirso de Molina.....	-56-
Figura 22: Ubicación del Mercado Tirso de Molina.....	-57-
Figura 23: Emplazamiento.....	-57-
Figura 24: Planta de subsuelo - Mercado Tirso de Molina.....	-58-
Figura 25: Planta baja - Mercado Tirso de Molina.	-59-
Figura 26: Planta alta - Mercado Tirso de Molina.	-59-
Figura 27: Planta baja.....	-59-
Figura 28: Bocetos interior y exterior del mercado Tirso de Molina.....	-60-
Figura 29: Bocetos interior y exterior del mercado Tirso de Molina.....	-60-
Figura 30: Vista área entorno.....	-60-
Figura 31: Ingreso frontal- mercado.....	-60-

Figura 32: Vista aérea entorno.....	-60-
Figura 33: Iluminación y ventilación del mercado Tirso de Molina.....	-61-
Figura 34: Materialidad de la fachada del mercado Tirso de Molina.....	-61-
Figura 35: Fachada del Mercado 12 de abril	-62-
Figura 36: Ubicación del mercado 12 de abril.....	-62-
Figura 37: Emplazamiento del mercado 12 de abril.....	-63-
Figura 38: Zonificación de la planta baja del mercado 12 de abril.....	-64-
Figura 39: Zonificación de la planta alta del mercado 12 de abril.....	-65-
Figura 40: Sistema estructural del mercado 12 de abril	-66-
Figura 41: Boceto exterior del mercado 12 de abril	-66-
Figura 42: Equipamientos.....	-67-
Figura 43: Ingreso principal.....	-67-
Figura 44: Bahía de taxis.....	-67-
Figura 45: Ventilación e iluminación en planta del mercado 12 de abril.	-67-
Figura 46: Ventilación e iluminación en alzado del mercado 12 de abril.....	-67-
Figura 47: Materialidad del mercado 12 de abril	-68-
Figura 48: Mapa de ubicación de terrenos a analizar.....	-70-
Figura 49: Tabla de información del terreno 1.....	-71-
Figura 50: Ubicación del terreno 1.....	-71-
Figura 51: Tabla de información del terreno 2.....	-72-
Figura 52: Ubicación del terreno 2.....	-72-
Figura 53: Mapa de jerarquía vial	-73-
Figura 54: Mapa recorrido de transporte público.....	-73-
Figura 55: Mapa de red eléctrica.....	-74-
Figura 56: Mapa de red eléctrica.....	-74-
Figura 57: Mapa de red de agua potable.....	-75-
Figura 58: Mapa de red rutas de recolección	-75-
Figura 59: Mapa de red rutas de recolección	-76-
Figura 60: Metodología aplicable para análisis de sitio.....	-78-
Figura 61: Localización de la zona de estudio.....	-79-
Figura 62: Mapa de ubicación del sitio.....	-80-
Figura 63: Mapa de curvas de nivel del sitio.....	-81-
Figura 64: Equinoccio de Primavera y otoño del sitio	-81-

Figura 65: Solsticio de Invierno y verano del sitio	-82-
Figura 66: Temperatura máxima y mínima promedio en Cuenca	-82-
Figura 67: Precipitación promedio en Cuenca.....	-83-
Figura 68: Jerarquía vial del sitio.....	-84-
Figura 69: Red de transporte público del sitio.....	-85-
Figura 70: Equipamientos del sitio.....	-86-
Figura 71: Usos de suelo del sitio.....	-87-
Figura 72: Alumbrado público del sitio.....	-87-
Figura 73: Red de alcantarillado del sitio.....	-88-
Figura 74: Zonas de recolección de cuenca	-88-
Figura 75: Zona de recolección 2 del sitio.....	-89-
Figura 76: Accesibilidad del sitio.....	-89-
Figura 77: Modelo de tipo de encuesta	-91-
Figura 78: Modelo de tipo de encuesta	-92-
Figura 79: Modelo de tipo de encuesta 2.....	-95-
Figura 80: Zonas para el programa arquitectónico.	-100-
Figura 81: Criterios de diseño aplicados.....	-100-
Figura 82: Relación del predio del proyecto con la ciudad.....	-101-
Figura 83: Zonificación general del proyecto.....	-102-
Figura 84: Proceso de morfología del proyecto.....	-103-
Figura 85: Volumetría del conjunto	-103-
Figura 86: Esquema de espacio público – Corredor central	-104-
Figura 87: Esquema de espacio público – Corredor lateral	-104-
Figura 88: Esquema de espacio público – Plaza central.....	-104-
Figura 89: Espacio público del proyecto	-105-
Figura 90: Emplazamiento	-105-
Figura 91: Vista aérea.....	-105-
Figura 92: Espacio público del proyecto.	-106-
Figura 93: Aérea del proyecto.....	-106-
Figura 94: Zona exterior.....	-107-
Figura 95: Zona de parqueaderos.....	-107-
Figura 96: Zona administrativa.....	-107-
Figura 97: Zona comercial	-108-

Figura 98: Resumen de áreas.....	-108-
Figura 99: Organigrama planta baja.....	-109-
Figura 100: Organigrama planta alta.....	-109-
Figura 101: Organigrama estacionamiento.....	-110-
Figura 102: Zonificación nivel +3.00m	-110-
Figura 103: Zonificación nivel +7.00m.....	-111-
Figura 104: Zonificación nivel +12.00m.....	-111-
Figura 105: Circulación y acceso planta baja	-112-
Figura 106: Circulación y acceso planta alta.....	-112-
Figura 107: Circulación y acceso planta alta	-113-

LISTA DE TABLAS

Tabla 1: Normativas a analizar.....	-44-
Tabla 2: Normativa Equipamiento de Aprovechamiento.....	-46-
Tabla 3: Requerimiento de Servicios Comunes por Categoría de Mercado.....	-51-
Tabla 4: Ponderación de los casos de estudio.	-56-
Tabla 5: Tabla comparativa de casos de estudio	-68-
Tabla 6: Tabla de análisis de factibilidad.....	-77-
Tabla 7: Tabla de información del predio	-78-
Tabla 8: Resumen de gráficos de las encuestas realizadas	-93-
Tabla 9: Resumen de gráficos de las encuestas realizadas.....	-96-
Tabla 10: Tabla de relación entre resultados y propuesta.....	-99-
Tabla 11: Tabla de presupuesto aproximado	-116-

LISTA DE ANEXOS

Anexo 1: Planos arquitectónicos-123-

CAPÍTULO I

1. INTRODUCCIÓN

1.1 Antecedentes

El comercio informal en los espacios públicos de la ciudad de Cuenca constituye un fenómeno persistente que afecta la movilidad, la salubridad y la organización urbana. Diversos estudios han identificado que esta dinámica responde a la falta de equipamientos adecuados que permitan canalizar la actividad comercial de manera ordenada y sostenible (García Ceballos & Sari Cumbe, 2023). En sectores como el Mercado 9 de Octubre, se ha evidenciado que los vendedores ambulantes utilizan calles y aceras como espacios de venta, generando conflictos por el uso del espacio público, insalubridad y deterioro de la imagen urbana (González Peralta & Guachún Brito, 2023).

La investigación de Orden Verdugo (2024) sostiene que los comerciantes informales no solo ocupan físicamente el espacio público, sino que lo transforman y resignifican a través de sus prácticas sociales y económicas. Esto revela la necesidad de comprender al comercio no únicamente como un problema urbano, sino como un fenómeno social que requiere soluciones integrales. En esta misma línea, Briones Orellana, Heras Olalla y Heras Barros (2021) advierten que la falta de infraestructura formal ha provocado procesos de gentrificación, turistificación e inseguridad en los entornos de mercados tradicionales, afectando directamente a la población local y al tejido social.

Desde la institucionalidad, el GAD Municipal de Cuenca ha buscado regular el comercio en el espacio público a través de ordenanzas específicas que limitan el mobiliario, las dimensiones y la ubicación de los vendedores, con el fin de preservar la libre circulación y el ordenamiento urbano (GAD Municipal de Cuenca, 2015). Sin embargo, dichas medidas han sido en gran parte restrictivas, lo que ha generado resistencia y protestas por parte de los comerciantes, quienes demandan espacios formales dignos y procesos de negociación más inclusivos (González Peralta & Guachún Brito, 2023).

En este contexto, el barrio Miraflores enfrenta una situación crítica: la ausencia de un mercado municipal ha propiciado la proliferación del comercio informal en aceras y vías principales, ocasionando congestión vehicular, problemas de salubridad y deterioro del paisaje urbano. La implementación de un mercado municipal funcional y sostenible se plantea como una alternativa viable para reordenar la actividad comercial, optimizar el uso del espacio público y promover la cohesión social y económica en el sector. Esta propuesta no solo responde a una necesidad local, sino que puede servir como un modelo replicable en otros barrios de la ciudad con problemáticas similares (Ramírez & Torres, 2019).

1.2 Planteamiento del problema

El barrio Miraflores, ubicado al norte de la ciudad de Cuenca, enfrenta una problemática urbana vinculada a la ausencia de un mercado municipal que permita ordenar y formalizar la actividad comercial. Esta carencia ha propiciado la proliferación del comercio informal en calles, aceras y espacios públicos, principalmente en sectores como las Bodegas del Juri y la avenida Miraflores. La ocupación inadecuada de estos espacios ha generado congestión vehicular y peatonal, deterioro visual del entorno y conflictos permanentes en el uso del espacio público (Pérez & Gómez, 2020).

La expansión del comercio informal responde no solo a la falta de infraestructura adecuada, sino también a la creciente demanda de productos de primera necesidad en la zona. Como consecuencia, se evidencian desórdenes en la organización urbana, dificultades en la movilidad, problemas de higiene y riesgos sanitarios derivados de la manipulación de alimentos en condiciones poco seguras (Ruiz & Fernández, 2021). A estos factores se suman impactos ambientales relacionados con la acumulación de desechos sólidos, que intensifican la problemática del sector.

El déficit de equipamientos comerciales no afecta únicamente al barrio Miraflores, sino que repercute en la red de mercados de la ciudad. La ausencia de un centro de abastecimiento formal en este sector genera sobrecarga en otros equipamientos municipales, provocando un desequilibrio en la distribución territorial de espacios destinados al comercio y limitando la cobertura equitativa de servicios urbanos básicos (Maldonado & Herrera, 2022).

Al carecer de un mercado municipal, esta población depende en gran medida de redes informales de comercio o debe trasladarse a otros sectores de la ciudad para satisfacer sus necesidades de abastecimiento, lo que incrementa los costos de tiempo y transporte

La problemática descrita trasciende el aspecto físico del espacio urbano, ya que también tiene repercusiones sociales y económicas. La precariedad en las condiciones de trabajo de los comerciantes informales afecta su seguridad y limita las posibilidades de desarrollo económico formal. Paralelamente, los habitantes del barrio experimentan una disminución en su calidad de vida al no contar con un equipamiento adecuado que garantice un uso ordenado y seguro del espacio público.

En este contexto, el barrio Miraflores evidencia un proceso de deterioro progresivo del espacio urbano, acompañado de un déficit en la planificación territorial y una afectación directa a la dinámica social y económica de la comunidad. La ausencia de un mercado municipal se constituye, por tanto, en un problema estructural que incide en la movilidad, la salubridad, el ordenamiento urbano y la equidad en el acceso a servicios de abastecimiento, lo que justifica la necesidad de analizar y atender esta situación.

1.3 Justificación

La ausencia de un mercado municipal en el barrio Miraflores, en la ciudad de Cuenca, ha generado diversas problemáticas urbanas, sociales y económicas que afectan directamente a la comunidad. Esta carencia ha propiciado la proliferación del comercio informal en calles y aceras, especialmente en sectores como las Bodegas del Juri y la avenida Miraflores, ocasionando congestión vehicular, deterioro del paisaje urbano y conflictos por el uso inadecuado del espacio público (Pérez & Gómez, 2020).

Según el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC, 2022), Cuenca cuenta con una población de 603.269 habitantes. Se estima que el barrio Miraflores concentra entre el 1 % y el 2 % de la población urbana, equivalente a 6.000–12.000 habitantes. A pesar de este crecimiento, el sector carece de un equipamiento formal de abastecimiento que garantice condiciones de higiene, seguridad y accesibilidad. La falta de infraestructura adecuada ha incrementado la dependencia del comercio informal, limitando el acceso a productos frescos y generando impactos negativos en la calidad de vida.

El GAD Municipal de Cuenca (2023) reconoce que el comercio informal constituye uno de los principales desafíos urbanos, al afectar la movilidad, la imagen de la ciudad y la equidad en el uso del espacio público. Esta situación refleja la necesidad de equipamientos que canalicen de manera ordenada la actividad comercial y fortalezcan la economía local. Además, las proyecciones de crecimiento urbano señalan una expansión sostenida hacia el norte de la ciudad, con una tasa estimada del 2,5 % anual, lo que refuerza la pertinencia de implementar un mercado municipal en Miraflores.

La creación de un mercado municipal en Miraflores contribuiría a ordenar la actividad comercial, promover un desarrollo urbano sostenible y mejorar la calidad de vida de la población. Un diseño arquitectónico funcional y sostenible permitiría optimizar la eficiencia energética, reducir la huella ambiental del proyecto y garantizar condiciones adecuadas de higiene y seguridad (Fernández & Ríos, 2019). Además, favorecería la integración social y económica de los comerciantes, impulsando el desarrollo local y fortaleciendo la identidad del barrio (Rodríguez & Peña, 2021)

Asimismo, se busca fomentar la integración social mediante espacios públicos multifuncionales que fortalezcan la identidad barrial y la cohesión comunitaria. La participación ciudadana en el diseño y futura gestión del mercado garantizará la sostenibilidad social del proyecto, alineándose con los principios de desarrollo urbano sostenible y participación comunitaria propuestos por la CEPAL (2020).

En síntesis, la creación de un mercado municipal en Miraflores se justifica como una intervención estratégica para mejorar la calidad de vida de los habitantes, promover la equidad territorial y fortalecer la resiliencia urbana de Cuenca. Este equipamiento se proyecta como un modelo replicable para otros barrios de la ciudad que enfrentan problemáticas similares de informalidad, déficit de infraestructura y deterioro del espacio público.

1.3.1 Delimitación de la zona de estudio

El proyecto se emplaza en el sector de Miraflores, ubicado en la ciudad de Cuenca, un área de crecimiento urbano que ha experimentado una expansión residencial y comercial significativa en los últimos años, con las coordenadas - 2.880553,-78.997210 (Figura ,2) delimitado por 4 calles: La calle Antonio Neumane (Vía vehicular de alta importancia comercial) la Calle Del Acordeón (Vía vehicular de un solo sentido) la Av. Miraflores (Vía vehicular de alta importancia comercial) y Av. Turuhuayco (Vía en doble sentido que conecta con la Av. De las Américas)

El sitio seleccionado para el mercado municipal se encuentra en un terreno que ofrece características urbanas favorables, especialmente en cuanto a su conectividad con el sistema vial de la zona. Su cercanía a vías principales y secundarias garantiza un acceso fluido tanto para peatones como para vehículos particulares, unidades de carga, transporte público y servicios municipales, lo cual resulta fundamental para el adecuado funcionamiento logístico del equipamiento propuesto.

Esta ubicación estratégica responde, además, a la necesidad de ordenar la creciente actividad comercial informal que actualmente se desarrolla en el entorno inmediato, afectando el uso del espacio público y la movilidad urbana. El proyecto considera también el crecimiento demográfico proyectado para el sector, proponiendo una infraestructura capaz de adaptarse a nuevas demandas en el tiempo. Se plantea, por tanto, un mercado flexible, funcional y escalable, que no solo atienda las condiciones actuales, sino que se proyecte como un equipamiento urbano de referencia a largo plazo. La intención es que el mercado se convierta en un punto articulador del tejido social y comercial del barrio, integrando espacios de venta formal, áreas de encuentro comunitario y servicios complementarios, en concordancia con los principios de sostenibilidad y desarrollo urbano equilibrado.

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo General

- Diseñar una propuesta arquitectónica para un mercado municipal en el barrio Miraflores, mediante criterios de funcionalidad y contextualidad urbana, con el fin de mejorar el ordenamiento del comercio, fortalecer la cohesión social y dinamizar la economía local.

1.4.2 Objetivos Específicos

- Investigar conceptos teóricos de mercados municipales y la reutilización de espacios urbanos, para identificar soluciones aplicables al contexto.
- Examinar el sitio, evaluando su estructura urbana, necesidades sociales y comerciales, así como los espacios para determinar su relación con el contexto del mercado.
- Proponer un diseño arquitectónico para el mercado municipal que optimice el uso del espacio, fomente la interacción social, y contribuya al fortalecimiento económico y urbano del barrio Miraflores.

1.5 Metodología

El presente estudio se desarrolla bajo un enfoque mixto, combinando métodos cualitativos y cuantitativos, con el fin de abordar de manera integral la problemática del mercado municipal en el barrio Miraflores.

- **Método cualitativo:** Permite comprender la interacción del mercado con la dinámica urbana, social y cultural del barrio. Este enfoque se centra en la observación, la interpretación de experiencias de los usuarios y comerciantes, y el análisis de la integración del mercado en el tejido urbano. Se emplean técnicas como encuestas y análisis de casos de estudio.
- **Método cuantitativo:** Se orienta al análisis de datos medibles sobre la funcionalidad, la movilidad, la ocupación de los espacios y la infraestructura. Se realizan levantamientos y mediciones espaciales para obtener información sobre flujos peatonales y vehiculares, capacidad de los puestos y accesibilidad.

Se adopta un diseño descriptivo y exploratorio, útil en problemáticas urbanas donde confluyen factores físicos, sociales y económicos, y permite generar recomendaciones basadas en evidencia para el diseño del mercado.

1.5.1 Etapa 1: Fundamentos Teóricos

La investigación se sustenta en una revisión bibliográfica y normativa, que proporciona un marco conceptual sobre la relevancia de los mercados en la organización social y económica de las ciudades (Borja & Muxí, 2003). Se incluyen estudios sobre arquitectura de mercados, planificación urbana y el papel del espacio público en la vida cotidiana.

Se realizan análisis de casos de estudio nacionales e internacionales, para identificar buenas prácticas de diseño, integración urbana y sostenibilidad:

- **Caso nacional - Mercado 12 de abril (Cuenca):** combina tradición y modernidad mediante estrategias de accesibilidad, ventilación y organización funcional, con un impacto positivo en el comercio local.
- **Caso internacional:** destaca por su integración con el tejido urbano mediante plazas peatonales, apertura de toda la fachada que permite conectividad con el entorno y participación activa de la comunidad, promoviendo accesibilidad y dinamismo urbano.

Paralelamente, se revisa la normativa vigente regulada por la Dirección General de Mercados y Comercio Autónomo de Cuenca, que establece lineamientos de planificación, concesión de puestos y gestión administrativa para garantizar servicios seguros, inclusivos y ordenados (Municipalidad de Cuenca, 2023).

Herramientas utilizadas:

- Revisión bibliográfica y análisis documental.
- Observación directa en mercados existente.

1.5.2 Etapa 2: Diagnóstico Multicriterio

En esta fase se busca identificar oportunidades y limitaciones del proyecto a través de un diagnóstico integral. Se consideran:

- **Contexto urbano y normativo:** análisis de edificaciones, usos del suelo y regulaciones locales.
- **Infraestructura y servicios:** disponibilidad y capacidad de los sistemas básicos.
- **Movilidad y accesibilidad:** integración del sector con la red de transporte público, accesibilidad peatonal y seguridad vial.

Herramientas utilizadas:

- Encuestas estructuradas y abiertas a comerciantes y vecinos, con preguntas de opción múltiple y abiertas, abordando:
 - a. Infraestructura y servicios actuales.
 - b. Uso de espacios y flujos peatonales.
 - c. Percepción sobre seguridad y confort.
 - d. Preferencias para la organización del mercado.
- Observación directa de circulación, ocupación de espacio y condiciones urbanas
- Mapeo urbano y análisis espacial mediante software CAD para identificar flujos peatonales y vehiculares
- Matrices multicriterio para ponderar aspectos urbanos, sociales y económicos y priorizar intervenciones.

1.5.3 Etapa 3: Diseño Arquitectónico

El proceso proyectual se estructura en cuatro fases:

- **Programa arquitectónico:** definición de requerimientos funcionales a partir de necesidades ciudadanas, medidas mínimas, circulaciones, considerando convivencia, inclusión y respeto al contexto urbano.
- **Diseño conceptual y planos preliminares:** organización de espacios en sectores de venta, patios de comida y áreas de interacción, priorizando la circulación fluida y el confort ambiental.
- **Planos arquitectónicos:** representación gráfica detallada del emplazamiento, elevaciones, secciones y circulaciones.
- **Perspectivas y renders:** visualizaciones que muestran la integración armónica del mercado con el barrio Miraflores, respetando la escala, la estética local y la sostenibilidad urbana.

Herramientas utilizadas:

- Software de diseño arquitectónico (AutoCAD, Revit, Archicad, Twinmotion).

- Modelos físicos y digitales para evaluar circulación, accesibilidad y confort ambiental.
- Presentaciones de perspectivas y renders para retroalimentación comunitaria y validación del diseño.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1 Reseña histórica

2.1.1 Los primeros mercados en la historia.

El intercambio comercial es una de las prácticas más antiguas en la organización social, y los mercados han constituido espacios fundamentales para el desarrollo económico y cultural de las civilizaciones. Desde la antigüedad, estos lugares no solo fueron centros de compra y venta, sino también escenarios de encuentro, negociación, socialización y transmisión cultural. Según Braudel (1984), la historia de los mercados refleja la evolución de las ciudades, pues su consolidación permitió la especialización del trabajo y la estructuración de redes de abastecimiento. De este modo, los primeros mercados pueden entenderse como instituciones económicas y sociales que marcaron el inicio de la vida urbana organizada.

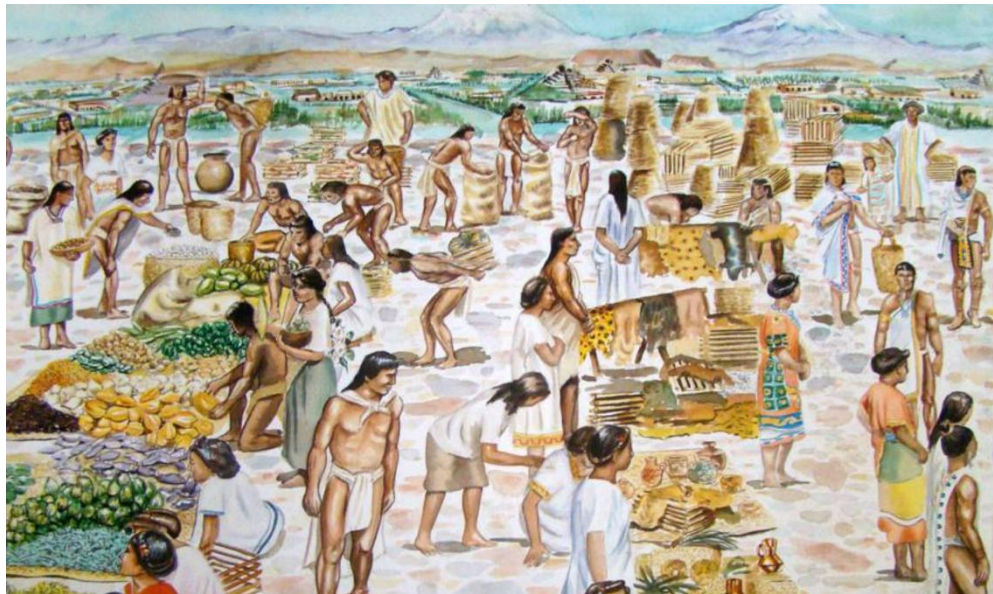


Figura 1: El comercio en la antigüedad

Fuente: Supercurioso (2019)

A lo largo de la historia, los mercados fueron adaptándose a las necesidades de cada época. En las civilizaciones antiguas, se trataba principalmente de espacios abiertos donde predominaban el trueque y la regulación básica de productos, mientras que en etapas posteriores se introdujeron formas más complejas de administración y control. Como señalan Pirenne (1992) y Polanyi (1976), estas instituciones evolucionaron desde prácticas locales hasta convertirse en nodos estratégicos de comercio regional e internacional, contribuyendo a la formación de estructuras políticas y jurídicas más estables.

2.1.2 El Ágora en Grecia y el Foro Romano.

El ágora griega representó uno de los primeros espacios urbanos multifuncionales en la historia. En ella se integraban las actividades comerciales con la vida política, religiosa y cultural de la Polis. Según Camp (1986), el ágora era un lugar abierto, rodeado de pórticos y edificios públicos, donde los ciudadanos intercambiaban bienes, discutían asuntos cívicos y participaban en ceremonias religiosas. Esta concepción de mercado-plaza no solo permitía el abastecimiento cotidiano, sino que consolidaba la identidad de la ciudad como comunidad cohesionada alrededor de un espacio común.

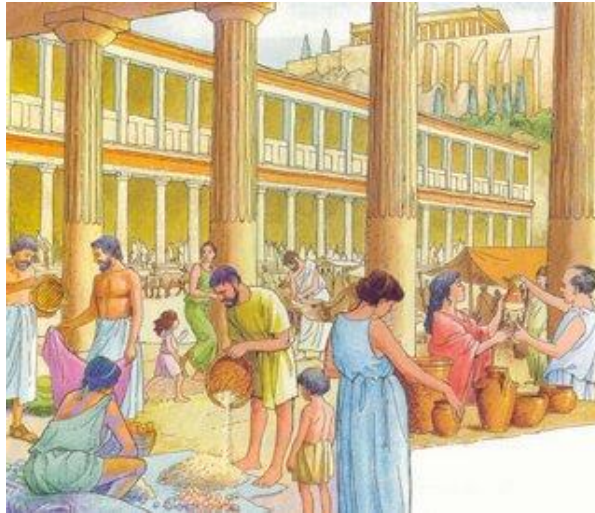


Figura 2: Comercio en el Ágora griega
Fuente: Cultura griega (1970)

De manera paralela, el foro romano adoptó un modelo similar, aunque con mayor complejidad administrativa y simbólica. En Roma, el foro fue un espacio central que albergaba tanto transacciones comerciales como actividades jurídicas, religiosas y políticas. Como destaca Russell (2015), su configuración arquitectónica con basílicas, templos y curias reforzó la idea de un centro neurálgico donde convergía la vida pública. La disposición espacial y la regulación de los intercambios permitieron que el foro fuera también un instrumento de control del poder y de legitimación del Estado.

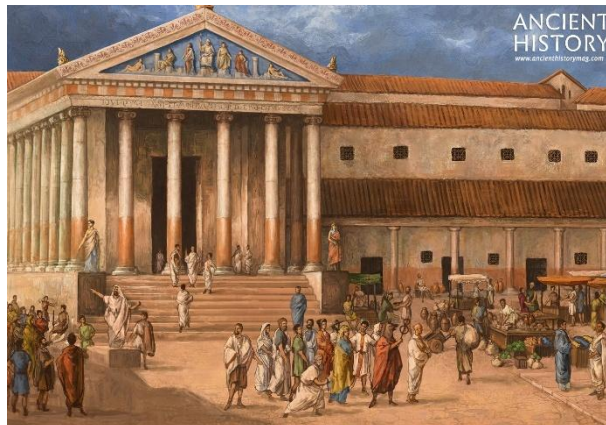


Figura 3: Comercio en el foro romano
Fuente: Enciclopedia de la Historia del Mundo (2018)

Tanto el ágora como el foro establecieron precedentes fundamentales para el urbanismo y la gestión de mercados posteriores. Estos espacios demostraron que el comercio no puede entenderse de manera aislada, sino en conexión con las dimensiones sociales, culturales y políticas de la ciudad. Su legado es visible en la tradición europea de las plazas mayores y mercados municipales, que hasta hoy continúan funcionando como espacios de encuentro ciudadano y como motores de la vida urbana (Guardia, 2015).

2.1.3 Ferias y mercados medievales como centros de vida urbana

En la Edad Media, los mercados y ferias adquirieron un papel central en el renacimiento de la vida urbana europea. Tras un período de crisis en los siglos anteriores, las ciudades recuperaron dinamismo gracias a la organización de ferias periódicas y mercados locales, que se convirtieron en nodos esenciales para el comercio regional. Pirenne (1992) subraya que el auge del comercio medieval fue clave en el resurgimiento de las ciudades, pues permitió articular a productores rurales con mercaderes y consumidores urbanos

Las ferias de Champaña, en Francia, son uno de los ejemplos más destacados de esta etapa. Como señalan Edwards y Ogilvie (2012), se trataba de eventos organizados en diferentes ciudades de forma rotativa, donde se establecían normas claras de seguridad, contratos comerciales y mecanismos de resolución de disputas. Estos espacios permitieron el comercio a larga distancia y la integración económica entre el norte de Europa y el Mediterráneo, consolidando una red mercantil de gran alcance.



Figura 4: Ferias de Champaña
Fuente: Wikipedia (2025)

Además de su función económica, los mercados medievales eran centros de vida social y cultural. En ellos se organizaban celebraciones, se difundían noticias y se fortalecían los gremios de artesanos y comerciantes. Según Braudel (1984), los mercados medievales no solo abastecían de bienes a la población, sino que también estructuraban la vida comunitaria al convertirse en lugares de encuentro y sociabilidad. Esta multifuncionalidad los convierte en antecedentes directos de los mercados municipales contemporáneos, donde lo comercial se entrelaza con lo social y lo cultural

2.1.4 Mercados renacentistas y de la ilustración: surgimiento de mercados cubiertos

Con el Renacimiento y la Ilustración, los mercados comenzaron a experimentar una transformación vinculada a nuevas concepciones urbanísticas y sanitarias. En esta época surgieron los primeros intentos de organizar los espacios de intercambio bajo estructuras cubiertas, con el fin de proteger a los comerciantes y consumidores de las inclemencias climáticas y mejorar las condiciones de higiene. Guardia Bassols (2015) indica que los mercados cubiertos reflejaron la transición hacia una modernidad urbana, en la que la administración municipal asumió un mayor control sobre el abastecimiento.

Durante los siglos XVIII y XIX, en el marco del movimiento higienista, los mercados cubiertos se consolidaron como instituciones fundamentales para garantizar la salubridad pública. Ejemplos como el Oxford Covered Market en Inglaterra (1774) o los pabellones de hierro y vidrio de Les Halles en París (siglo XIX) muestran cómo la arquitectura incorporó materiales y tecnologías innovadoras para mejorar la ventilación, el saneamiento y la organización de los puestos (La Universidad de Barcelona, s. f.). Estos cambios respondían a una creciente preocupación por la salud y el orden urbano en ciudades cada vez más pobladas.

2.2 Evolución de los mercados municipales

2.2.1 Del mercado abierto a los mercados cubiertos.

Durante gran parte de la Edad Media y hasta bien entrado el Renacimiento, los mercados municipales funcionaban en espacios abiertos, generalmente en plazas centrales. Este modelo se consolidó en las plazas mayores europeas, que se convirtieron en puntos de abastecimiento y en escenarios de la vida pública. Como señala Braudel (1984), la plaza-mercado articulaba el comercio con las celebraciones religiosas y civiles, lo que reforzaba la centralidad del mercado en la estructura urbana. Sin embargo, este modelo enfrentaba limitaciones relacionadas con la higiene, el desorden espacial y la falta de protección frente a las condiciones climáticas.

La transición hacia los mercados cubiertos surge en el siglo XVI y se consolida a lo largo del XVIII y XIX, como una respuesta a los retos de salubridad y organización. Guardia Bassols (2015) explica que las primeras infraestructuras cubiertas fueron promovidas por los municipios con el fin de garantizar el control sanitario de los alimentos y ordenar el espacio comercial. Ejemplos como el Covent Garden de Londres (1631) o el Oxford Covered Market (1774) ilustran este cambio, en el que la arquitectura comenzó a jugar un papel crucial en la gestión del abastecimiento.



Figura 5: Interior del mercado cubierto Oxford Covered Market
Fuente: Mercado cubierto de Oxford – Gort Scott (2025)

2.2.2 Los mercados en la revolución industrial.

Con la Revolución Industrial en los siglos XVIII y XIX, el crecimiento demográfico y la expansión de las ciudades aceleraron la necesidad de infraestructuras comerciales más eficientes. Los mercados tradicionales resultaban insuficientes para abastecer a una población en rápido aumento. Según Stobart (2011), el incremento de la producción agrícola y la mejora de las redes de transporte facilitaron la llegada de alimentos frescos a las urbes, lo que impulsó la construcción de grandes mercados centrales.

En este contexto, surgieron los mercados de hierro y vidrio, como Les Halles de París (diseñados por Victor Baltard en 1850) y el Mercado Central de Valencia (1914–1928), que se convirtieron en referentes de arquitectura funcional y monumentalidad. Estos edificios respondían a las preocupaciones higienistas de la época, introduciendo amplios espacios de ventilación, iluminación natural y sistemas de saneamiento. Como apunta Ramos López (2020), la arquitectura del hierro permitió levantar estructuras de gran escala que, además de su función utilitaria, transmitían un mensaje de progreso y modernidad.



Figura 6: Interior del Mercado Central de Valencia
Fuente: NoticiasWeb, (2021)

2.2.3 Modernización y surgimiento de supermercados

A mediados del siglo XX, los mercados municipales comenzaron a enfrentar un cambio profundo con el surgimiento de los supermercados. Estos nuevos formatos introdujeron innovaciones en el autoservicio, la estandarización de productos y la logística de distribución. Según Beltrán (2007), el supermercado se expandió rápidamente en Estados Unidos y Europa gracias al modelo de autoservicio, que reducía costos de personal y ofrecía comodidad al consumidor.



Figura 7: Supermercado en el siglo XX

Fuente: Euronews, (2023)

El impacto de los supermercados en las ciudades occidentales fue significativo, pues desplazaron progresivamente a los mercados tradicionales como principales centros de abastecimiento. Sin embargo, más que desaparecer, muchos mercados municipales entraron en un proceso de modernización para adaptarse al nuevo contexto. Como sostiene Morales (2016), en países europeos como España y Francia se emprendieron proyectos de rehabilitación de mercados históricos, combinando tradición con innovación, y reorientándolos hacia el turismo, la gastronomía y el consumo cultural.

Hoy en día, los mercados municipales coexisten con supermercados e hipermercados, cumpliendo funciones complementarias. Mientras los supermercados priorizan la eficiencia logística y el consumo masivo, los mercados municipales se posicionan como espacios de identidad cultural, comercio local y sostenibilidad alimentaria. Este proceso refleja una transformación en el que los mercados, lejos de desaparecer, se reinventan como espacios híbridos entre lo comercial, lo social y lo cultural.

2.3 Mercados en el contexto latinoamericano

2.3.1 Plazas coloniales como nodos comerciales

Durante la época colonial, las plazas mayores en América Latina cumplieron un rol central como nodos comerciales y cívicos. Inspiradas en el modelo de las plazas españolas renacentistas, estas configuraciones urbanas articularon la vida política, religiosa y mercantil en un solo espacio. Como indica Hardoy (1992), las ciudades fundadas bajo las Leyes de Indias tenían como núcleo la plaza mayor, en torno a la cual se ubicaban los principales edificios civiles y religiosos, mientras que el comercio se desarrollaba de forma espontánea con vendedores ambulantes, tenderos y ferias periódicas.

En este contexto, las plazas coloniales no eran únicamente espacios de intercambio económico, sino también de control social y de representación del poder imperial. Según Mumford (1991), la plaza se convirtió en escenario de manifestaciones colectivas, rituales religiosos y actos oficiales, lo que reforzaba su carácter multifuncional. En ciudades como México, Quito o Lima, las plazas fueron el punto de llegada de productos agrícolas de las haciendas cercanas, así como de mercancías importadas de Europa y Asia.

2.3.2 Mercados populares en el siglo XIX Y XX

Durante los siglos XIX y XX, con la consolidación de los Estados nacionales, se impulsó la construcción de mercados municipales como parte de los proyectos de modernización urbana. Estos nuevos equipamientos buscaban reemplazar la informalidad de las plazas abiertas por espacios ordenados y con mayor control sanitario. Según Almandoz (2002), el mercado se convirtió en un símbolo de progreso urbano en ciudades latinoamericanas como Buenos Aires, Ciudad de México y Santiago de Chile, donde se erigieron grandes edificios de hierro y vidrio siguiendo el modelo europeo.

A pesar de estas iniciativas, la tradición de los mercados populares se mantuvo muy presente. En ciudades intermedias y rurales, los mercados funcionaban como el principal canal de abastecimiento de alimentos, integrando a productores campesinos y comerciantes urbanos. Estos espacios reforzaron la relación entre campo y ciudad, convirtiéndose en articuladores de la economía local. Como señala González (2010), el mercado popular latinoamericano no solo era un lugar de compra y venta, sino también un espacio de intercambio cultural, donde se transmitían saberes culinarios, prácticas agrícolas y relaciones comunitarias.

En la segunda mitad del siglo XX, la expansión de supermercados en las grandes urbes latinoamericanas generó un proceso de competencia desigual con los mercados municipales. No obstante, en muchos casos estos últimos se reinventaron mediante la especialización en productos frescos, tradicionales y de proximidad, preservando así su relevancia social y cultural frente a la creciente homogenización del consumo

2.3.3 Tendencias contemporáneas en América Latina

En la actualidad, los mercados latinoamericanos experimentan un proceso de transformación dual: por un lado, enfrentan el desafío de modernizar sus infraestructuras y servicios; por otro, buscan mantener su carácter identitario y cultural. Proyectos de rehabilitación, como los realizados en el Mercado de San Juan en Ciudad de México o el Mercado Central de Santiago, han combinado criterios de conservación patrimonial con innovaciones en higiene, logística y atracción turística (Morales, 2016).



Figura 8: Mercado Central de Santiago
Fuente: Gastro Marca Iberoamérica (2012)

Asimismo, se observa una creciente vinculación de los mercados con el turismo gastronómico y cultural. La Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO, 2018) resalta el papel de los mercados en la promoción de circuitos cortos de comercialización y en la seguridad alimentaria, fomentando el consumo de productos locales y reduciendo la dependencia de cadenas de distribución masivas.

2.4 Mercados en el Ecuador y en Cuenca

2.4.1 Primeras plazas y ferias coloniales

En el Ecuador colonial, las plazas mayores desempeñaron un papel similar al de otras ciudades latinoamericanas. En Quito, Cuenca y Loja, las plazas principales no solo eran el centro político y religioso, sino también espacios de comercio donde se realizaban ferias de productos agrícolas y artesanales. Según Ayala Mora (2011), estas plazas se convirtieron en escenarios de interacción entre poblaciones indígenas, mestizas y criollas, configurando un sistema de abastecimiento urbano que respondía tanto a la producción local como a la inserción en redes comerciales regionales.



Figura 9: Plaza San Francisco año 1903
Fuente: Andrew Howe (2022)

En Cuenca, fundada en 1557, la plaza mayor (actual parque Calderón) fue durante los primeros siglos el lugar de concentración de intercambios comerciales. Allí se vendían productos traídos de los valles circundantes, textiles, ganado y mercancías importadas. Estos espacios abiertos representaban una continuidad de la tradición prehispánica de los tianguis y ferias indígenas, ahora reorganizada bajo la lógica colonial.

La centralidad de estas plazas como mercados persistió hasta el siglo XIX, cuando los municipios comenzaron a planificar espacios más especializados para el comercio de alimentos y bienes de consumo. Este cambio respondió a las necesidades de salubridad y orden propias de la modernidad urbana.

2.4.2 Mercados tradicionales en Cuenca

A lo largo del siglo XX, Cuenca consolidó una red de mercados municipales que hasta la actualidad constituyen referentes de abastecimiento y vida urbana. Entre ellos destacan el Mercado 10 de agosto, inaugurado en 1950, que se convirtió en el principal centro de distribución de la ciudad, y el Mercado 9 de octubre, conocido por su diversidad de productos frescos. Asimismo, el Mercado de San Francisco se especializó en comercio textil y artesanal, mientras que el Mercado 27 de febrero atendió a la creciente población en expansión hacia el sur de la ciudad (Illescas, 2010).

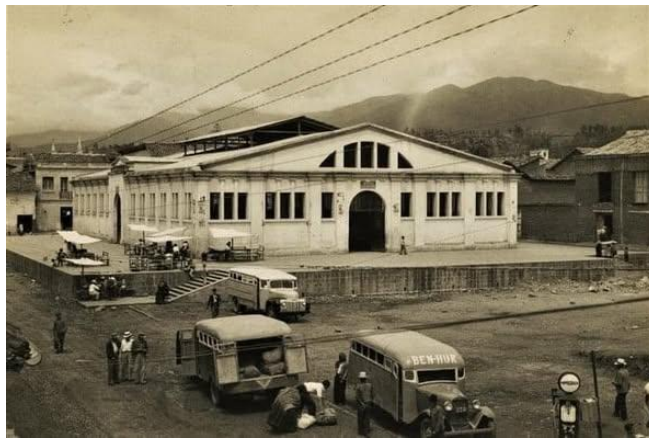


Figura 10: Mercado 9 de Octubre año 1943
Fuente: Historia y personajes de Cuenca (2024)

Estos mercados no solo cumplen una función comercial, sino también cultural y social. En ellos se transmiten prácticas culinarias tradicionales, como la preparación de horneado, mote pillo o tamales, que forman parte de la identidad gastronómica de Cuenca. Además, son espacios donde conviven distintos estratos sociales, reforzando la cohesión comunitaria y la vida barrial.

Sin embargo, los mercados tradicionales también enfrentan desafíos relacionados con la informalidad, la competencia de supermercados y la necesidad de modernizar su infraestructura. Estos aspectos han impulsado proyectos de intervención municipal orientados a mejorar la higiene, accesibilidad y seguridad, sin perder la esencia cultural que caracteriza a los mercados cuencanos.

2.4.3 Procesos de transformación y modernización reciente

En las últimas décadas, el Municipio de Cuenca ha desarrollado proyectos de rehabilitación y modernización de los mercados, con el objetivo de mejorar sus condiciones físicas y reforzar su papel como centros de abastecimiento. Intervenciones en el Mercado 10 de agosto y el Mercado 9 de octubre han incorporado mejoras en infraestructura sanitaria, ventilación, accesibilidad universal y áreas de parqueo (GAD Municipal de Cuenca, 2020).



Figura 11 y 12: Intervención de rehabilitación del mercado 9 de octubre
Fuente: PROYECTOS (2009)

Estos procesos responden a políticas nacionales y locales orientadas a garantizar la seguridad alimentaria, la formalización del comercio y la preservación del patrimonio cultural inmaterial. Según el Ministerio de Cultura y Patrimonio del Ecuador (2019), los mercados cuencanos forman parte del inventario de bienes culturales, debido a su relevancia en la transmisión de prácticas sociales y gastronómicas.

La modernización de los mercados en Cuenca también busca articularlos con tendencias globales, como el turismo cultural y gastronómico. Así, los mercados no solo abastecen a la población, sino que también se convierten en atractivos turísticos, contribuyendo a la economía local y a la proyección internacional de la ciudad como destino cultural.

2.5 Mercado municipal como equipamiento: necesidades y requerimientos

2.5.1 Definiciones

a. Mercado municipal

El mercado municipal se define como un espacio público regulado por gobiernos locales destinado al abastecimiento de productos de primera necesidad, principalmente alimentos frescos, que responde a un modelo histórico de organización urbana. Según Díaz (2018), los mercados municipales no solo cumplen funciones comerciales, sino también de integración social, cultural y económica, al constituirse como nodos de encuentro comunitario. En América Latina, este tipo de equipamiento urbano ha mantenido una relevancia estratégica frente al crecimiento de supermercados, debido a su proximidad con la ciudadanía y a la preservación de circuitos cortos de comercialización (INEC, 2021).

b. Espacio público

El espacio público se entiende como todo lugar accesible a la ciudadanía que permite la interacción social, el intercambio cultural y el ejercicio de derechos ciudadanos (Borja, 2003). Se caracteriza por su vocación colectiva y su función de cohesión, puesto que fomenta la convivencia entre distintos grupos sociales. Dentro de este marco, los mercados municipales son considerados espacios públicos de uso especializado, ya que, además de su función comercial, garantizan la apropiación social y cultural de un territorio (Gehl, 2010).

c. Equipamiento urbano

El equipamiento urbano es el conjunto de infraestructuras, espacios y servicios que permiten la satisfacción de necesidades colectivas en un territorio, entre ellos salud, educación, recreación, y comercio (Chacón, 2015). Los mercados municipales forman parte del equipamiento urbano de tipo comercial, debido a que garantizan la provisión de alimentos y productos básicos para la población. Su localización estratégica y diseño funcional influyen directamente en la dinámica urbana y en la accesibilidad de los ciudadanos.

Según el Banco Interamericano de Desarrollo (BID, 2019), los equipamientos urbanos deben responder a criterios de sostenibilidad, accesibilidad e inclusión. En este sentido, los mercados son vitales para asegurar una ciudad equitativa y resiliente, ya que contribuyen a reducir desigualdades de acceso a alimentos, fortaleciendo además las economías locales

d. Cohesión social y dinamización económica

La cohesión social se refiere al grado de integración y solidaridad entre individuos y comunidades, mientras que la dinamización económica alude a la capacidad de generar actividad económica sostenible a nivel local (Putnam, 2000). Los mercados municipales son espacios donde ambas dimensiones se cruzan, ya que no solo permiten el intercambio económico, sino que también construyen identidades colectivas y fortalecen redes de confianza.

Diversos estudios en América Latina (CEPAL, 2020) han demostrado que los mercados tradicionales generan empleo directo e indirecto, favorecen la economía familiar y sostienen cadenas de producción locales. En ciudades como Cuenca, Quito y México DF, los mercados se convierten en núcleos de cohesión social, pues reflejan prácticas culturales, valores comunitarios y tradiciones gastronómicas que, a la vez, dinamizan la economía barrial y urbana.

2.5.2 Tipología de mercados

La tipología de los mercados puede organizarse atendiendo a distintos criterios, entre los que destacan su localización, las características de su estructura y el grado de comercialización que presentan (Hallon Rodríguez, 2015; Plazola Cisneros, 1990).

POR SU UBICACIÓN	POR SU ESTRUCTURA	POR SU NIVEL DE COMERCIALIZACIÓN
<ul style="list-style-type: none"> • Mercado de colonia o barrio • Mercados locales • Mercados regionales • Mercado Municipal • Mercado de zona • Mercados nacionales • Mercados internacionales 	<ul style="list-style-type: none"> • Mercado de compra • Mercado de venta 	<ul style="list-style-type: none"> • Mercado mayorista • Mercado minorista • Ferias libres • Mercado de especialidades • Mercado de alimentos • Mercado de acopio

Figura 13: Tipos de mercado
Fuente: Hallon Rodríguez, 2015

a. *Por su ubicación*

Los mercados pueden clasificarse según su escala territorial y radio de influencia. Entre ellos están:

Mercado de colonia y barrio

Los mercados de colonia y barrio son los más cercanos a la población residencial, atendiendo necesidades básicas diarias. Suelen ser pequeños, con una oferta limitada de productos frescos y bienes de primera necesidad (González, 2018). Estos mercados facilitan el acceso inmediato a alimentos y productos cotidianos, favoreciendo la interacción social entre vecinos y fortaleciendo la cohesión barrial.

Mercados locales

Los mercados locales tienen un radio de influencia mayor que los de barrio, atendiendo a toda una comunidad urbana o pequeñas ciudades. Suelen ofrecer una gama más amplia de productos, incluyendo frutas, verduras, carnes, abarrotos y artículos textiles (INEC, 2020). A diferencia de los mercados de barrio, cuentan con cierta regulación municipal y horarios de funcionamiento estandarizados.

Mercado municipal

El mercado municipal se ubica generalmente en el centro urbano y funciona como un eje estratégico de abastecimiento. Su localización central permite articular la oferta de productos para distintos barrios, garantizando equidad de acceso y control sanitario (Díaz, 2018).

Mercado de zona

El mercado de zona atiende a un conjunto de barrios o sectores de la ciudad, actuando como intermediario entre los mercados locales y el mercado municipal. Su tamaño es intermedio y su oferta más diversificada, incorporando alimentos frescos, textiles, utensilios y productos de consumo masivo (Silva, 2017).

Mercados nacionales

Los mercados nacionales son centros de abastecimiento de alcance nacional, concentrando productos provenientes de distintas regiones del país. Son principalmente mayoristas y requieren infraestructura logística avanzada, incluyendo transporte, almacenamiento y control de calidad (Ramos López, 2020).

Mercados internacionales

Los mercados internacionales operan en la escala global, integrando comercio entre países y continentes. Suelen estar vinculados a puertos, aeropuertos y centros logísticos estratégicos, con estrictas regulaciones sanitarias y aduaneras (Altieri & Nicholls, 2020).

b. Clasificación por su estructura

Desde una perspectiva estructural, los mercados se dividen en mercados de compra y de venta. En los primeros, los consumidores son los principales protagonistas, mientras que en los segundos prima la oferta organizada por productores y comerciantes (Silva, 2017).

Mercado de compra

El mercado de compra se caracteriza porque el consumidor final es el actor principal en la dinámica comercial. Los compradores acceden a los productos y servicios para su consumo directo, y la oferta suele estar organizada para facilitar la elección y adquisición rápida (Silva, 2017). Este tipo de mercado es predominante en barrios y colonias, donde la proximidad y la conveniencia son factores determinantes para la frecuencia de compra.

Mercado de venta

En el mercado de venta, el productor o comerciante es el actor central, orientando la oferta hacia consumidores específicos o distribuidores minoristas. Este modelo es típico de mercados mayoristas o de acopio, donde los volúmenes de productos son grandes y los precios se negocian en función de cantidades (FAO, 2018).

c. Clasificación por su organización

Cada modalidad responde a necesidades distintas de organización urbana y económica, por lo que los municipios suelen diseñar normativas específicas para cada caso

Mercado mayorista

El mercado mayorista concentra grandes cantidades de productos destinados a redistribución a minoristas o industrias. Su funcionamiento requiere infraestructura para almacenamiento, transporte y control de calidad, además de normas claras para regular la comercialización (Ramos López, 2020).

Mercado minorista

El mercado minorista se enfoca en la venta directa al consumidor final, caracterizándose por su proximidad, flexibilidad y atención personalizada. Su importancia radica en satisfacer las necesidades inmediatas de la población y mantener la cohesión social en barrios y sectores urbanos (CEPAL, 2020).

Ferias libres

Las ferias libres son mercados temporales y móviles, donde productores y comerciantes instalan puestos por días específicos. Su organización es flexible, lo que permite adaptarse a la disponibilidad de productos y a la demanda de los consumidores (González, 2018).

Mercado de especialidades

Los mercados de especialidades están dedicados a productos específicos, como pescados, carnes, flores, artesanías o textiles. Su organización requiere conocimientos técnicos sobre conservación, exhibición y manipulación de los bienes (Chauca, 2019).

Mercado de alimentos

El mercado de alimentos concentra productos frescos como frutas, verduras, carnes, pescados y lácteos. Su organización incluye zonas de almacenamiento, refrigeración y venta diferenciadas, asegurando higiene y eficiencia (INEC, 2020).

Mercado de acopio

El mercado de acopio actúa como centro logístico, almacenando grandes volúmenes de productos antes de su distribución hacia minoristas o consumidores finales. Su funcionamiento requiere infraestructura de almacenamiento, transporte y gestión de inventarios (Ramos López, 2020).

2.5.3 Funciones de los mercados municipales

- Servir como espacios para las transacciones comerciales entre compradores y vendedores, especialmente de alimentos, ropa y artículos domésticos (Plazola Cisneros, 1990, p. 597).
- Ofrecer una solución arquitectónica que garantice un intercambio ordenado, higiénico, seguro y de bajo costo de productos básicos (Gómez, 2006, p. 22).
- Abastecer diariamente a la comunidad con los productos esenciales necesarios para su consumo (Taller de investigación y programación - FAUC, 2014).
- Localizarse próximos a zonas con alta densidad poblacional para atender eficientemente a la población (Gómez, 2006, p. 21).
- Asegurar que los proyectos de construcción, ampliación o remodelación de mercados sean autosostenibles en el tiempo (Gómez, 2006, p. 22).

2.5.4 Estructura y organización

a. Clasificación de los productos

La organización de los productos en un mercado municipal responde a criterios de higiene, conservación y funcionalidad, con el fin de facilitar la compra y garantizar el control sanitario.

Zona húmeda

Comprende la venta de productos frescos que requieren refrigeración o condiciones especiales de limpieza, como carnes, pescados y mariscos, donde el manejo de agua es constante.

Zona semi húmeda

Destinada a lácteos, embutidos y alimentos preparados, que necesitan conservación controlada pero no implican excesiva manipulación de agua.

Zona seca

Incluye abarrotos, granos, frutas, vestimenta, accesorios y tecnología, que no requieren condiciones especiales de humedad ni refrigeración.

b. Clasificación de los productos

De acuerdo con Hallon Rodríguez (2015), los puestos de venta pueden clasificarse atendiendo a tres criterios principales: las características de los productos que se ofrecen, la función que cumplen y la tipología que adoptan dentro del mercado.

SEGÚN CARACTERÍSTICAS DE LOS PRODUCTOS

- Abarrotos
- Hortalizas y
- Legumbres
- Carnes
- Aves
- Mariscos
- Lácteos
- Embutidos
- Frutas
- Entre otras

SEGÚN SU FUNCIÓN

- Puestos accidentales
- Puestos generales
- Puestos especialidades
- Puestos interiores
- Puestos exteriores

SEGÚN TIPOLOGÍA DE LOS PUESTOS

- Formal
- Informal 1
- Informal 2

Figura 14: Clasificación de los productos
Fuente: Hallon Rodríguez (2015)

Según las características de los productos

Dentro de esta clasificación se tiene productos como:

Abarrotes <ul style="list-style-type: none">• Arroz• Aceite• Fideos• entre otros	Hortalizas y legumbres <ul style="list-style-type: none">• Tomate• Cebolla• Zanahoria• entre otros	Frutas <ul style="list-style-type: none">• Melón• Durazno• Piña• entre otras	Carnes <ul style="list-style-type: none">• Res• Cerdo• Oveja• entre otras
Aves <ul style="list-style-type: none">• Gallina• Pato• Pavo• entre otros	Mariscos <ul style="list-style-type: none">• Camaron• Pescado• Concha• entre otros	Lácteos <ul style="list-style-type: none">• Huevos• Queso• Leche• entre otros	Embutidos <ul style="list-style-type: none">• Jamón• Salchichas• Mortadela• entre otros

Figura 15: Clasificación de los productos

Fuente: Gobierno autónomo descentralizado de Valencia (2021)

Según su función

- **Puestos sin clasificación específica:** se ubican de manera esporádica en los alrededores del mercado y no responden a una tipología definida de productos (Hallon Rodríguez, 2015).
- **Puestos generales:** agrupan la mayoría de los locales del mercado y se caracterizan por su proceso de venta o por la similitud en los empaques de los productos que reciben (Hallon Rodríguez, 2015).
- **Puestos especializados:** requieren espacios más amplios o un tratamiento diferenciado, como en el caso de mariscos y carnes (Hallon Rodríguez, 2015).
- **Puestos interiores:** necesitan un control más riguroso en cuanto a seguridad y calidad de los productos que ofrecen (Hallon Rodríguez, 2015).
- **Puestos exteriores:** responden a necesidades y características particulares del sector, y por su ubicación estratégica suelen tener un costo de alquiler más elevado (Hallon Rodríguez, 2015).

Según tipología de los puestos

- **Puestos formales:** corresponden a aquellos que fueron planificados desde el diseño inicial del mercado, por lo que cuentan con materiales más resistentes y espacios mejor adaptados a su función (Hallon Rodríguez, 2015).
- **Puestos informales tipo 1:** se ubican en las inmediaciones del mercado, sin haber sido contemplados en la planificación original, y permanecen expuestos a las condiciones climáticas (Hallon Rodríguez, 2015).

- **Puestos informales tipo 2:** son improvisados y de fácil retiro, como carretillas o vehículos, generalmente localizados en áreas de estacionamiento o en el perímetro de la zona de ventas (Hallon Rodríguez, 2015).

c. Zonas de un mercado

La organización de los mercados municipales exige una zonificación funcional que permita optimizar las actividades de comercialización, garantizar la higiene y facilitar la convivencia de distintos actores. Estas zonas responden a criterios de planeamiento urbano y normativas de orden sanitario, funcional y de seguridad (FAO, 2017; INEN, 2013).

Zona de ventas

Es el espacio central del mercado, compuesto por puestos organizados en secciones según la naturaleza de los productos, con el objetivo de facilitar la circulación de los usuarios y la experiencia de compra. La FAO (2017) señala que la segmentación de áreas de venta mejora la eficiencia comercial y el control sanitario.

Zona de carga y descarga

Diseñada para el abastecimiento de mercancías, esta zona debe garantizar accesos vehiculares diferenciados de las rutas peatonales, evitando congestión y riesgos. Según el RNE A.070 (Perú, 2015), se recomienda incorporar plataformas y circulaciones exclusivas para esta actividad.

Zona administrativa

Comprende los espacios para la gestión interna del mercado, tales como oficinas, salas de reuniones y atención a comerciantes. De acuerdo con el Ministerio de Producción (PRODUCE, 2018), estos ambientes fortalecen la gobernanza del mercado y la transparencia en su administración.

Zona de servicios sanitarios

Incluye baños y lavamanos públicos y privados con condiciones de accesibilidad universal. La OMS (2020) subraya que estas áreas son fundamentales para reducir riesgos de contaminación y garantizar la bioseguridad en mercados de alimentos

Zona de bodegas

Son espacios de almacenamiento temporal para productos e insumos, lo que reduce la saturación en áreas de ventas. Según la FAO (2017), contar con bodegas adecuadas favorece la conservación de productos perecederos y mejora la logística interna.

Zona de residuos o desechos

Área destinada a la recolección y clasificación de residuos orgánicos, inorgánicos y peligrosos. La normativa ecuatoriana INEN 2841 (2013) establece parámetros para la gestión diferenciada de desechos sólidos en instalaciones de uso público.

Zona de estacionamientos

Espacio destinado al parqueo de vehículos de usuarios, comerciantes y proveedores, planificado según la capacidad del mercado. De acuerdo con el PDOT de Cuenca (2019), la provisión de estacionamientos mejora la movilidad urbana y reduce la congestión en el entorno.

Zona de mantenimiento

Incluye talleres, depósitos y áreas técnicas destinadas a la reparación y limpieza de las instalaciones. Según la FAO (2017), una adecuada planificación de mantenimiento previene el deterioro de la infraestructura y garantiza la continuidad de las actividades comerciales.

Zona de emergencia

Comprende espacios de evacuación, puntos de encuentro y equipos de seguridad. El Código de Seguridad Humana NFPA 101 (2018) y la Secretaría de Gestión de Riesgos del Ecuador (2017) recomiendan la implementación de rutas señalizadas y accesibles para emergencias.

Zona de maquinas

Espacios técnicos que albergan instalaciones mecánicas, eléctricas y de ventilación. Según el RNE A.070 (Perú, 2015), estos ambientes deben cumplir con criterios de seguridad y accesibilidad para mantenimiento.

Zona de salud

Área destinada a servicios básicos de atención médica y primeros auxilios. De acuerdo con la OMS (2020), la inclusión de servicios de salud en mercados contribuye a la resiliencia de la infraestructura frente a emergencias sanitarias.

Zona de vigilancia

Espacio para el personal de seguridad y sistemas de monitoreo, que permite garantizar el orden interno. El PRODUCE (2018) recomienda implementar cámaras, controles de acceso y presencia activa de vigilancia en mercados municipales.

Zona de recreación

Sector destinado a áreas gastronómicas, culturales o de descanso que fomentan la interacción social. Según Gehl (2011), la inclusión de espacios de encuentro refuerza la función del mercado como nodo urbano y centro de vida comunitaria.

2.5.5 Usuarios de un mercado

El mercado funciona gracias a la interacción de distintos grupos de usuarios.

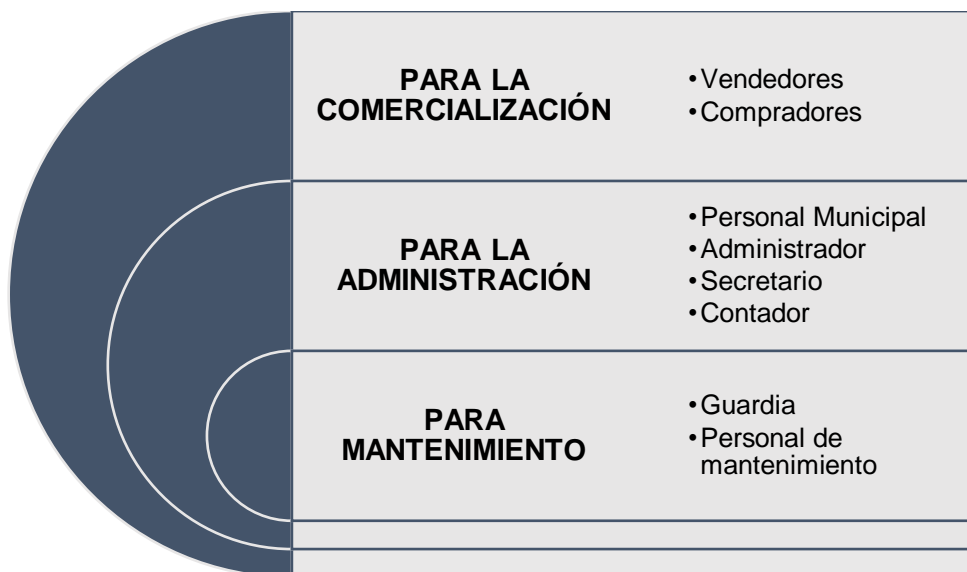


Figura 16: Usuarios de un mercado
Fuente: (Plazola Cisneros, 1990)

2.5.6 Mercado como espacio público

Los mercados no solo cumplen una función comercial, sino que constituyen espacios públicos que articulan dinámicas sociales, culturales y económicas en la ciudad. Según Jacobs (1961), los espacios urbanos vivos son aquellos que fomentan la interacción entre distintos actores, y los mercados se convierten en nodos que condensan diversidad social y vitalidad urbana.

a. El mercado como lugar de encuentro social

El mercado es un escenario de interacción cotidiana, donde se fortalecen redes comunitarias y se transmiten tradiciones. Gehl (2011) sostiene que los espacios urbanos que promueven la permanencia y el encuentro generan mayor cohesión social, y en este sentido, el mercado funciona como una “plaza cubierta” que da continuidad a la vida pública.

b. El mercado como articulador urbano

En términos de planificación, los mercados funcionan como nodos que estructuran la movilidad y organizan el territorio. Lynch (1960) resalta la importancia de la “centralidad” en los espacios urbanos, donde los mercados actúan como hitos reconocibles que ordenan la ciudad y sirven como puntos de referencia tanto espacial como cultural.

c. El mercado como espacio cultural

Además de su dimensión económica, los mercados preservan expresiones culturales a través de la gastronomía, las artesanías y las festividades locales. La UNESCO (2017) subraya que los mercados son espacios de salvaguardia del patrimonio inmaterial, al ser escenarios donde se transmiten saberes y prácticas tradicionales de generación en generación.

d. El mercado como espacio democrático

El acceso libre e inclusivo convierte al mercado en un espacio democrático, donde convergen distintos estratos sociales. De acuerdo con Borja y Muxí (2003), los mercados forman parte del “urbanismo ciudadano”, donde la mezcla social y la accesibilidad configuran lugares de igualdad y apropiación colectiva.

e. El mercado como infraestructura resiliente

Finalmente, los mercados pueden considerarse infraestructuras de resiliencia urbana, pues aseguran el abastecimiento alimentario y la sostenibilidad local. Según la FAO (2020), fortalecer los mercados como espacios públicos es clave para garantizar seguridad alimentaria, economías locales sólidas y ciudades más sostenibles frente a crisis sanitarias o ambientales.

2.5.7 Problemáticas de los mercados actuales

Los mercados municipales enfrentan múltiples desafíos derivados de la falta de planificación, mantenimiento y modernización. Estos problemas no solo afectan su funcionalidad, sino también su rol como espacios de cohesión social y abastecimiento urbano. Según Borja y Muxí (2003), el deterioro de los mercados se vincula directamente con la pérdida de calidad del espacio público y la reducción de su valor social y económico en las ciudades.

a. Insalubridad, inseguridad, desorden y comercio informal

Uno de los principales problemas es la insalubridad, derivada de la acumulación de residuos, la deficiencia en la infraestructura sanitaria y la falta de control higiénico en el manejo de alimentos. A ello se suman la inseguridad y el desorden por la ocupación irregular del espacio, mientras que el comercio informal prolifera en los alrededores generando competencia desleal con los puestos establecidos. De acuerdo con la FAO (2020), estas condiciones reducen la confianza del consumidor y afectan la sostenibilidad de los mercados.

b. Competencia frente a supermercados y centros comerciales

El crecimiento de supermercados y centros comerciales representa una fuerte competencia para los mercados tradicionales, al ofrecer condiciones de mayor comodidad, higiene, seguridad y accesibilidad. Como señalan Morales & Villaseñor (2018), este fenómeno ha provocado una reducción en la clientela de los mercados municipales, al asociarse estos últimos con menor calidad y desorganización, lo que obliga a repensar su gestión para mantener su vigencia en el contexto urbano contemporáneo.

c. Pérdida de valor urbano y deterioro social

La ausencia de inversión pública y la falta de programas de modernización ocasionan deterioro físico y funcional en los mercados, generando una pérdida de atractivo urbano. Este abandono disminuye la afluencia de usuarios y contribuye al debilitamiento del tejido social en los barrios donde los mercados se ubican. Según Jacobs (1961), la vitalidad urbana depende de la capacidad de los espacios de atraer y mantener actividades diversas, condición que los mercados en deterioro no logran cumplir, lo que repercute en la cohesión comunitaria.

d. Retos de modernización y sostenibilidad

Los mercados actuales enfrentan el desafío de adaptarse a nuevas demandas de consumo y sostenibilidad, lo que implica la incorporación de tecnologías de gestión, infraestructura moderna y criterios ambientales como la gestión eficiente de residuos, el ahorro energético y el abastecimiento responsable. De acuerdo con UN-Habitat (2020), la modernización de los mercados debe orientarse hacia modelos inclusivos y sostenibles, garantizando su rol como espacios resilientes de abastecimiento urbano y como nodos de cohesión social.

2.6 Normativa

La investigación se centra en el análisis de las normativas vigentes aplicables al diseño y funcionamiento de mercados. Para ello, se toma como referencia la información contenida en el PDOT y demás documentos emitidos por el GAD de Cuenca, que establecen criterios según el tipo de mercado y la población a la que atiende. Complementariamente, se consideran los lineamientos del INEN en relación con la infraestructura de mercados, que abordan aspectos como la localización, la distribución espacial, el manejo de desechos y los requerimientos de diseño. A su vez, la Norma Ecuatoriana de la Construcción (NEC) aporta directrices técnicas y estructurales que garantizan la seguridad y calidad de las edificaciones. Finalmente, se incorpora la revisión de la normativa peruana emitida por PRODUCE, que establece parámetros específicos para el diseño y operación de mercados minoristas, aportando una visión comparativa y enriquecedora para el presente estudio.

NORMATIVAS POR ANALIZAR		
ENTE REGULADOR	DESCRIPCIÓN	NACIONAL/INTERNACIONAL
GAD de Cuenca	Normativa de equipamientos de aprovisionamiento	Nacional
INEN	Requisitos relativos para la infraestructura de equipamiento de aprovisionamiento	Nacional
NEC	Recomendaciones estructurales para la edificación	Nacional
PRODUCE (PERÚ)	Normativo de diseño para un mercado minorista	Internacional

Tabla 1: Normativas a analizar

Fuente: Elaboración propia

2.6.1 Normativa de equipamiento de aprovisionamiento en Cuenca

Normativa de Equipamiento de Aprovisionamiento						
Nivel de servicio	Tipo	Radio de influencia	Población Base	Norma		Lote Mínimo
		(m)	(Hab)	m2/hab	m2/vlv	(Unidades)
Zonal	Mercado de Transferencia de Víveres	Todo el Cantón	Todo el Cantón			De acuerdo a estudios de detalle
	Centro de Faenamiento	Regional	Todo el Cantón			
	Feria de Ganado	Regional	Todo el Cantón			
Distrital	Mercados Minoristas A (Convencional, agroecológico y orgánico)	1500	10000 - 15000	0,13	0,40	2000m2
	Mercados Minoristas B (Convencional, agroecológico y orgánico)	1800	15000-20000	0,15	0,45	3000m2
	Mercados Minoristas C (Convencional, agroecológico y orgánico)	2500	20000 - 25000	0,20	0,60	5000m2
Sectorial y Barrial	Feria libre o Plataforma Itinerante A (Convencional, agroecológico y orgánico)	600	< 3000	0,20	0,60	600m2
	Feria libre o Plataforma Itinerante B (Convencional, agroecológico y orgánico)	800	3000 - 5000	0,20	0,60	1000m2
	Feria libre o Plataforma Itinerante C (Convencional, agroecológico y orgánico)	1200	5000 - 10000	0,15	0,45	1500m2

Tabla 2: Normativa Equipamiento de Aprovechamiento

Fuente: Tabla proporcionada por el GAD Municipal de Cuenca (2022)

Feria libre o Plataforma Itinerante C (Convencional, agroecológico y orgánica) es el segmento por analizar debido a la cantidad poblacional a trabajar

2.6.2 Requisitos INEN relativos a la infraestructura de mercados

La infraestructura de los mercados en Ecuador, juega un papel fundamental en la organización y distribución agrícolas, alimentarios y de consumo masivo. En este contexto, el Instituto Ecuatoriano de Normalización (INEN) establece normas técnicas que regulan aspectos claves, como las condiciones estructurales, sanitarias y de accesibilidad en los mercados públicos del país, mismas que se detallan a continuación INEN (2013)

2.6.2.1 Requisitos relativos a la infraestructura

a. Localización, diseño y construcción

- *El mercado debe estar alejado de fuentes de contaminación que representen riesgo para la inocuidad de los alimentos, en particular de zonas propensas a inundaciones y zonas industriales,*
- *El mercado debe contar con infraestructura física, que impida el ingreso de animales y facilite el control de plagas, así como otros elementos del ambiente exterior como polvo y materias extrañas, con la finalidad de mantener las condiciones sanitarias.*
- *La construcción debe ser sólida y disponer de espacio suficiente para la instalación, operación y mantenimiento de los equipos y puestos de comercialización, así como para el movimiento del personal, usuarios y el traslado de materiales y alimentos,*
- *El mercado debe brindar facilidades para la higiene personal.*
- *El diseño y la distribución del mercado debe permitir un mantenimiento, limpieza y desinfección de la infraestructura que minimice el riesgo de contaminaciones.*
- *El diseño y construcción de la edificación debe facilitar el control de plagas y evitar el refugio de las mismas.*
- *El mercado debe contar con una guardería para el cuidado de los hijos de los trabajadores/as de los mercados.*
- *El mercado debe contar con un sistema de drenaje para las aguas lluvias y las aguas residuales.*

b. Área y estructura 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*

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

- Las paredes de los puestos de comercialización deben tener una superficie lisa de baldosa o pintura lavable hasta una altura mínima de 2 m.

- En las áreas donde se manipulan y preparan los alimentos, las uniones entre las paredes y los pisos, deben ser cóncavas (redondeadas) para facilitar su limpieza y desinfección.

- Las superficies y materiales, particularmente aquellos que están en contacto con los alimentos, deben ser de materiales que no contengan sustancias tóxicas y deben estar diseñados para el uso previsto, fáciles de mantener, limpiar y desinfectar.

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

- Los pisos deben tener una pendiente mínima de 2 % que permita el drenaje de efluentes líquidos provenientes de la limpieza.

- Los drenajes del piso deben tener la protección adecuada, ser conducidos por cañerías y estar diseñados de forma tal que se permita su limpieza y mantenimiento. Donde sea requerido deben tener instalados el sello hidráulico, trampas de grasa y sólidos, con fácil acceso para la limpieza.

- Los techos, falsos techos e instalaciones suspendidas deben estar contruidos de manera que eviten la acumulación de suciedad, condensación, formación de mohos, desprendimiento de partículas y además faciliten su limpieza y mantenimiento

- Las ventanas y aberturas deben ser contruidas de manera que eviten la acumulación de polvo o suciedad y en caso de comunicación con el exterior estar provistas de malla contra insectos

- Las puertas deben tener una superficie lisa y no absorbente de fácil limpieza y cuando sea necesario desinfección

- Debe repararse inmediatamente toda superficie estropeada o irregular, así como cualquier rotura o desperfecto, tales como grietas, golpes u otra irregularidad, que facilitan la acumulación de restos de alimentos y suciedades

- Los pasillos no deben ser utilizados como áreas de almacenamiento

c. Iluminación y ventilación

- La iluminación puede ser natural y/o artificial, debe ser adecuada para permitir la realización de las tareas para que no comprometa la higiene de los alimentos y no alterar la visión de los colores de los alimentos que se venden

- El sistema eléctrico debe estar en buen estado y contar con un generador alterno de energía eléctrica de encendido automático de acuerdo a los requerimientos energéticos del mercado.

- La ventilación puede ser natural o artificial, directa o indirecta para reducir al mínimo la contaminación de los alimentos transmitida por el aire.

d. Instalaciones sanitarias

- El mercado debe contar con instalaciones sanitarias como servicios higiénicos, duchas y vestidores dotados de facilidades higiénicas, en cantidad suficiente e independiente para hombres y mujeres de acuerdo a lo detallado en el Anexo A y con accesibilidad para personas con discapacidad según la NTE INEN 2293.

- Las instalaciones sanitarias deben mantenerse permanentemente limpias, ventiladas y con una provisión suficiente de agua e insumos de higiene personal (papel higiénico, jabón líquido, gel desinfectante, toallas desechables o secadores eléctricos).

2.6.3 Recomendaciones estructurales según la NEC

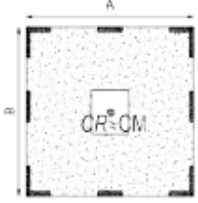
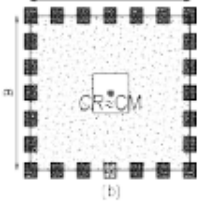
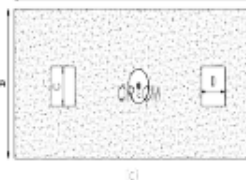
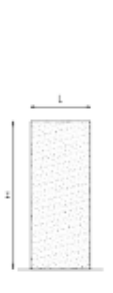
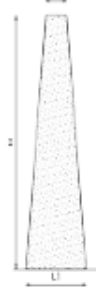
CONFIGURACIONES ESTRUCTURALES RECOMENDADAS	
<i>CONFIGURACIÓN EN ELEVACIÓN $\phi_E=1$</i>	<i>CONFIGURACIÓN EN PLANTA $\phi_P=1$</i>
<p>La altura de entrepiso y la configuración vertical de sistemas aporricados, es constante en todos los niveles. $\phi_E=1$</p>	<p>La configuración en planta ideal en un sistema estructural es cuando el Centro de Rigidez es semejante al Centro de Masa. $\phi_P=1$</p>  <p>(a)</p>  <p>(b)</p>  <p>(c)</p>
<p>La dimensión del muro permanece constante a lo largo de su altura o varía de forma proporcional. $\phi_E=1$</p>  <p>(a)</p>  <p>(b)</p>	

Figura 17: Recomendaciones estructurales.
Fuente: Tabla proporcionada por la NEC (2016)

CONFIGURACIONES ESTRUCTURALES NO RECOMENDADAS

IRREGULARIDADES EN ELEVACIÓN		IRREGULARIDADES EN PLANTA
<p>Ejes verticales discontinuos o muros soportados por columnas. La estructura se considera irregular no recomendada cuando existen desplazamientos en el alineamiento de elementos verticales del sistema resistente, dentro del mismo plano en el que se encuentran, y estos desplazamientos son mayores que la dimensión horizontal del elemento.</p>		<p>Desplazamiento de los planos de acción de elementos vertical. Una estructura se considera irregular no recomendada cuando existen discontinuidades en los ejes verticales, tales como desplazamientos del plano de acción de elementos verticales del sistema resistente.</p>
<p>Piso débil-Discontinuidad en la resistencia. La estructura se considera irregular no recomendada cuando la resistencia del piso es menor que el 70% de la resistencia del piso inmediatamente superior, (entendiéndose por resistencia del piso la suma de las resistencias de todos los elementos que comparten el cortante del piso para la dirección considerada).</p>		
<p>Columna corta Se debe evitar la presencia de columnas cortas, tanto en el diseño como en la construcción de las estructuras.</p>		

Figura 18: Configuraciones no recomendadas.
Fuente: Tabla proporcionada por la NEC (2016)

2.6.4 Normativa PRODUCE (PERÚ) sobre diseño de mercado minorista

La necesidad de los espacios funcionales se establecerá en base al tamaño del mercado representado por la cantidad de puestos que conforman el área comercial, para ellos podrá tomar como referencia la siguiente tabla:

REQUERIMIENTO DE SERVICIOS COMUNES POR CATEGORÍA DE MERCADO

Categoría	1	2	3	4	5	
N° de puestos	Hasta 25	26 - 80	81 - 150	151 - 250	251 a mas	
Área Comercial	Puestos húmedos	x	x	x	x	x
	Puesto semi húmedos	x	x	x	x	x
	Puesto Secos	x	x	x	x	x
	SSH para clientes	x	x	x	x	x
	Zona gastronómica	x	x	x	x	x
	Puestos complementarios	x	x	x	x	x
	Zona de esparcimiento	x	x	x	x	x
Áreas de abastecimiento y despacho	Almacenes o depósitos	x	x	x	x	x
	Área de refrigeración			x	x	x
	Patio de descarga			x	x	x
	Área de control de calidad	x	x	x	x	x
Área de energía y mantenimiento	Cuarto de máquinas				x	x
	Cuarto de Mantenimiento	x	x	x	x	x
Área administrativa y servicios complementarios	Administración	x	x	x	x	x
	Tópico				x	x
	Lactario			x	x	x
	Sala de usos Múltiples* (SUM)	x	x	x	x	x
	SSH para empleados			x	x	x
	Estacionamientos	x	x	x	x	x
Área de residuos solidos	Residuos sólidos	x	x	x	x	x

Tabla 3: Requerimiento de Servicios Comunes por Categoría de Mercado
Fuente: Tabla extraída de PRODUCE (2021)

El segmento que se aplica para el proyecto esta dentro de una categoría 3 por la cantidad poblacional que utiliza, esto se puede visualizar en la Tabla 7.

Dentro de las normas A.070, se detallan las condiciones de habilidad y funcionalidad, dentro del reglamento nacional de edificaciones (RNE, Perú), mismas que establecen PRODUCEN PERÚ (2021):

- La distancia mínima de ancho de circulación no debe ser menor a 2.40 m. Los pasadizos estarán interrelacionados unos con otros, de manera que exista fluidez hacia las puertas de salida, sin que queden puntos ciegos. Los pasajes principales deberán tener un ancho mínimo de 3.00 m.
- El material de acabado de los pisos debe ser antideslizante, fáciles de limpiar y se les da una pendiente por lo menos del 1.5% hacia las canaletas o sumideros de desagüe.
- Los locales comerciales tienen un área mínima de 6.00 m². sin incluir depósitos ni servicios higiénicos, con un frente mínimo de 2.40 m y un ancho de puerta de 1.20 m. y una altura mínima de 3.00 m
- Las áreas mínimas de los puestos de acuerdo con las actividades comerciales a desarrollar son: carnes, pescado y productos perecibles (6m²).
- El área de elaboración de alimentos será con pisos de material no absorbente, resistentes, antideslizantes. Serán fáciles de limpiar y tendrán una inclinación hacia los sumideros que permita la evacuación de agua y otros líquidos.
- Las edificaciones comerciales deberán contar con ventilación natural o artificial
- Los ambientes para servicios higiénicos deberán contar con sumideros de dimensiones suficientes como para permitir la evacuación de agua en caso de aniegos accidentales.
- La altura libre mínima de piso terminado a cielo raso en los puestos será de 3.00 m. En el caso de los pasillos deben tener una altura mínima de 4.50 m, para que permita la circulación fluida de aire y evitar la acumulación de olores

2.7 Teorías aplicadas a la arquitectura de mercados

2.7.1 Teorías urbanas sobre espacio público

Las teorías urbanas contemporáneas resaltan el papel del espacio público como elemento vital en la calidad de vida urbana. Jane Jacobs (1961) enfatiza la importancia de la diversidad de usos y la presencia de personas en la calle para garantizar la seguridad y la vitalidad urbana, destacando que los mercados son lugares donde se concentran múltiples interacciones sociales y económicas. Por su parte, Jan Gehl (2010) plantea que el diseño urbano debe priorizar la escala humana, incentivando el encuentro y la permanencia a través de espacios cómodos, accesibles y atractivos. Desde esta perspectiva, los mercados constituyen espacios públicos fundamentales al articular funciones de abastecimiento con experiencias sociales, culturales y comunitarias.

2.7.2 Concepto de centralidad y nodo urbano

Kevin Lynch (1960) introduce en su teoría de la imagen de la ciudad el concepto de nodos y centralidades urbanas, entendidos como puntos estratégicos que concentran actividades y generan referencias espaciales para los ciudadanos. Los mercados, al reunir flujos de personas y mercancías, cumplen precisamente este rol de centralidad, funcionando como hitos urbanos que estructuran la vida cotidiana y refuerzan la identidad local. Además, al ubicarse generalmente en intersecciones estratégicas, se convierten en motores de conectividad y cohesión social, integrando distintas dinámicas urbanas dentro del tejido de la ciudad.

2.7.3 Teorías de revitalización urbana y regeneración de espacios públicos

La revitalización urbana busca recuperar espacios deteriorados y reinsertarlos en la dinámica de la ciudad a través de proyectos que potencien su función social y económica. Autores como Borja y Muxí (2003) destacan que la regeneración de espacios públicos debe orientarse a fortalecer la ciudadanía, la identidad y el sentido de pertenencia. En este sentido, los mercados son escenarios privilegiados para la revitalización, ya que, además de abastecer, son puntos de encuentro cultural que pueden reactivar barrios y centros urbanos. Experiencias exitosas en Europa y América Latina muestran que, mediante la modernización de infraestructuras y la incorporación de criterios de sostenibilidad, los mercados pueden transformarse en nodos contemporáneos que conjugan tradición con innovación, reforzando su rol en la cohesión urbana.

2.8 Estrategias arquitectónicas y urbanas

2.8.1 Estrategias de diseño funcional y sostenible

El diseño arquitectónico de los mercados debe priorizar tanto la funcionalidad como la sostenibilidad, integrando criterios de eficiencia espacial, accesibilidad y confort ambiental. Según Gausa (2003), la arquitectura contemporánea busca responder a las dinámicas urbanas mediante la flexibilidad de los espacios y la incorporación de tecnologías que optimicen el uso de los recursos. En los mercados, esto se traduce en la adecuada organización de flujos de circulación, áreas de carga y descarga, espacios de venta y servicios complementarios. Al mismo tiempo, la aplicación de principios bioclimáticos —como la ventilación cruzada, iluminación natural y uso de materiales locales— contribuye a reducir el impacto ambiental y generar entornos más saludables para comerciantes y usuarios (Olgyay, 2015).

2.8.2 Mercado como núcleo de actividad social y económica

Los mercados, además de su función de abastecimiento, constituyen nodos esenciales de interacción social y dinamización económica en la ciudad. Castells (1999) plantea que los espacios urbanos donde convergen la economía formal e informal son clave para el desarrollo de redes comunitarias y culturales. En este sentido, los mercados actúan como motores de cohesión social, donde se transmiten tradiciones culinarias, prácticas comerciales y valores identitarios. A nivel económico, funcionan como plataformas de intercambio accesibles, promoviendo el comercio local y fortaleciendo las economías de pequeña escala frente a la presión de cadenas globalizadas de distribución (Salcedo, 2012).

2.8.3 Revitalización y reutilización de espacios urbanos a través de mercados

La revitalización urbana encuentra en los mercados una oportunidad para recuperar espacios deteriorados y devolverles protagonismo en la vida de la ciudad. Borja y Muxí (2003) destacan que la reactivación de espacios públicos debe orientarse a reforzar la identidad urbana y promover la inclusión social. Experiencias en Europa y América Latina han demostrado que la rehabilitación de mercados, mediante intervenciones arquitectónicas contemporáneas que respetan su valor patrimonial, puede transformar áreas urbanas en decadencia en polos culturales y turísticos. Así, la reutilización adaptativa de mercados no solo mejora la calidad urbana, sino que también promueve la sostenibilidad al evitar la expansión innecesaria de la ciudad y potenciar la infraestructura existente (Montaner, 2017).

2.9 Casos de estudio

El presente apartado se centra en el análisis de casos de estudio, mediante la evaluación de directrices de diseño conforme a la metodología establecida. Se lleva a cabo el estudio de dos referentes arquitectónicos, uno de carácter nacional y otro internacional, con el propósito de identificar y abstraer criterios formales, funcionales y tecnológicos que contribuyan al desarrollo de la propuesta proyectual.

2.9.1 Metodología aplicada a la selección de casos de estudio.

Los El estudio de casos constituye una herramienta fundamental en la investigación arquitectónica, pues permite comprender fenómenos complejos mediante la observación y análisis de ejemplos reales. Según Yin (2018), el método de estudio de casos es apropiado cuando se busca explorar, describir o explicar un fenómeno contemporáneo dentro de su contexto real, utilizando múltiples fuentes de evidencia.

En esta investigación, el análisis de casos se aplicó con un enfoque comparativo y descriptivo, basado en la metodología propuesta por Robert K. Yin (2018) y Groat & Wang (2013), quienes destacan la importancia de estructurar el proceso en tres fases (ver figura 17).

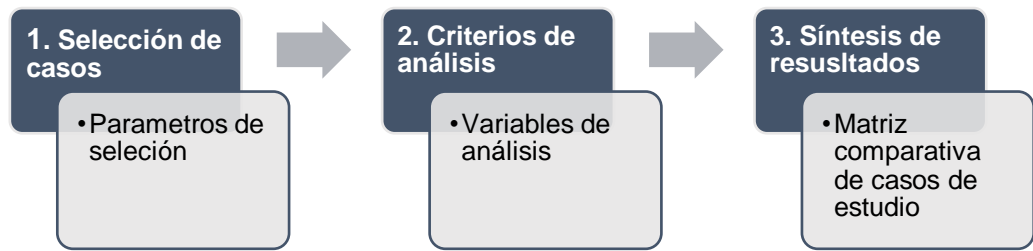


Figura 19: Metodología aplicable para el análisis de casos de estudio
Fuente: Robert K. Yin (2018) y Groat & Wang (2013)

Posteriormente, en base a la metodología descrita, se utilizó cinco variables de análisis para la selección de los casos de estudio (ver figura 18).



Figura 20: Variables para el análisis de casos de estudio
Fuente: Robert K. Yin (2018) y Groat & Wang (2013)

Una vez definidas las variables, se lleva a cabo una evaluación cualitativa con el fin de identificar los casos de estudio que presentan una mejor categorización y cumplen con los criterios establecidos. En esta fase de la investigación se contemplan cuatro variables de selección: Accesibilidad y relación con el entorno, Infraestructura, Sistema constructivo y Estrategias bioclimáticas, aplicables en los casos de referencia seleccionados. Posteriormente, los proyectos que obtenga la mayor valoración serán objetos de un análisis más detallado.

Criterios de selección	Accesibilidad y relación con el entorno	Infraestructura	Sistema constructivo	Estrategias bioclimáticas	Total
Mercados	15	15	15	15	60
Mercado 9 de Octubre	13	9	11	9	42
Mercado 12 de Abril	13	15	14	13	55
Mercado Iñaquito	10	8	13	9	40
Mercado San Pablo Oztotepec	12	10	11	13	46
Mercado Tirso de Molina	15	11	15	14	55

Tabla 4: Ponderación de los casos de estudio.
Fuente: Elaboración propia.

2.9.2 Caso de estudio internacional (Mercado Tirso de Molina – Chile)

a. Datos generales

Arquitectos: Iglesias Prat Arquitectos

Lugar: Santiago, Chile

Área: 8200 m²

Año: 2011



Figura 21: Mercado Tirso de Molina.
Fuente: ArchDaily (2011)

El equipamiento se localiza en una zona de alta afluencia dentro de la ciudad de Santiago de Chile

b. Accesibilidad y relación con el entorno

Relación urbana

En su entorno inmediato se ubican diversos equipamientos comerciales de relevancia, entre ellos el mercado La Vega, la Pέργola San Francisco y Santa María. Respecto a la movilidad urbana, el área cuenta con paradas de transporte público en las vías circundantes, así como con una estación de metro situada en una calle adyacente.



Figura 22: Ubicación del Mercado Tirso de Molina.
Fuente: Diana Cedillo (2021)

Accesos

Peatonales, vehiculares y discapacitados

Los accesos vehiculares se distribuyen en las calles que rodean el equipamiento, conectando de manera directa con las áreas de estacionamiento, las cuales se articulan con los ingresos principales. En la planta baja, el mercado dispone de accesos universales en cada una de sus fachadas, lo que favorece una circulación fluida y continua.

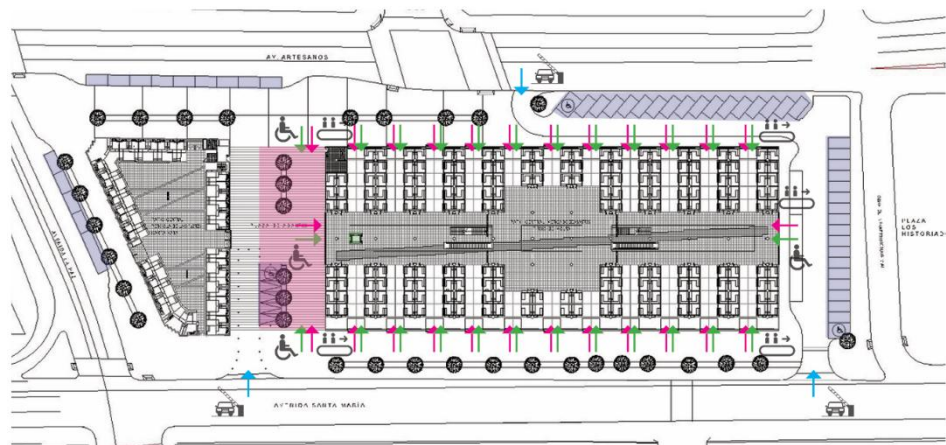







Figura 23: Emplazamiento.
Fuente: Diana Cedillo (2021)

Simbología

-  Zonas de parqueo
-  Ingresos vehiculares
-  Plaza de ingreso peatonal
-  Ingresos peatonales
-  Ingresos discapacitados

c. Infraestructura

Zonificación

El equipamiento se organiza en tres niveles, donde se distribuyen los distintos tipos de comercio. La planta baja integra los servicios administrativos, higiénicos y técnicos, además de las áreas de comercio seco y semihúmedo; mientras que en la planta alta se ubican los espacios de alimentos preparados, comedores y venta de ropa.

El edificio cuenta con un área destinada a carga y descarga, localizada en la parte posterior y vinculada de forma directa con los puestos de venta y las circulaciones horizontales. Asimismo, dispone de salidas de emergencia en todas sus fachadas y rutas de evacuación principales, complementadas con dos núcleos de circulación vertical que conectan los diferentes niveles.

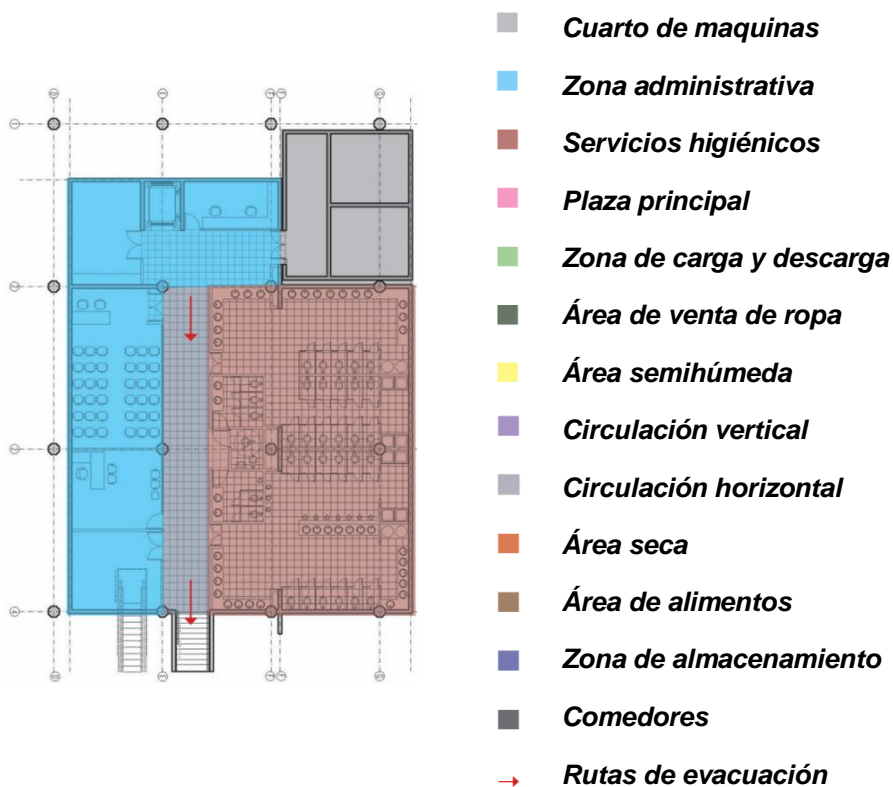


Figura 24: Planta de subsuelo - Mercado Tirso de Molina.
Fuente: Diana Cedillo (2021)

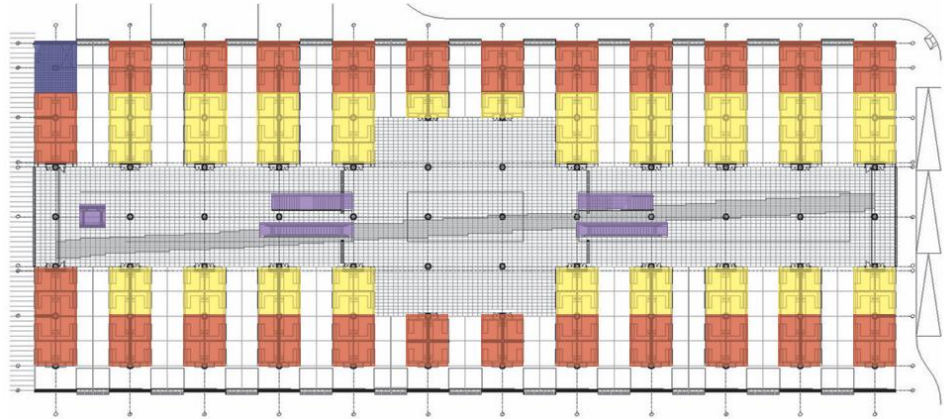


Figura 25: Planta baja - Mercado Tirso de Molina.
Fuente: Diana Cedillo (2021)

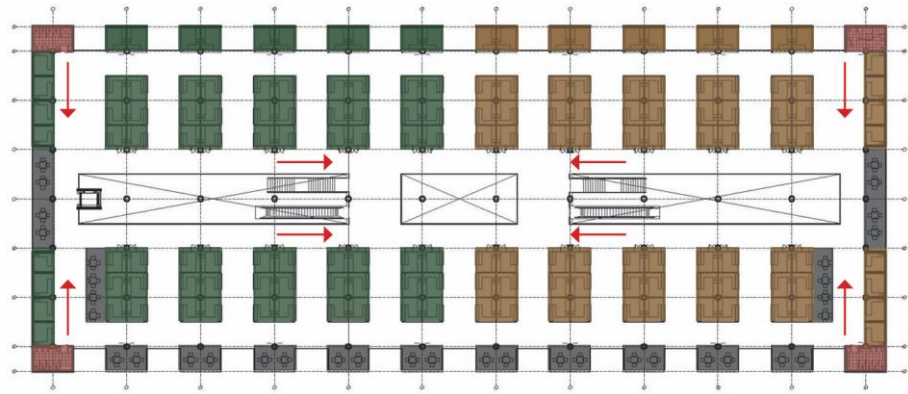


Figura 26: Planta alta - Mercado Tirso de Molina.
Fuente: Diana Cedillo (2021)

d. Sistema constructivo

Modulación

El mercado se organiza mediante una trama estructural de 6x9 metros y una modulación espacial de 3x3 metros, lo que facilita la disposición ordenada de puestos y circulaciones.

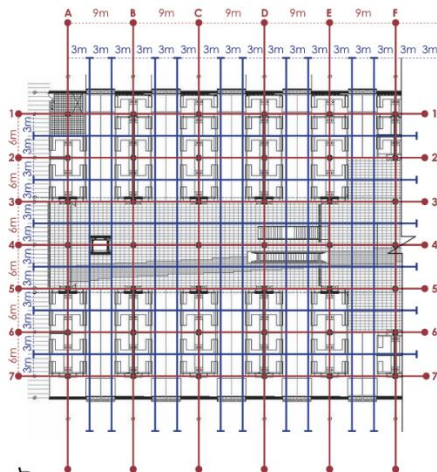


Figura 27: Planta baja
Fuente: Diana Cedillo (2021)

Bajo mantenimiento

Su sistema constructivo combina placas perforadas de acero en la cubierta, estructura y carpinterías metálicas, ladrillo visto en los muros y hormigón pulido en los pisos interiores. Estos materiales requieren bajo mantenimiento y pueden ser atendidos en gran medida por los propios comerciantes.

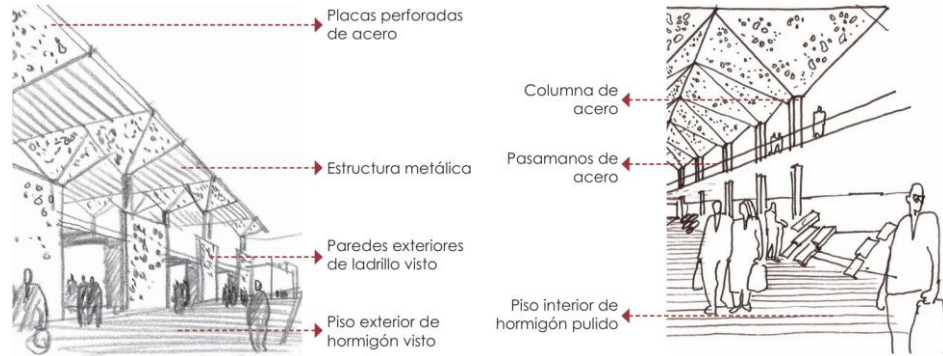


Figura 28 y 29: Bocetos interior y exterior del mercado Tirso de Molina.
Fuente: Diana Cedillo (2021)

Correspondencia con el entorno

La elección de la materialidad, junto con la escala y el diseño, favorece la integración del equipamiento con su contexto urbano, manteniendo coherencia con las edificaciones del entorno y aprovechando las visuales del lugar.



Figura 30: Vista área entorno
Fuente: Diana Cedillo (2021)

Figura 31: Ingreso frontal- mercado
Fuente: Diana Cedillo (2021)

Figura 32: Vista aérea entorno
Fuente: Diana Cedillo (2021)

e. Estrategias de diseño

Iluminación, ventilación

En la planta alta, la iluminación y ventilación se resuelven a través del sistema constructivo, mediante planchas de acero perforadas en la cubierta y una altura libre entre muros y estructura que facilita el ingreso de luz y aire. En la planta baja, las circulaciones reciben iluminación y ventilación provenientes del nivel superior, aunque los puestos ubicados en pasillos perpendiculares requieren apoyo de luz artificial. La existencia de múltiples accesos en este nivel favorece la ventilación cruzada y la renovación constante del aire.

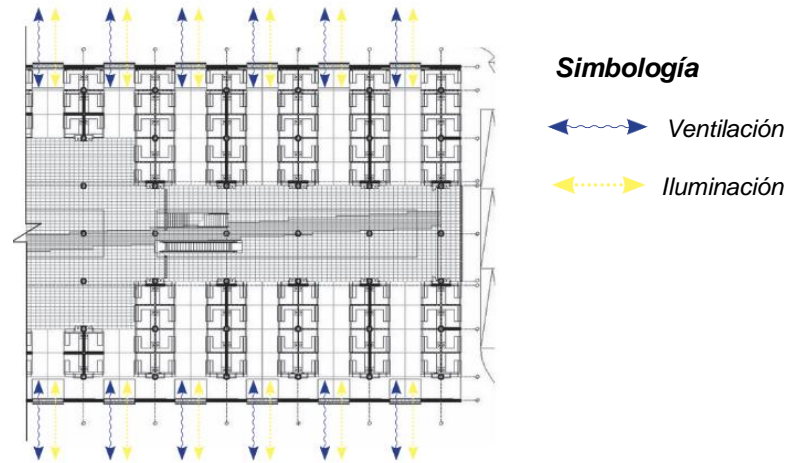


Figura 33: Iluminación y ventilación del mercado Tirso de Molina.
Fuente: Diana Cedillo (2021)

Materialidad

Finalmente, los muros de ladrillo visto aportan propiedades térmicas al absorber e irradiar energía.

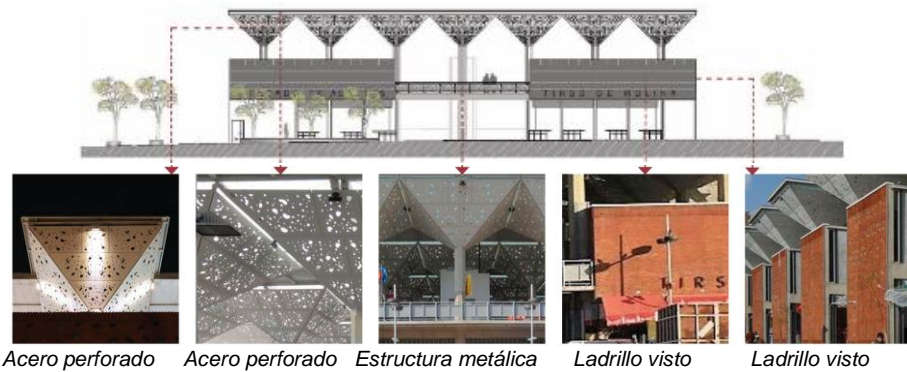


Figura 34: Materialidad de la fachada del mercado Tirso de Molina.
Fuente: Diana Cedillo (2021)

2.9.3 Caso de estudio nacional (Mercado 12 de abril - Cuenca)

a. Datos generales

Arquitectos: GAD Municipal de Cuenca

Lugar: Cuenca, Ecuador

Área: 8113 m²

Año: 2019



Figura 35: Fachada del Mercado 12 de abril
Fuente: Diario el Mercurio (2020)

El Mercado 12 de abril está ubicado en el barrio del mismo nombre, en la ciudad de Cuenca, provincia del Azuay, Ecuador

b. Accesibilidad y relación con el entorno

Relación urbana

El mercado 12 de Abril se localiza en las inmediaciones de la avenida Huaynacápac, una de las zonas de mayor afluencia en la ciudad de Cuenca, lo que explica la presencia de equipamientos de carácter comercial en su entorno. El edificio dispone de un parqueadero subterráneo de uso exclusivo para clientes y comerciantes, además de bahías externas destinadas a taxis y vehículos particulares.



Figura 36: Ubicación del mercado 12 e abril
Fuente: Diana Cedillo (2021)

Accesos

Peatonales, vehiculares y discapacitados

Los accesos principales se articulan desde las plazas exteriores, conectando directamente con el interior. Asimismo, cuenta con ingresos peatonales en todas sus fachadas, entre ellos accesos universales adaptados para personas con discapacidad.



Figura 37: Emplazamiento del mercado 12 e abril
Fuente: Diana Cedillo (2021)

Simbología

Nave 1	Nave 2	Nave 3	Nave 4
Parqueadero subterráneo	Estacionamiento público (bahía)	Estación de taxis	Edificaciones colindantes
Ingreso V.	Ingreso P.	Ingreso D.	Ingreso taxi

c. Infraestructura

Zonificación

El mercado se estructura en cuatro naves interconectadas, distribuyendo sus actividades comerciales en dos niveles. En la planta baja se ubican los locales de frutas, verduras, carnes, mariscos y productos afines, mientras que en la planta alta se concentran los espacios de comida preparada, patio de comidas, venta de ropa y calzado.

Dispone de un área destinada a carga y descarga con acceso exclusivo para vehículos de abastecimiento, vinculada directamente con las zonas de almacenamiento y tratamiento de productos. El edificio cuenta además con múltiples ingresos que funcionan como salidas de emergencia y con señalética que refuerza la seguridad y orientación de los usuarios.



Figura 38: Zonificación de la planta baja del mercado 12 de abril
Fuente: Diana Cedillo (2021)

Simbología

■ Comercios	■ Mariscos	■ Dulces	■ Jugos y Cafetería
■ Frutas	■ Verduras	■ Ropa nueva	■ Cuarto maquinas
■ Verduras	■ Pollo pelado	■ Ropa usada	■ Cuarto frio
■ Frutas y V.	■ Tercenas	■ Papas	■ Desposte
■ Lácteos	■ Abarrotes	■ Hierbas	■ Bodegas
■ Huevos	■ Artesanías	■ Flores	■ Cuarto basura
■ Guardería	■ Cancha múltip.	← Ruta Evac.	



Figura 39: Zonificación de la planta alta del mercado 12 de abril
Fuente: Diana Cedillo (2021)

Simbología

- | | | | |
|----------------|-----------------|------------------|----------------------|
| ■ Hierros y R. | ■ Calzado | ■ Granos | ■ Patio comidas |
| ■ Plásticos | ■ Duplicado LI. | ■ Granos cocidos | ■ Administración |
| ■ Artesanías | ■ Comida | ■ Vacío | ■ Equipamiento salud |
| ■ Peluquería | ■ Hornado | ■ Patio comidas | → Rutas evacuación |

d. Sistema constructivo

Modulación

La distribución del mercado responde a una modulación estructural de 6 metros y un módulo espacial de 3 metros en la menor longitud. Las columnas se sitúan en los extremos de cada nave, generando plantas libres.

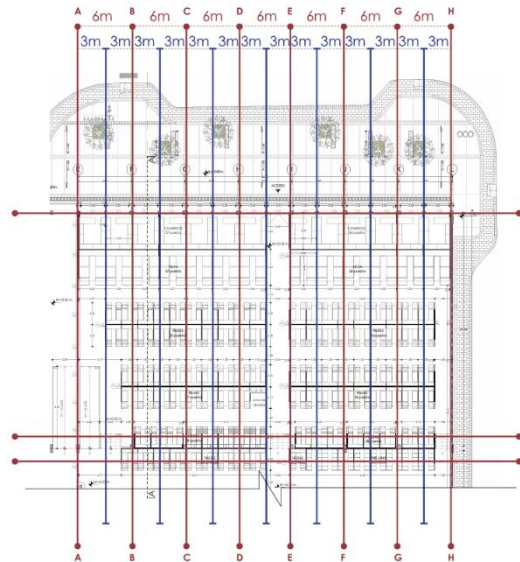


Figura 40: Sistema estructural del mercado 12 de abril
Fuente: Diana Cedillo (2021)

BAJO MANTENIMIENTO

El sistema estructural, expuesto intencionalmente, integra columnas, vigas y cerchas de acero como parte de la expresión formal del edificio. Los muros presentan ladrillo visto en el exterior y acabado liso en el interior, complementándose con fachadas vidriadas, pisos de hormigón pulido en las áreas internas y adoquines en las plazas exteriores.

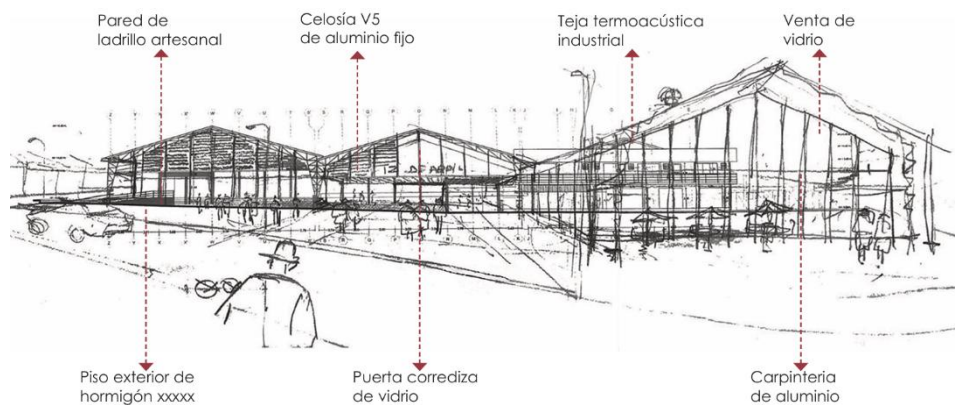


Figura 41: Boceto exterior del mercado 12 de abril
Fuente: Diana Cedillo (2021)

Correspondencia al entorno



Figura 42: Equipamientos
Fuente: Diana Cedillo (2021)



Figura 43: Ingreso principal
Fuente: Diana Cedillo (2021)



Figura 44: Bahía de taxis
Fuente: Diana Cedillo (2021)

e. Estrategias de diseño

Iluminación, ventilación

El edificio aprovecha mayoritariamente la iluminación natural a través de ventanas en las fachadas, aunque algunas áreas centrales requieren apoyo artificial. La ventilación se garantiza mediante la disposición de los elementos estructurales y la ausencia de recubrimiento en las cerchas de la cubierta, lo que, junto con la altura libre, permite la renovación constante del aire y evita la acumulación de olores.

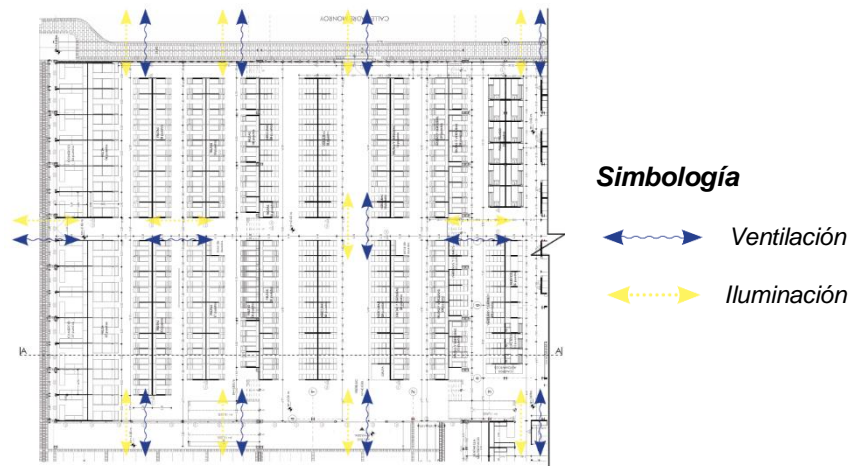


Figura 45: Ventilación e iluminación en planta del mercado 12 de abril
Fuente: Diana Cedillo (2021)



Figura 46: Ventilación e iluminación en alzado del mercado 12 de abril
Fuente: Diana Cedillo (2021)

Materialidad



Figura 47: Materialidad del mercado 12 de abril
Fuente: Diana Cedillo (2021)

2.9.4 Matriz comparativa de casos de estudio

Criterio	Caso de Estudio Internacional - Mercado Tirso de Molina – Chile	Caso de Estudio Nacional - Mercado 12 de Abril – Cuenca
Accesibilidad y relación con el entorno	<ul style="list-style-type: none"> - Ubicado en una zona de alta afluencia, próximo a equipamientos relevantes. - Cuenta con transporte público inmediato (paradas de bus y estación de metro en calle adyacente). - Accesos universales en cada fachada 	<ul style="list-style-type: none"> - Localizado en una de las zonas de mayor afluencia, rodeado de equipamientos comerciales. - Dispone de parqueadero subterráneo exclusivo para usuarios, bahías externas para taxis y vehículos particulares. - Accesos principales desde plazas exteriores, con ingresos en todas las fachadas y accesibilidad
Infraestructura	<ul style="list-style-type: none"> - El mercado se organiza en tres niveles: planta baja con servicios administrativos, higiénicos y áreas de comercio seco/semihúmedo; planta alta con comedores y ropa. - Incluye área de carga y descarga en la parte posterior, vinculada con circulaciones. 	<ul style="list-style-type: none"> - Estructurado en cuatro naves interconectadas y distribuidas en dos niveles: planta baja para frutas, verduras, carnes y mariscos; planta alta para ropa, calzado y patio de comidas. - Cuenta con área exclusiva de carga y descarga vinculada a zonas de almacenamiento.
Sistema constructivo	<ul style="list-style-type: none"> - Trama estructural de 6x9 m y modulación espacial de 3x3 m que facilita orden y circulaciones. - Uso de placas de acero perforadas en cubierta, estructura metálica, muros de ladrillo visto y pisos de hormigón pulido - Materiales de bajo mantenimiento, atendibles incluso por los comerciantes. 	<ul style="list-style-type: none"> - Modulación estructural de 6 m y módulo espacial de 3 m, con columnas en extremos que generan plantas libres. - Estructura metálica expuesta como expresión formal, muros de ladrillo visto al exterior y acabados lisos interiores. - Pisos de hormigón pulido en interiores y adoquines en plazas exteriores, materiales de bajo mantenimiento.
Estrategias de diseño	<ul style="list-style-type: none"> - Aprovecha ventilación e iluminación natural mediante acero perforado en cubierta y altura libre entre muros. - Planta baja con múltiples accesos que permiten ventilación cruzada. - Circulaciones iluminadas naturalmente, aunque algunos pasillos requieren apoyo artificial. 	<ul style="list-style-type: none"> - Favorece la iluminación natural a través de ventanas en fachadas, aunque zonas centrales precisan apoyo artificial. - Ventilación natural mediante altura libre y estructura expuesta sin recubrimiento en cubierta, evitando acumulación de olores. - Plazas exteriores funcionan como espacios de encuentro y conexión con el entorno.

Tabla 5: Tabla comparativa de casos de estudio
Fuente: Elaboración propia

2.9.5 Estrategias obtenidas de los casos de estudio

Si bien el análisis de los casos de estudio permitió identificar un conjunto de estrategias arquitectónicas y urbanas que aportan criterios replicables para el diseño del mercado municipal de Miraflores. Estas estrategias se agrupan en cuatro dimensiones interrelacionadas: formal, funcional, tecnológica y sostenible, las cuales fortalecen la coherencia entre el contexto, la tipología edificatoria y la experiencia del usuario.

a. Estrategias formales

- Integración volumétrica con el entorno inmediato, evitando rupturas en la escala barrial.
- Uso de plazas y vacíos interiores como articuladores visuales y de ventilación natural.
- Transparencia y permeabilidad visual mediante fachadas abiertas que favorecen la relación interior-exterior.

b. Estrategias funcionales

- Organización jerárquica de los flujos peatonales y vehiculares, garantizando accesos diferenciados.
- Zonificación clara de actividades (venta, servicios, administración, carga/descarga).
- Flexibilidad espacial para adaptarse a distintos usos y dinámicas comerciales.

c. Estrategias tecnológicas

- Empleo de estructuras metálicas livianas que permiten grandes luces y flexibilidad en la disposición de espacios.
- Implementación de sistemas modulares prefabricados, que facilitan el montaje, mantenimiento y futuras ampliaciones.
- Integración de materiales locales (madera, piedra, ladrillo visto) combinados con elementos industrializados para optimizar costos y durabilidad.

d. Estrategias sostenibles

- Incorporación de espacios verdes y áreas de permanencia que mejoran el microclima urbano.
- Ventilación cruzada mediante patios, lucernarios y aberturas laterales.
- Consideración de criterios de accesibilidad universal y diseño inclusivo, garantizando igualdad de uso.

CAPÍTULO III

3. ANÁLISIS URBANO ARQUITECTÓNICO

El presente capítulo desarrolla el análisis urbano y arquitectónico que permite fundamentar la selección del sitio más idóneo para la implantación del Mercado Municipal. Para ello, se parte de la evaluación de dos terrenos propuestos, considerando sus características físicas, ambientales y urbanas. Este proceso busca determinar cuál de los predios ofrece mayores ventajas en términos de accesibilidad, conectividad, disponibilidad de servicios e integración con el tejido urbano existente.

Con el resultado anterior procederemos al análisis arquitectónico en el que se realiza un estudio de sitio, en donde se conocen las preexistencias del lugar, como: ubicación, componentes biofísicos y componentes urbanos. Estos datos nos servirán al momento de diseñar el emplazamiento del proyecto y también para definir las características que tendrá la edificación y su relación con el entorno.

3.1 Análisis Urbano Multicriterio

3.1.1 Análisis de terrenos potenciales

Para la implantación del mercado municipal se consideraron los siguientes dos terrenos localizados en el sector de Miraflores, barrio El Vecino, en la ciudad de Cuenca. Ambos predios cuentan con la superficie necesaria para responder a la capacidad del proyecto y cumplen con las condiciones básicas para su desarrollo. La elección de este sector se justifica en la ausencia de un mercado que atienda de manera directa a la población de Miraflores y para quienes un equipamiento de estas características resulta pertinente y necesario.

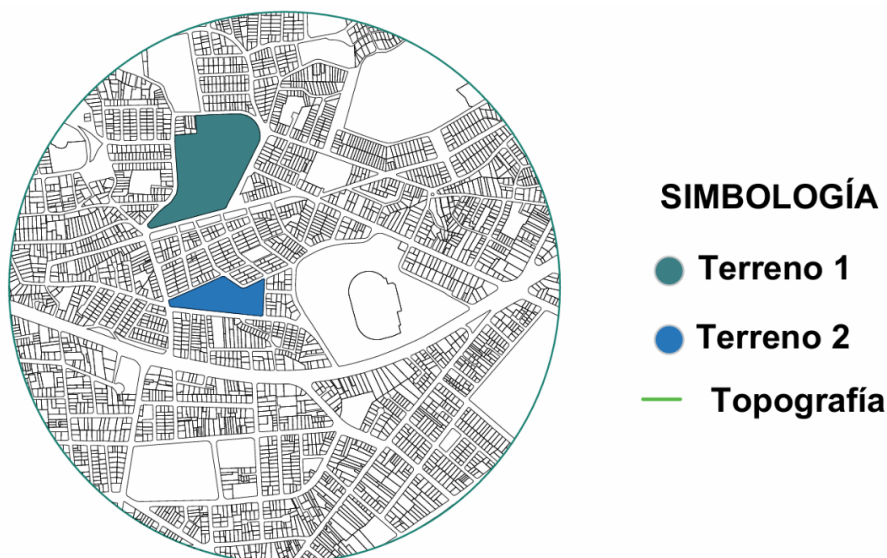


Figura 48: Mapa de ubicación de terrenos a analizar
Fuente: Elaboración propia

3.1.2 Ubicación e información

Terreno 1

El primer terreno se encuentra ubicado en el barrio El Vecino, dentro del sector de Miraflores, y corresponde a una manzana completa delimitada en todo su perímetro por vías. Sus frentes colindan al norte con la calle del Acordeón, al sur con la Avenida Turuhuayco, al este con la calle Antonio Neumane y al oeste con la Avenida Miraflores. Mismo predio dispone con un área aproximada de 45404.00m²

CLAVE CATASTRAL - 0501087001000 :: UBICACION - URBANO

Títulos emitidos	
CEDRUC	0190019098001
NOMBRES	CONSTRUCTORA SAN JORGE S.A.
DIRECCION	TURUHUAYCO
AREAS	Terreno: 45404 Construcción: 10812
FRENTES	869.1
ESTADO	PREDIO APROBADO
FECHA	29-DEC-23
MARGINACION JUDICIAL	

Figura 49: Tabla de información del terreno 1

Fuente: Geovisor del GAD Municipal de Cuenca



Figura 50: Ubicación del terreno 1

Fuente: Geovisor del GAD Municipal de Cuenca

Terreno 2

El segundo terreno también se encuentra ubicado en el barrio El Vecino, dentro del sector de Miraflores, así mismo corresponde una manzana completa delimitada por la calle del Pasillo al norte, calle del Pasacalle al Sur, calle del Rondador al este y Avenida Miraflores al oeste. Disponiendo de un área de 15527.03m².

CLAVE CATASTRAL - 0502022001000 :: UBICACION - URBANO

Títulos emitidos	
CEDRUC	0160000270001
NOMBRES	GOBIERNO AUTONOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTON CUENCA
DIRECCION	DEL PASACALLE
AREAS	Terreno: 15551 Construcion: 0
FRENTES	603.7
ESTADO	PREDIO CON AFECTACION
FECHA	24-MAR-25
MARGINACION JUDICIAL	

Figura 51: Tabla de información del terreno 2
Fuente: Geovisor del GAD Municipal de Cuenca



Figura 52: Ubicación del terreno 2
Fuente: Geovisor del GAD Municipal de Cuenca

3.1.3 Movilidad

En este apartado se estudia la accesibilidad de los terrenos en función de la jerarquía vial y el transporte público disponible. Se identifican las vías principales, secundarias y terciarias que conectan con cada predio, evaluando su capacidad de absorber el tránsito generado por el mercado. Asimismo, se analiza la cobertura y cercanía de las rutas de transporte público, como un factor clave para garantizar accesibilidad y sostenibilidad. Este análisis permitirá comparar los terrenos y determinar cuál ofrece mejores condiciones de movilidad para la implantación del proyecto

a. Jerarquía vial

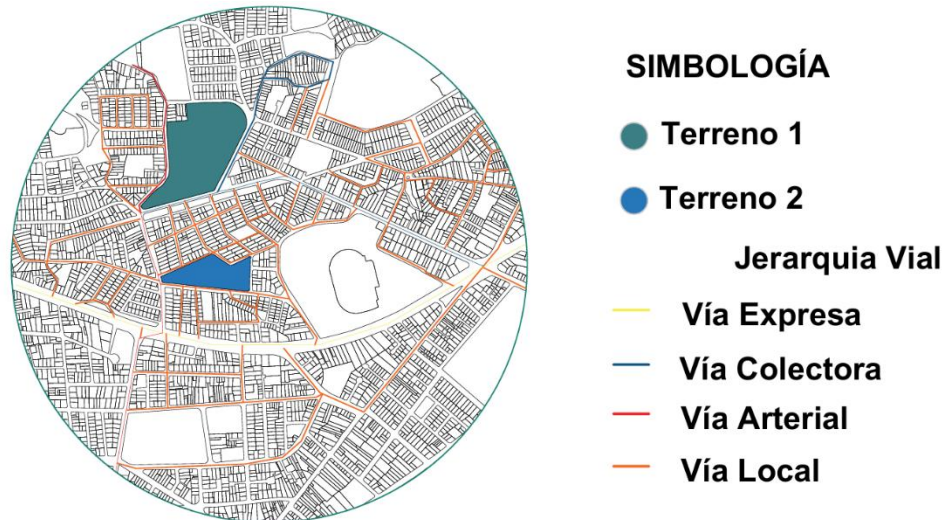


Figura 53: Mapa de jerarquía vial
Fuente: Elaboración propia

b. Transporte público

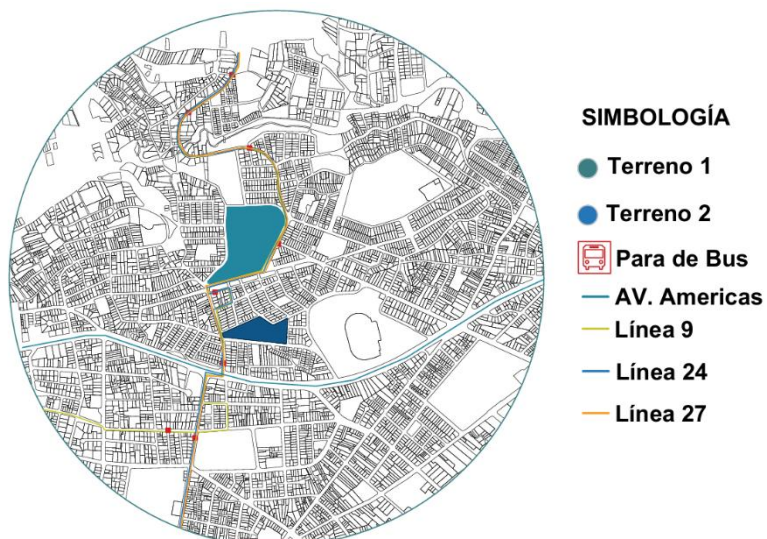


Figura 54: Mapa recorrido de transporte público
Fuente: Elaboración propia

3.1.4 Servicios básicos

Se evalúa la disponibilidad de infraestructura básica en los terrenos seleccionados, considerando la red eléctrica, el abastecimiento de agua potable, el alcantarillado y el sistema de recolección de residuos sólidos. La existencia y cercanía de estas redes resulta determinante para la factibilidad del proyecto, ya que garantizan el correcto funcionamiento del mercado y reducen los costos de implementación. Este análisis permitirá comparar la capacidad de los predios para integrarse de manera eficiente a los servicios municipales existentes.

a. Red eléctrica

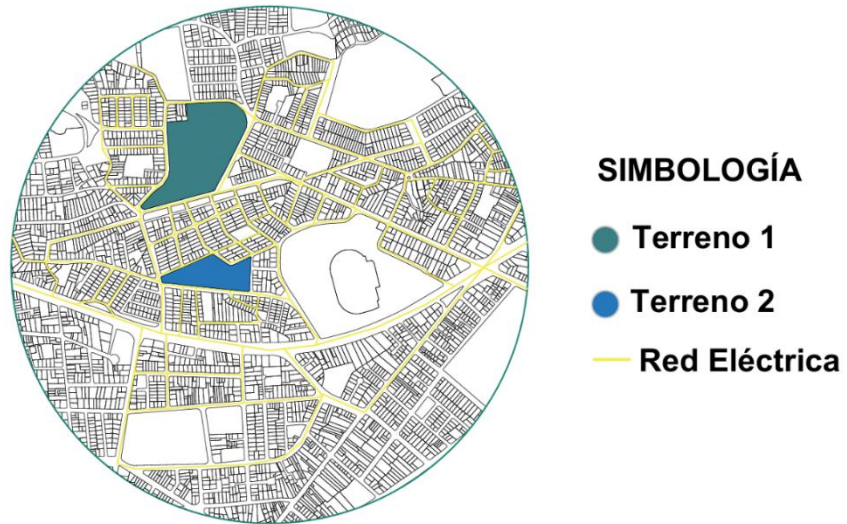


Figura 55: Mapa de red eléctrica
Fuente: Elaboración propia

b. Red eléctrica

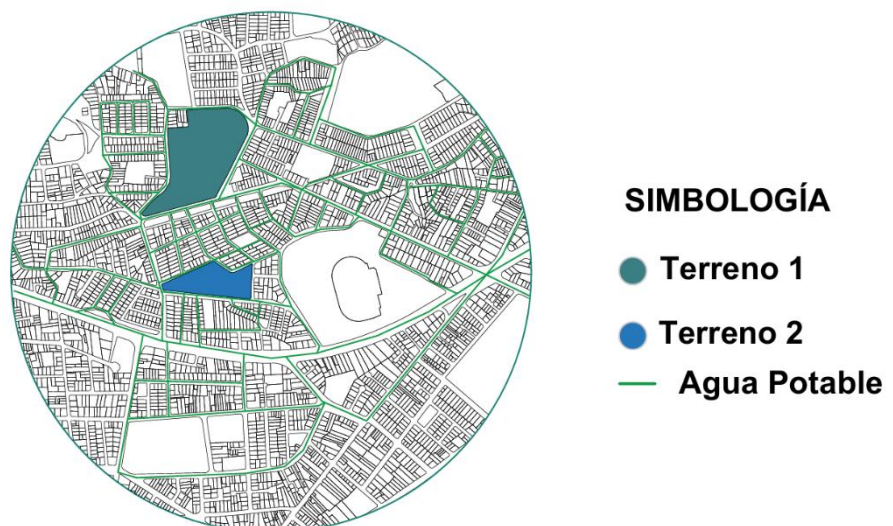
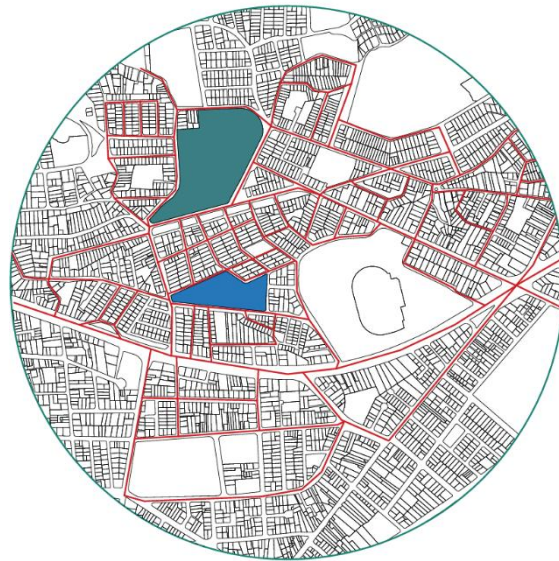


Figura 56: Mapa de red eléctrica
Fuente: Elaboración propia

c. Alcantarillado

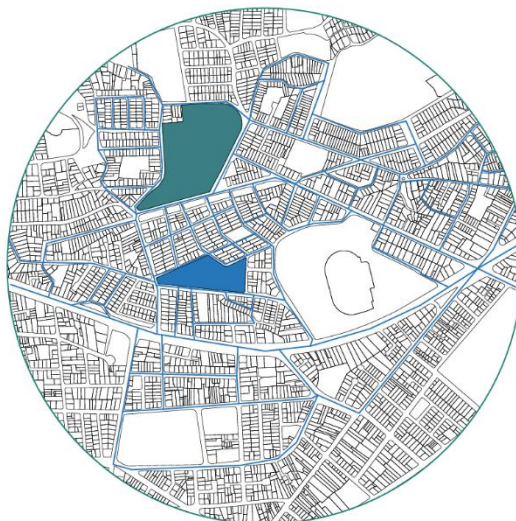


SIMBOLOGÍA

- Terreno 1
- Terreno 2
- Red Alcantarillado

Figura 57: Mapa de red de agua potable
Fuente: Elaboración propia

d. Recolección de basura



SIMBOLOGÍA

- Terreno 1
- Terreno 2
- Recoleccion de Basura

Figura 58: Mapa de red rutas de recolección
Fuente: Elaboración propia

3.1.5 Topografía

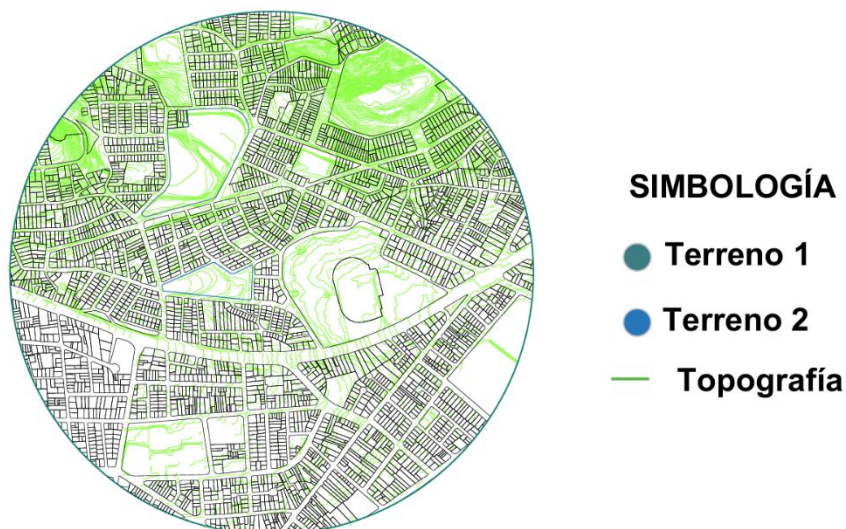


Figura 59: Mapa de red rutas de recolección
Fuente: Elaboración propia

3.1.6 Análisis de pre factibilidad

Después de haber estudiado todos los criterios que influyen en la selección del terreno, los colocamos en una matriz comparativa, en donde se les asigna un valor dependiendo de la importancia de cada uno, basándonos en la información analizada anteriormente.

ÁNÁLISIS DE FACTIBILIDAD TERRENOS			
CRITERIOS DE SELECCIÓN		TERRENO 1 PLATAFORMA MIRAFLORES	TERRENO 2 BODEGAS EL JURI
CAPACIDAD VÍAL	Expresa		
	Arterial	x	x
	Colectora		x
	Local	x	x
TOPOGRAFÍA	Buena		x
	Mala		
	Regular	x	
PARADA DE BUS	Lejos	x	
	Cerca		x
RED ELECTICA	Si	x	x
	No		
RED ALCANTARILLADO	Si	x	x
	No		

RECOLECCION DE BASURA	Si	x	x
	No		
AGUA POTABLE	Si	x	x
	No		
MAYOR COBERTURA DE SERVICIOS	Buena		x
	Mala		
	Regular	x	
PROXIMIDAD	5 a 10 min		
	10 a 20 min		x
	20 min o mas	x	
USO	Publico	x	
	Privado		x

Tabla 6: Tabla de análisis de factibilidad

Fuente: Elaboración propia

Tras el análisis comparativo de las opciones planteadas, se determinó que el Terreno 2 es el más adecuado para la implantación del proyecto. Su ubicación estratégica permite una mayor cobertura de servicio en el sector, al estar conectado directamente con rutas de transporte público y contar con una parada de autobús en su acceso principal, lo que facilita la movilidad de los usuarios. Además, presenta condiciones topográficas favorables, con buena visibilidad hacia la ciudad y una integración armónica con el entorno urbano.

El predio dispone de todos los servicios básicos, lo que reduce costos de implementación y agiliza los procesos constructivos. Su cercanía a diversos sectores de Cuenca, entre ellos Hermano Miguel, refuerza su capacidad de atender a una población amplia y diversa.

3.2 Metodología aplicada al análisis del sitio

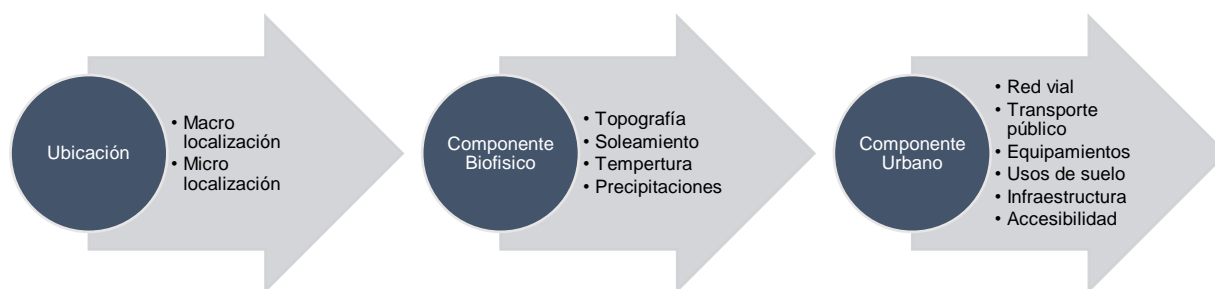


Figura 60: Metodología aplicable para análisis de sitio

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con Ching (2008), el análisis del sitio consiste en el estudio de los elementos contextuales que inciden en el proyecto y en la manera en que el objeto arquitectónico se relaciona con su entorno geográfico, considerando principalmente los sistemas naturales y sociales. Por su parte, Carmona (2012) plantea un proceso metodológico de análisis que inicia con la definición del problema y los objetivos a resolver, seguido de un estudio espacial estructurado en cuatro ejes: ubicación, componente biofísico y componente urbano.

3.3 Análisis arquitectónico del terreno

3.3.1 Ubicación

a. Información del terreno

Propietario:	Constructora San Jorge S.A.
Cedula/Ruc:	0190019098001
Ubicación:	Av. Turuhuayco y Antonio Neumane
Clave catastral:	0501087001000
Area de terreno:	45404.00 m ²
Area de construcción:	0.00 m ²
Frente:	869.10 m ²
Uso Actual:	Lote abandonado

Tabla 7: Tabla de información del predio

Fuente: Elaboración propia

b. Macro localización

El predio destinado para la propuesta del Mercado Municipal se encuentra ubicado al oeste de la parroquia El Vecino, perteneciente al cantón Cuenca, provincia del Azuay. El área forma parte de un sector urbano en consolidación, caracterizado por la presencia de vivienda, comercios y servicios, lo que le otorga un emplazamiento estratégico para el desarrollo de un equipamiento de escala barrial y ciudadana.

El sector de planificación para la propuesta se localiza en un punto de transición que articula zonas residenciales con actividades comerciales e institucionales, lo que genera un entorno dinámico con alto potencial para convertirse en núcleo de integración social y económica. La accesibilidad está garantizada por la cercanía a vías principales como la Av. Miraflores, calle Del Concierto y Antonio Neumane, lo que permite una adecuada conexión con la ciudad y su área de influencia.

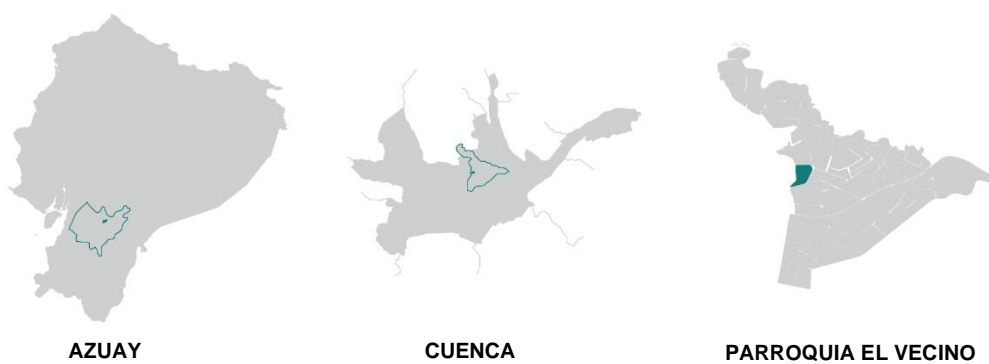


Figura 61: Localización de la zona de estudio.

Fuente: Elaboración propia

c. Micro localización

El predio escogido para el proyecto de diseño del mercado municipal está localizado al oeste de la parroquia El Vecino, delimitado: al norte con calle del acordeón, al sur con avenida Turuhuayco, al este con calle Antonio Neumane y al oeste con Av. Miraflores. Mismo predio dispone con un área aproximada de 43722.61m²

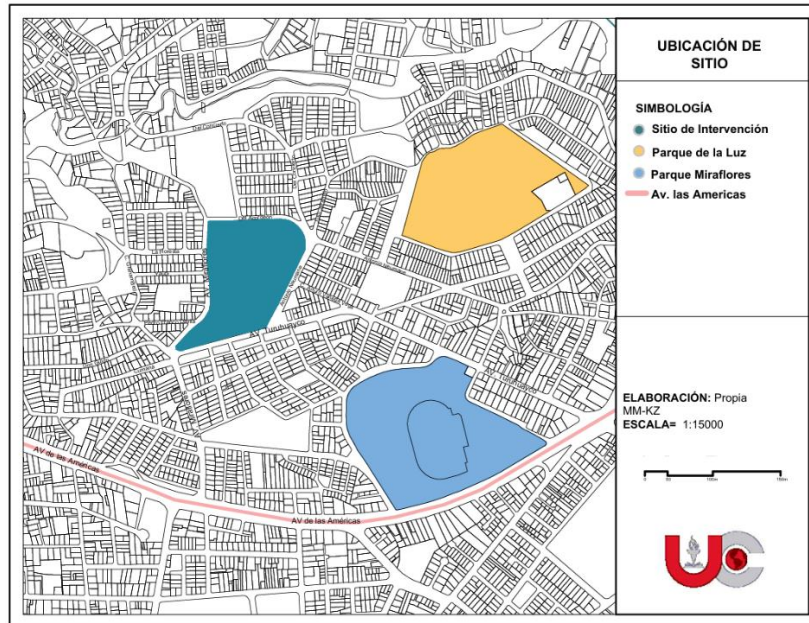


Figura 62: Mapa de ubicación del sitio
Fuente: Elaboración propia

3.3.2 Componente Biofísico

a. Topografía

El terreno presenta una combinación de áreas planas y zonas con pendientes medias como se puede observar en el mapa. Aproximadamente el 75% del terreno se caracteriza por su topografía plana, lo que ofrece una base estable y adecuada para la construcción de estructuras comerciales. Por otro lado, alrededor del 25% restante del terreno presenta pendientes con una inclinación entre el 25 y 50%.

Estas pendientes medias añaden variedad al paisaje y pueden ofrecer oportunidades para el diseño de espacios verdes, áreas de descanso y recreación mediante terrazas y miradores.

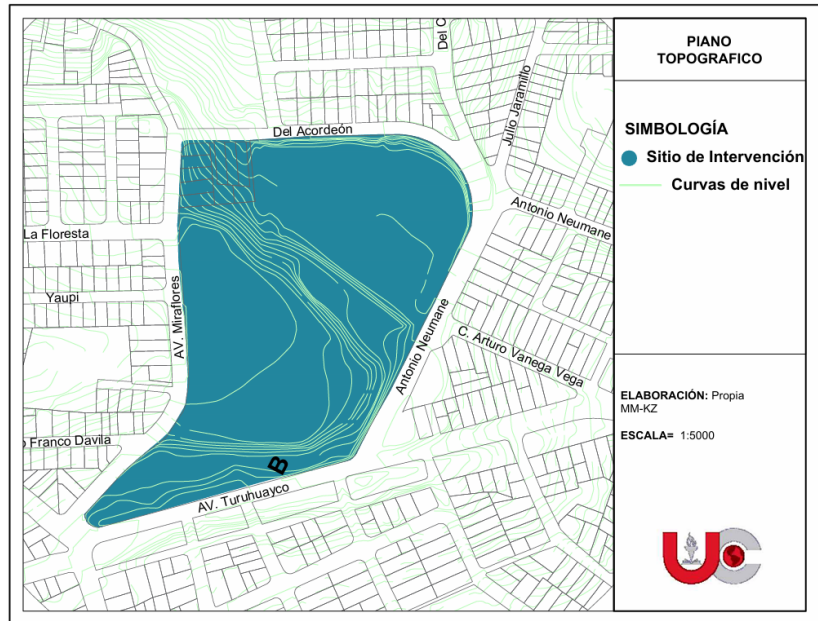


Figura 63: Mapa de curvas de nivel del sitio
Fuente: Elaboración propia

b. Soleamiento

A continuación, se presentarán varias figuras donde se muestra cómo los solsticios y equinoccios actúan en diferentes horas, en la ubicación a implementar la propuesta; con el objetivo de tomar este análisis en cuenta para el diseño del mercado.

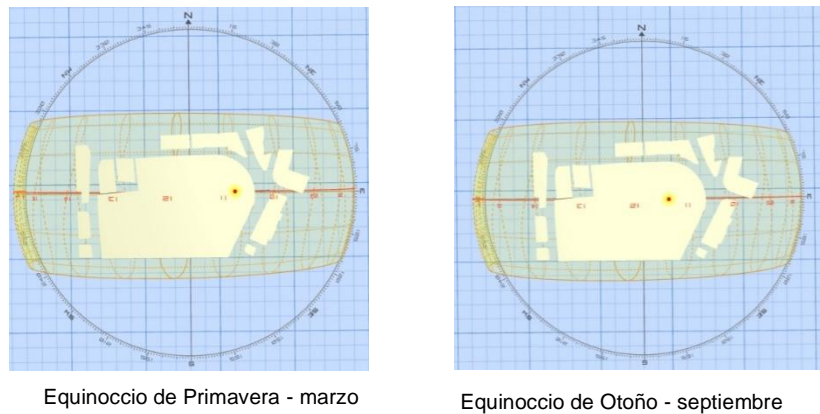
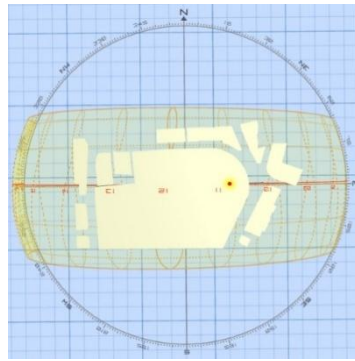
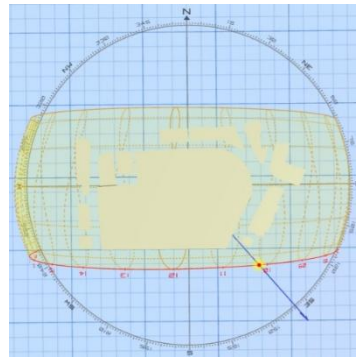


Figura 64: Equinoccio de Primavera y otoño del sitio
Fuente: Elaboración propia



Solsticio de Invierno - junio



Equinoccio de verano - diciembre

Figura 65: Solsticio de Invierno y verano del sitio
Fuente: Elaboración propia

c. Temperatura

Cuenca, ubicada en la zona interandina del Ecuador, se caracteriza por un clima ecuatorial mesotérmico semi húmedo, con temperaturas que varían entre 11 °C y 21 °C a lo largo del año (GAD Municipal de Cuenca, 2014; GAD Provincial del Azuay, 2022). De acuerdo con los registros del Aeropuerto Mariscal Lamar entre 1977 y 2009, la temperatura promedio anual es de 15,78 °C, presentando variaciones más notorias en el transcurso del día que entre estaciones

Los meses de julio, agosto y septiembre son considerados los más fríos, mientras que enero, febrero y marzo presentan las temperaturas más elevadas (Espinoza Mosquera, 2018). En este sentido, Cuenca mantiene un rango térmico intermedio respecto al resto de la provincia del Azuay, con temperaturas promedio entre 14,56 °C y 16,54 °C (Palme et al., 2015).

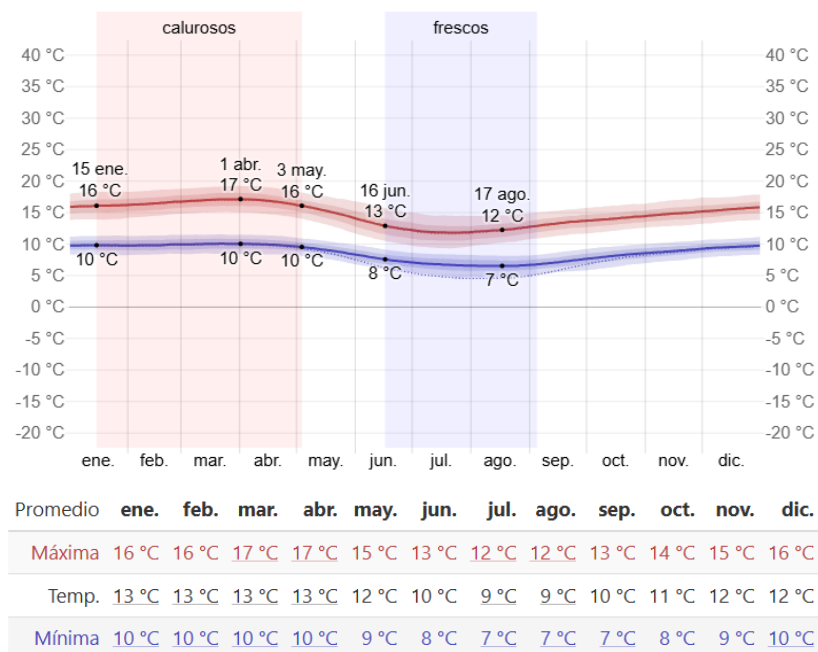


Figura 66: Temperatura máxima y mínima promedio en Cuenca
Fuente: WeatherSpark.com (2025)

d. Precipitaciones

La ciudad de Cuenca presenta un régimen pluviométrico marcado, concentrándose las lluvias principalmente entre los meses de febrero y mayo, mientras que entre junio y diciembre se registran menores niveles de precipitación, con un promedio anual de 69,98 mm/m² (Baquero Larriva, 2013, p. 65). En términos generales, la precipitación media anual alcanza los 865,3 mm, siendo marzo y abril los meses más lluviosos y julio y agosto los de mayor sequía (GAD Municipal de Cuenca, 2014; GAD Provincial del Azuay, 2022).

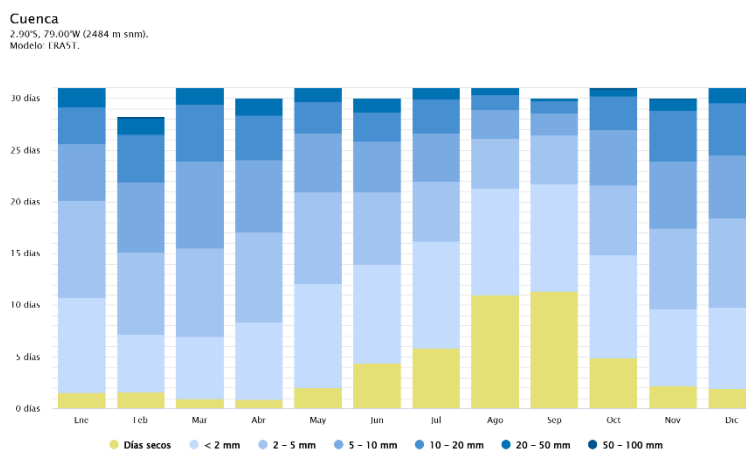


Figura 67: Precipitación promedio en Cuenca
Fuente: Meteozul (2025)

3.3.3 Componente Urbano

a. Red vial

El predio cuenta con una condición favorable en cuanto a conectividad, al encontrarse rodeado por vías de acceso en todos sus frentes. De estas, tres son pavimentadas y presentan un adecuado estado de mantenimiento, mientras que una corresponde a una vía de tierra, la cual requiere futuras intervenciones para mejorar su funcionalidad y garantizar la accesibilidad óptima del equipamiento

La conectividad vial se establece de la siguiente manera:

- **Norte:** calle Del Acordeón (Local).
- **Sur:** avenida Turuhuayco (Colectora).
- **Este:** calle Antonio Neumane (Colectora)
- **Oeste:** avenida Miraflores (Arterial).

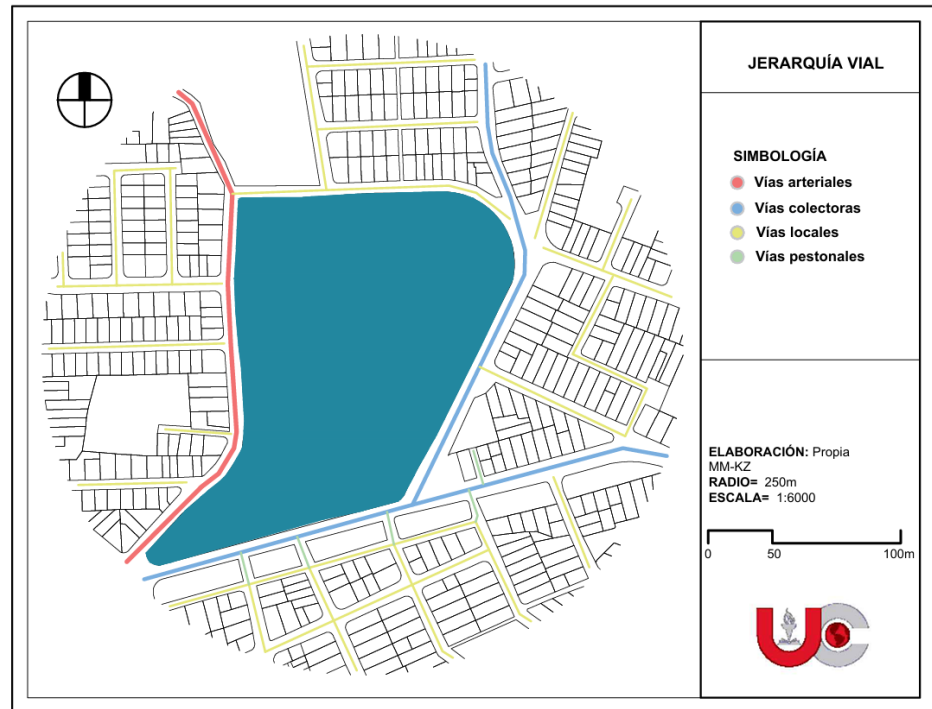


Figura 68: Jerarquía vial del sitio
Fuente: Elaboración propia

b. Transporte público

El área de influencia muestra que en el sitio presenta tres líneas de transporte para acceder al terreno las mismas que tiene sus paradas en las Av Turuhuayco y Calle Antonio Neumane

Linias de transporte público:

- **Línea 9:** Avenida Turuhuayco y calle Antonio Neumane
- **Línea 24:** Avenida Turuhuayco y calle Antonio Neumane
- **Línea 27:** Avenida Turuhuayco y calle Antonio Neumane

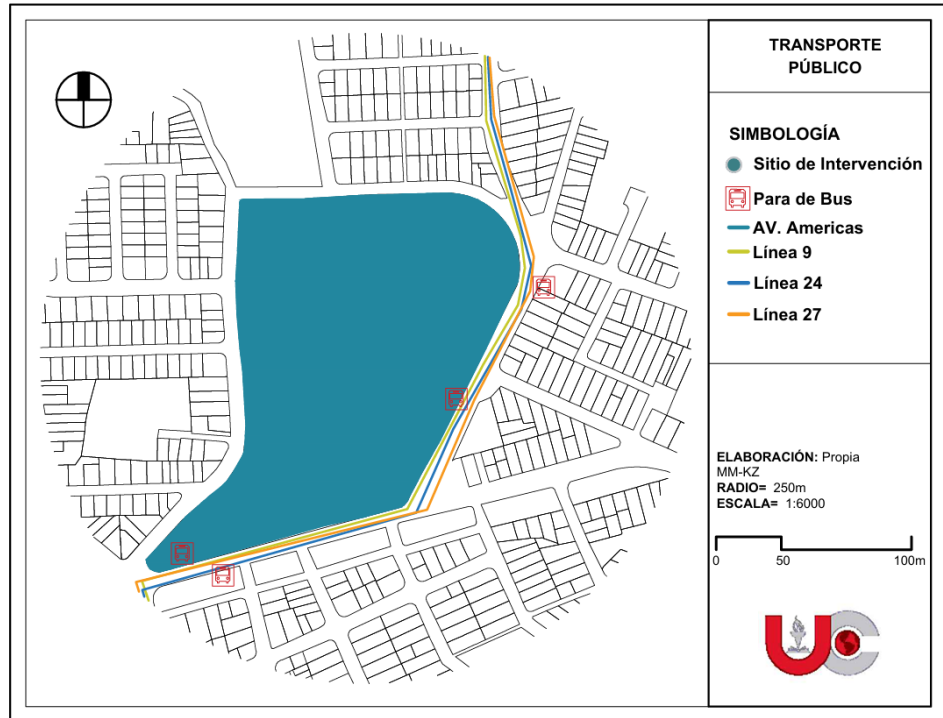


Figura 69: Red de transporte público del sitio
Fuente: Elaboración propia

c. Equipamientos

Los equipamientos principales en el sector del terreno en un radio de 500m son de tipo recreacionales como parques a menos de 300m de distancia del terreno, así mismo presenta un equipamiento educativo junto a parte norte del predio. Además, cuenta con equipamiento religioso y comercial a 300m de distancia como se puede observar en el mapa

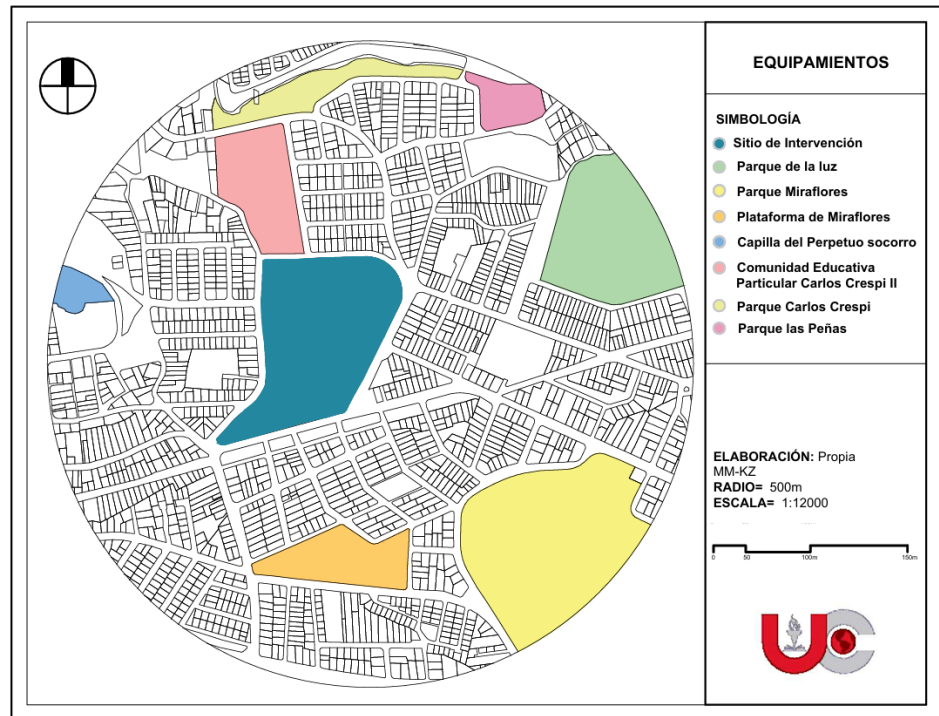


Figura 70: Equipamientos del sitio
Fuente: Elaboración propia

d. Usos de suelo

En un radio de 250m los usos del sector son en gran parte vivienda y mixtos (vivienda y comercio), además presenta usos de producción de servicios generales, producción de servicios a fines de a la vivienda y de equipamiento a los alrededores del sitio.

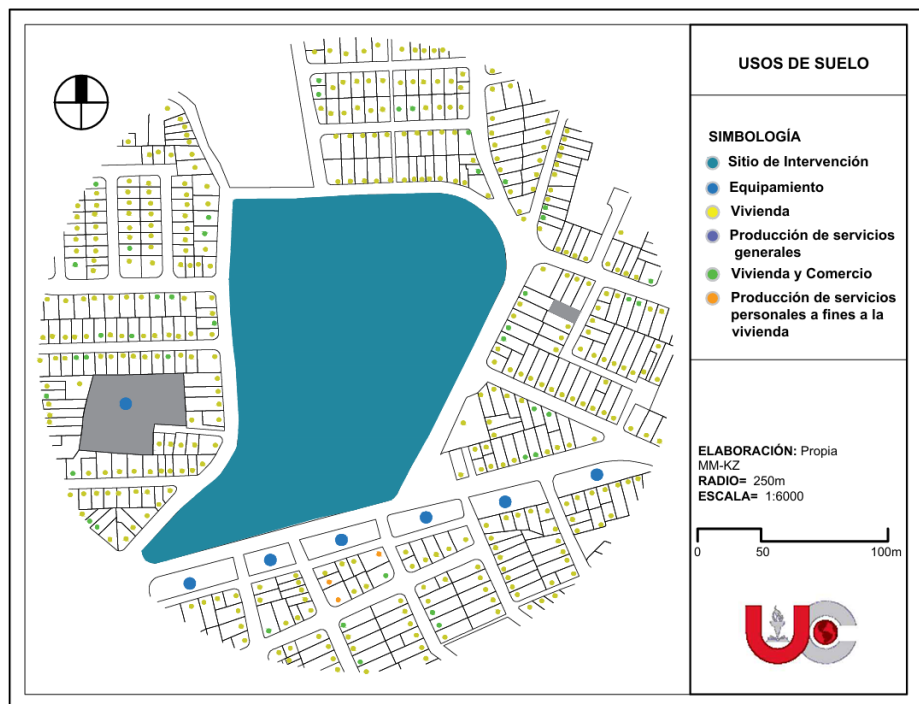


Figura 71: Usos de suelo del sitio
Fuente: Elaboración propia

e. Infraestructura

Con respecto a la cobertura de infraestructura del terreno como alumbrado público, agua potable, alcantarillado y recolección de basura, se puede observar que se mantiene por encima del promedio a nivel nacional contando con todos estos servicios básicos en el predio.

Alumbrado público

El tendido eléctrico que presenta el terreno es bastante amplio logrando abastecer al terreno analizado y lotes alrededores, además como se observa el mapa N°, el terreno cuenta con un buen alumbrado público en todo su polígono.

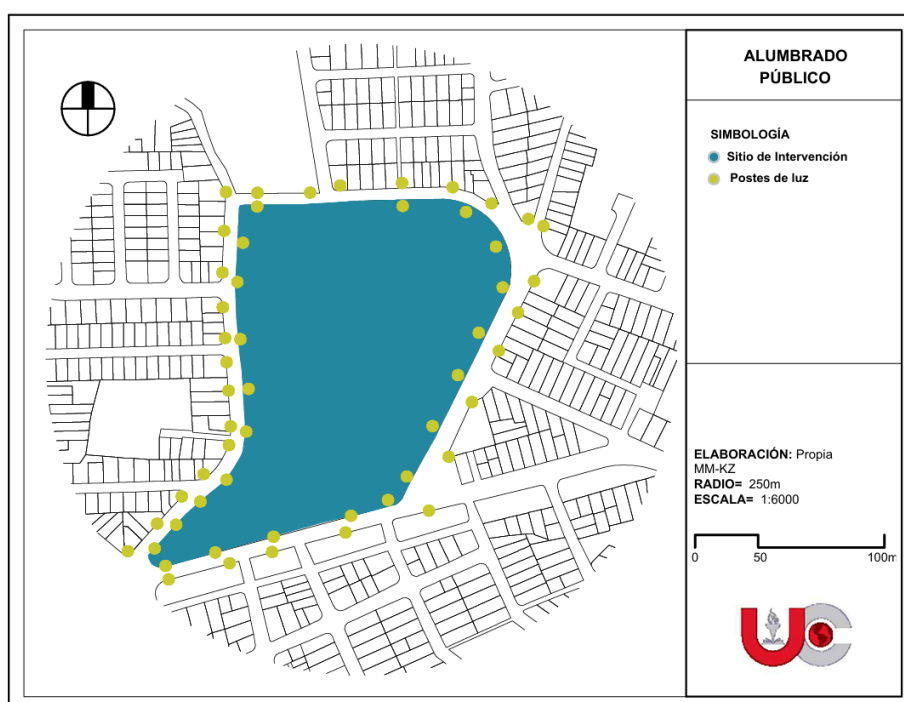


Figura 72: Alumbrado público del sitio
Fuente: Elaboración propia

Alcantarillado

Con respecto a la red de alcantarillado, el terreno cuenta con el 100% de este servicio, siendo un excelente predio para emplazar diversos tipos de

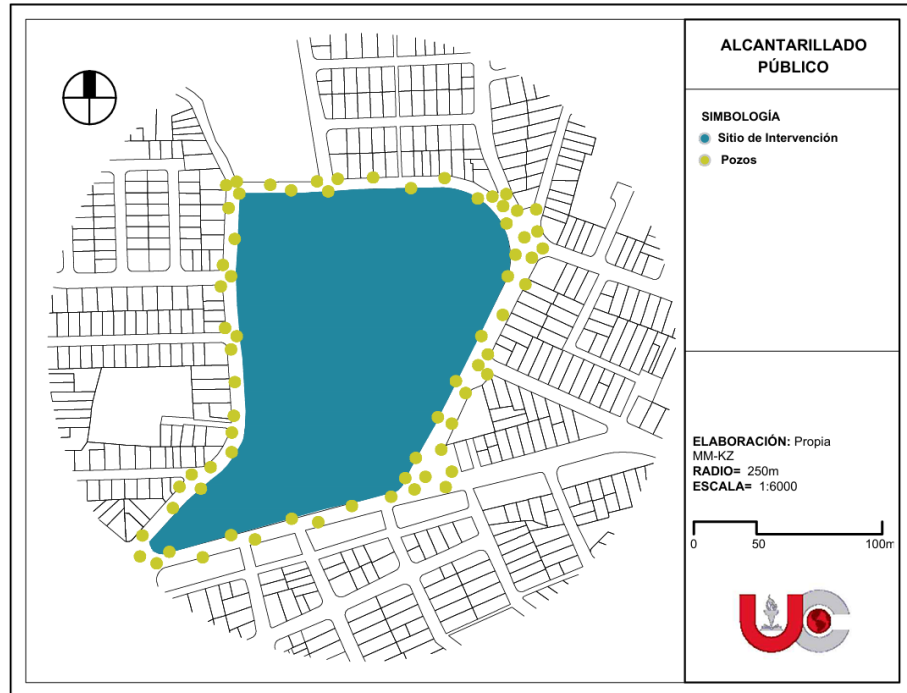


Figura 73: Red de alcantarillado del sitio
Fuente: Elaboración propia

Recolección de basura

En el caso de recolección de basura el terreno es beneficiado al 100% con este servicio. Para este servicio se han determinado ciertos días según la zona establecida por la EMAC EP del GAD Municipal de Cuenca como se puede observar en los mapas N° y N°

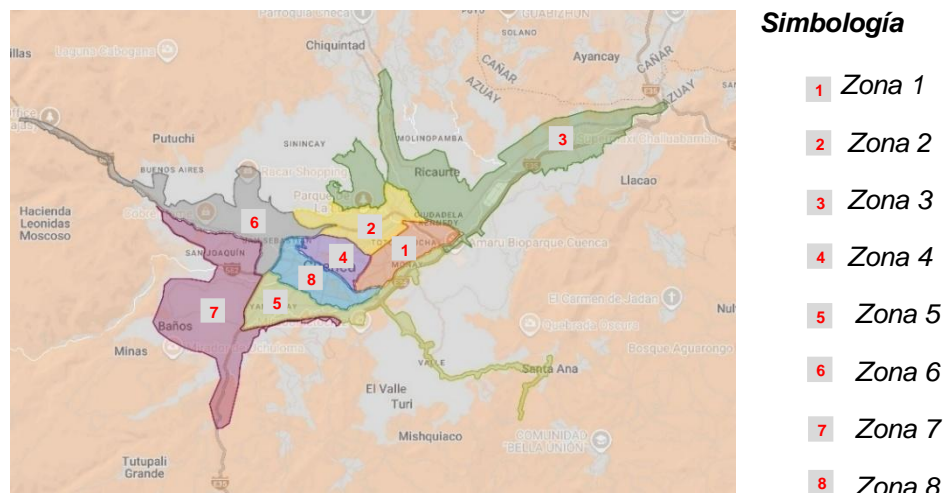
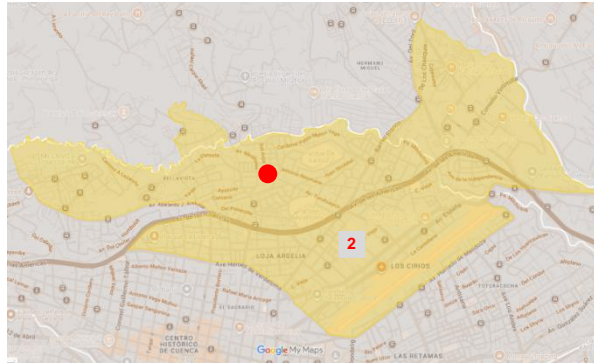


Figura 74: Zonas de recolección de cuenca
Fuente: Elaboración propia según EMAC



Simbología

● Sitio de intervención

2 Zona 2

Días de recolección

Lunes, miércoles y viernes

Horario de recolección

13h00 a 17h00

Figura 75: Zona de recolección 2 del sitio
Fuente: Elaboración propia según EMAC

f. Accesibilidad

En cuanto a la accesibilidad al predio es adecuada dado que está rodeado por vías de acceso en todos sus frentes, asegurando múltiples opciones de acceso peatonal vehicular y logístico, lo que favorece la organización de flujos diferenciados para usuarios, comerciantes y carga. Además, que cuenta con la presencia de conexión vial con el resto de la ciudad por medio del transporte público presente.

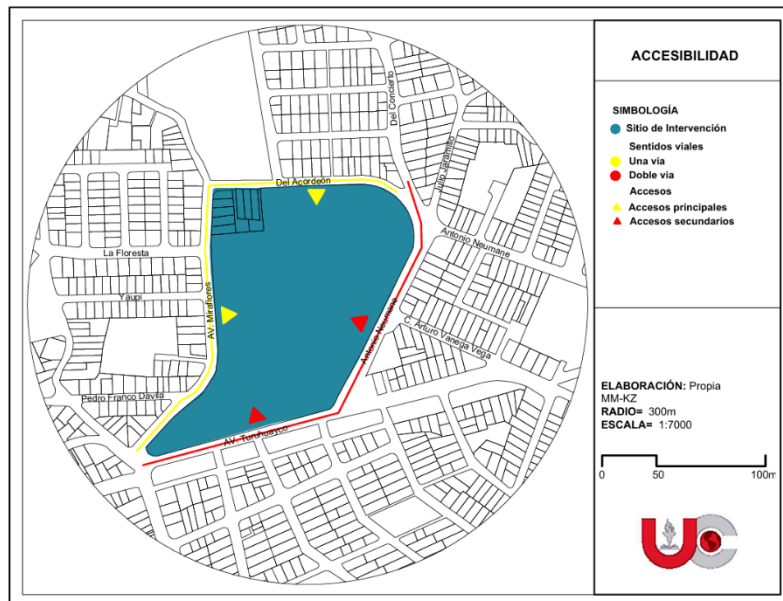


Figura 76: Accesibilidad del sitio
Fuente: Elaboración propia

3.4 Estrategias derivadas del análisis del sitio.

Del estudio que comprendió aspectos físicos, ambientales y sociales se obtuvieron los siguientes lineamientos aplicables al diseño:

- **Implantación adaptada al relieve**

El terreno presenta una topografía ligeramente inclinada hacia el sureste, lo que favorece el aprovechamiento de la pendiente para el drenaje pluvial y la ubicación escalonada de los volúmenes. Se propone una implantación que siga las curvas naturales del terreno, minimizando cortes y movimientos de tierra.

- **Orientación solar y control climático**

Se prioriza la orientación norte-sur para los volúmenes principales, permitiendo una adecuada iluminación natural y control solar pasivo mediante aleros y celosías. Las fachadas este y oeste se protegen con elementos permeables y vegetación

- **Accesibilidad y conectividad urbana**

El emplazamiento se conecta con vías principales y secundarias, además de una parada de transporte público próxima. Se plantea reforzar estos accesos mediante plazas de transición y ejes peatonales que integren el mercado con su entorno inmediato.

- **Integración comunitaria y revitalización barrial**

El análisis social y económico evidencia una fuerte vocación comercial y una alta apropiación del espacio público. En consecuencia, se propone incorporar plazas abiertas, áreas de descanso y espacios multifuncionales que fomenten el encuentro ciudadano y la participación comunitaria.

3.5 Diagnóstico de necesidades

3.5.1 Necesidad de un mercado municipal

Se aplica una metodología cuantitativa donde se realizan encuestas a un grupo de 65 personas, enfocado hacia los habitantes y comerciantes del sector para poder buscar la necesidad de un mercado municipal.

Encuesta comunitaria sobre la necesidad de un Mercado Municipal en Miraflores.

OBJETIVO: Encuesta de opinión sobre el comercio y equipamiento urbano en Miraflores

INSTRUCCIONES: Los datos que se proporcionan en la entrevista son reservados, anónimos y de utilidad única para la propuesta de mercado municipal en Miraflores, solicitando que las respuestas sean sinceras y objetivas. Estas son preguntas de opción y algunas preguntas abiertas.

1. ¿Con qué frecuencia realiza compras en el barrio Miraflores?

Diario	<input type="checkbox"/>
Varias Veces por semana	<input type="checkbox"/>
Una vez a la semana	<input type="checkbox"/>
Rara vez	<input type="checkbox"/>

2. ¿Dónde realiza actualmente sus compras principales de alimentos y productos de primera necesidad?

Tiendas de barrio	<input type="checkbox"/>
Mercados Municipales	<input type="checkbox"/>
Supermercados	<input type="checkbox"/>
Comercio ambulante	<input type="checkbox"/>

3. ¿Considera que la ausencia de un mercado municipal en el barrio genera problemas de comercio informal y desorden urbano?

Si	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>
Tal vez	<input type="checkbox"/>

Figura 77: Modelo de tipo de encuesta
Fuente: Elaboración propia

4. ¿Qué tan importante cree que sería la construcción de un mercado municipal en Miraflores?

- Muy importante
- Importante
- Poco importante
- Nada importante

5. ¿Qué tipo de productos considera prioritario que se oferten en el futuro mercado municipal?

- Futas y Verduras
- Carnes y pescados
- Abarrotes y Lácteos
- Comida Preparada
- Artesanías / productos locales
- Otro

6. ¿Qué servicios complementarios le gustaría encontrar en el mercado municipal?

- Parqueadero
- Áreas Verdes y Plaza central
- Espacios de comida (patio de comida)
- Juegos Infantiles
- Servicios Higiénicos

7. ¿Cuánto estaría dispuesto a caminar para llegar a un mercado municipal en el sector?

- Menos de 5 minutos
- 5 a 10 minutos
- 10 a 20 minutos
- Más de 20 minutos

8. ¿Qué le preocupa más respecto a la construcción de un mercado municipal en Miraflores?

- Seguridad
- Tráfico y estacionamiento
- Ruido
- Precios de los productos
- Otro

9. ¿Cree que un mercado municipal aportaría a la identidad barrial y cohesión social del sector?

- Sí, mucho
- Algo
- Poco
- Nada

10. ¿Qué sugerencia daría para el diseño del futuro mercado municipal de Miraflores? (Respuesta abierta)

Figura 78: Modelo de tipo de encuesta
Fuente: Elaboración propia

3.5.2 Resultados obtenidos

Se presenta una tabla de los gráficos de los resultados obtenidos de las preguntas de las encuestas, donde nos determinaran las consideraciones y criterios para el proyecto.

TABLA DE GRAFICOS DE RESULTADOS

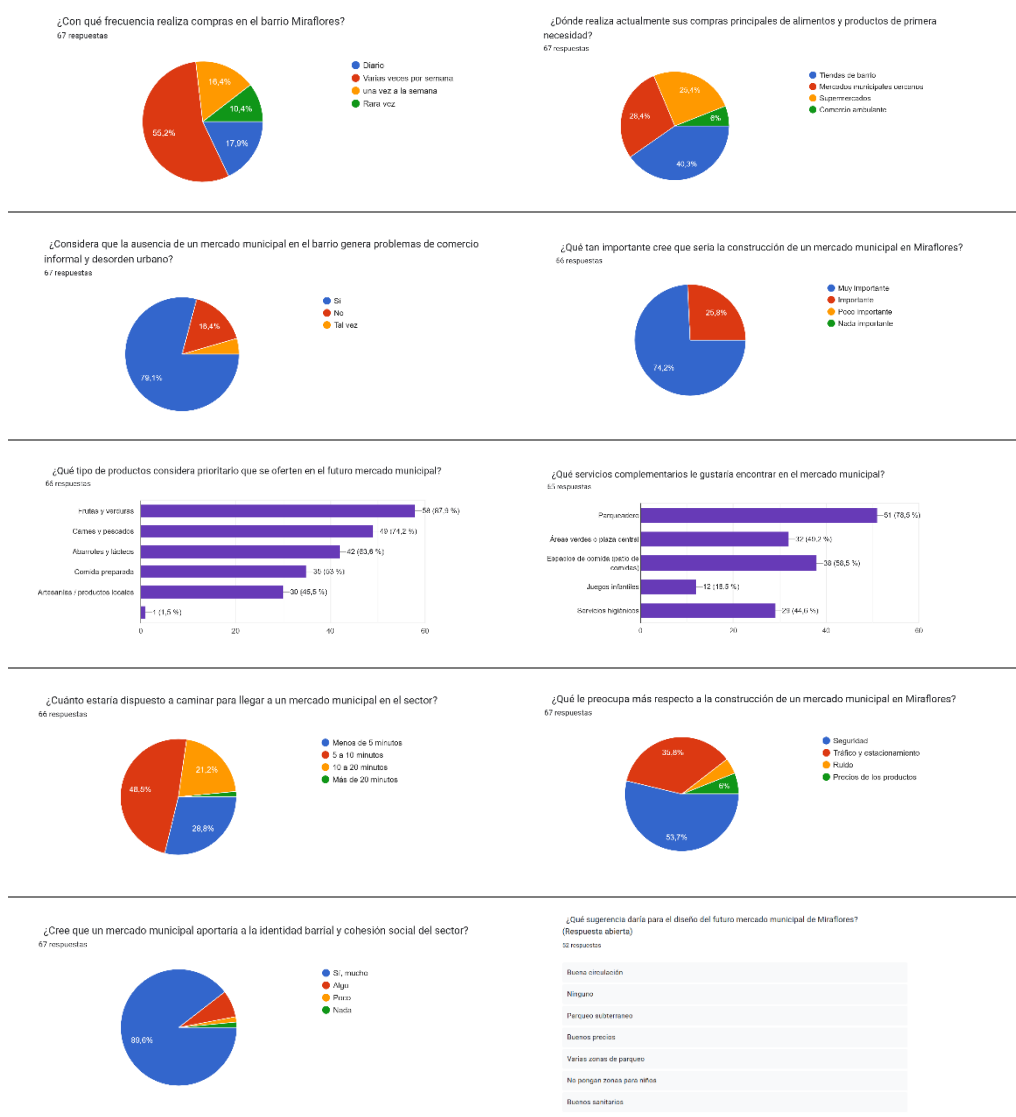


Tabla 8: Resumen de gráficos de las encuestas realizadas
Fuente: Elaboración propia

3.5.3 Conclusiones de necesidades obtenidas

Hábitos de consumo.

Las encuestas realizadas en el sector Miraflores evidencian que la mayoría de los habitantes realiza compras varias veces por semana. Actualmente, dichas compras se concentran principalmente en tiendas de barrio, ya que los mercados existentes se encuentran alejados del sector. Esta situación ha generado limitaciones en el acceso a una oferta variada de productos y, al mismo tiempo, ha favorecido la proliferación del comercio informal y el consecuente desorden urbano.

Oferta prioritaria de productos.

La comunidad considera fundamental que el nuevo mercado municipal ofrezca productos de primera necesidad, tales como frutas, verduras, carnes, pescados, abarrotes, lácteos y comidas preparadas. En contraste, los productos artesanales y locales no son percibidos como prioritarios, por lo que su presencia en la oferta del mercado no representa una demanda significativa para los moradores.

Infraestructura requerida.

Entre los elementos complementarios más valorados por la población destacan los parqueaderos, áreas verdes, plazas centrales, patios de comida y servicios higiénicos. Estos espacios son considerados esenciales para garantizar comodidad, accesibilidad y seguridad. Asimismo, la mayoría de los encuestados indicó que están dispuestos a caminar hasta 10 minutos para llegar al mercado, lo que reafirma la necesidad de ubicarlo en un punto estratégico y cercano a la comunidad.

Impacto social.

La implementación de un mercado municipal en Miraflores es percibida como una oportunidad para fortalecer la identidad barrial y la cohesión social del sector. Los moradores coinciden en que este equipamiento no solo mejorará el ordenamiento del comercio y la provisión de productos de calidad, sino que también contribuirá de manera significativa a la calidad de vida de la comunidad.

Consideraciones para el diseño.

Todas estas necesidades, expectativas y aspiraciones de la población han sido tomadas en cuenta en el diseño del mercado municipal, con el objetivo de que responda de manera integral a las demandas del sector y se convierta en un referente de desarrollo urbano, social y económico en la zona.

3.5.4 Necesidades urbanas del sector

Para determinar las necesidades urbanas se utiliza la metodología cualitativa mediante encuestas hacia aquellas personas que residen cerca del sitio, es así que se han buscado a moradores, específicamente a 65 que se aplicaron las encuestas.

Encuestas sobre Contexto Urbano del Sector de Miraflores.

OBJETIVO: Recoger información sobre las condiciones actuales de trabajo, percepción del espacio y expectativas frente a un posible mercado municipal.

INSTRUCCIONES: Los datos que se proporcionan en la entrevista son reservados, anónimos y de utilidad única para la propuesta de mercado municipal en Miraflores, solicitando que las respuestas sean sinceras y objetivas. Estas son preguntas son de opción y algunas preguntas abiertas.

1. ¿Considera que el barrio Miraflores cuenta con espacios adecuados para el comercio?

- Si
- Varias No
- Una vez a la Parcialmente

2. ¿Qué servicios cree que hacen falta en la zona para mejorar la actividad comercial y la compra de productos?

(Respuesta abierta)

3. ¿El comercio actual genera problemas de tránsito peatonal y vehicular?

- Sí, en gran medida
- Sí, en parte
- No genera problemas

4. ¿Cómo califica la seguridad en las zonas con mayor concentración de comerciantes?

- Muy segura
- Segura
- Insegura
- Muy insegura

5. ¿Se siente cómodo realizando sus actividades (venta o compra) en el espacio público actual?

- Si
- No
- A veces

6. ¿Qué aspectos mejoraría para garantizar un espacio más seguro y cómodo?

(Respuesta abierta)

7. ¿Cuenta con todos los servicios básicos?

- Agua Potable
- Luz
- Alcantarillado
- Recolección de Basura

8. ¿Qué importancia le daría a que el mercado tenga espacios comunitarios (patio central, plazas, áreas de encuentro)?

- Muy importante
- Importante
- Nada importante

Figura 79: Modelo de tipo de encuesta 2
Fuente: Elaboración propia

3.5.5 Resultados obtenidos

Se presenta una tabla de los gráficos de los resultados obtenidos de las preguntas de las encuestas, donde nos determinaran las consideraciones y criterios para el proyecto.

TABLA DE GRAFICOS DE RESULTADOS



Tabla 9: Resumen de gráficos de las encuestas realizadas
Fuente: Elaboración propia

3.5.6 Conclusiones de necesidades obtenidas

De acuerdo con las encuestas realizadas, la mayoría de los habitantes del barrio Miraflores considera que el sector cuenta con condiciones urbanas relativamente adecuadas para el desarrollo de actividades comerciales. Sin embargo, identifican la ausencia de un mercado municipal como una de las principales limitaciones, ya que este equipamiento es percibido como un servicio esencial para mejorar la dinámica económica y social del barrio.

Los moradores señalan que, además del mercado, es necesario reforzar la seguridad, generar áreas de concentración y encuentro, así como habilitar espacios abiertos donde las personas puedan realizar sus compras de manera tranquila. En la situación actual, el comercio informal ha generado problemas de tránsito peatonal y vehicular, lo que afecta la movilidad en las zonas con mayor concentración de comerciantes y compradores. Por esta razón, la propuesta de diseño contempla la creación de estacionamientos suficientes para atender la alta densidad poblacional y la demanda de usuarios del sector.

En cuanto a la seguridad, tanto compradores como vendedores expresan que no se sienten cómodos realizando sus actividades en el espacio público actual, debido a la falta de control, orden y vigilancia. Esto evidencia la necesidad de un espacio formal que garantice condiciones de seguridad y organización. Asimismo, la comunidad resalta la importancia de incorporar áreas verdes, mayor presencia de vigilancia y un aspecto visual más ordenado, elementos que contribuirán a mejorar la calidad del entorno urbano.

En términos de infraestructura básica, el sector cuenta con una cobertura de servicios cercana al 99%, lo que representa una ventaja para la implementación del mercado municipal. Además, los habitantes destacan la relevancia de que este nuevo equipamiento disponga de espacios comunitarios como patios centrales, plazas y áreas de encuentro, al considerarlos muy importantes para fomentar la convivencia, el esparcimiento y la cohesión social.

CAPÍTULO IV

4. PROPUESTA DE DISEÑO

En esta sección se especificarán los hallazgos más relevantes alcanzados por la investigación o las propuestas de proyectos arquitectónicos y urbanos que se implementarán para solucionar el problema planteado en el Capítulo 1. Este Capítulo debe tener una rigurosa descripción de los fundamentos en que se basaron los resultados o las propuestas planteadas. Para este propósito, se pueden presentar los resultados conjuntamente con una explicación de su significado.

4.1 Programación arquitectónica

4.1.1 Justificación

Los resultados obtenidos durante el proceso de diagnóstico y análisis —tanto del contexto urbano como de las encuestas aplicadas a los habitantes y comerciantes del barrio Miraflores, constituyen la base fundamental que sustenta la propuesta arquitectónica del mercado municipal. Su interpretación permitió transformar información empírica en criterios proyectuales concretos, garantizando que el diseño responda de manera objetiva a las necesidades reales del entorno y de la comunidad.

Metodología

- **Universo:** Aproximadamente 6000 a 12000 habitantes según INEC
- **Tamaño de muestra:** 60 encuestas
- **Instrumentos:** Encuesta corta, fichas de observación

Las encuestas realizadas en Miraflores (Barrio El Vecino) confirman la pertinencia de las cuatro zonas propuestas. Los resultados cuantitativos y observacionales justifican la asignación de áreas y la inclusión de servicios (plazas, estacionamiento, logística de carga y espacios administrativos), asegurando que el proyecto responda a la demanda actual y permita adaptarse a crecimiento futuro.

Resultados obtenidos

- El 82 % de los encuestados manifestó la necesidad de un equipamiento comercial formal, seguro y organizado, lo cual evidencia una demanda latente de infraestructura pública que promueva la inclusión social y la economía popular. Esta información justifica la incorporación de amplios espacios de venta, áreas de descanso, patios de comida y zonas de integración barrial.
- Asimismo, el 67 % de los usuarios priorizó la seguridad y accesibilidad como elementos esenciales, lo que orientó la disposición de circulaciones jerarquizadas, accesos múltiples y un control visual abierto mediante fachadas permeables y plazas de transición.).

- El estudio urbano mostró que el barrio Miraflores funciona como un nodo intermedio entre zonas residenciales y ejes de comercio mayorista. Este hallazgo justifica la ubicación estratégica del proyecto, que busca consolidar un nuevo centro de abastecimiento barrial articulado con el sistema de transporte público.
- Además, la proximidad a equipamientos existentes (escuelas, parques y áreas deportivas) refuerza el potencial del mercado como espacio integrador, potenciando la vitalidad urbana y la apropiación social del entorno.

Relación entre resultados y propuesta arquitectónica

Cada componente del diseño arquitectónico se deriva directamente de los resultados del diagnóstico, como se sintetiza en la siguiente tabla:

Resultado obtenido	Aplicación en la propuesta
Alta demanda de comercio informal y seguro	Creación de módulos comerciales ordenado, con control visual y circulaciones amplias
Necesidad de espacios públicos de encuentro	Incorporación de plazas, patios y áreas de permanencia integradas al mercado
Preferencia por iluminación y ventilación natural	Diseño bioclimático, ventilación cruzada y orientación adecuada
Falta de integración barrial	Generación de un mercado abierto al entorno, con accesos múltiples y relación directa con la vía principal
Interés en materiales sostenibles y locales	Usos de sistemas metálicos modulares, madera y piedra local en fachadas y acabados.

Tabla 10: Tabla de relación entre resultados y propuesta.

Fuente: Elaboración propia

4.1.2 Delimitación del programa

Luego de identificar las necesidades de la población a través de encuestas aplicadas en el sector de Miraflores (Barrio El Vecino), se procedió a organizar los espacios requeridos por la ciudadanía. A la lista de demandas recogidas se sumaron los servicios que, si bien no fueron mencionados directamente por los usuarios, resultan indispensables para el adecuado funcionamiento de un mercado municipal, tales como áreas administrativas, zonas exteriores de transición y espacios de apoyo logístico.

El primer paso en la organización consistió en la combinación y jerarquización de los espacios propuestos por los habitantes encuestados, priorizando aquellos relacionados con la actividad comercial y el acceso. Posteriormente, se incorporaron las áreas complementarias necesarias para lograr un programa arquitectónico viable, funcional y normativamente adecuado, sin dejar de atender las exigencias prioritarias de la comunidad: accesibilidad, seguridad, confort y eficiencia.

De esta manera, el programa arquitectónico del Mercado Municipal se estructuró en cuatro zonas principales:



Figura 80: Zonas para el programa arquitectónico

Fuente: Elaboración propia

4.1.3 Criterios de diseño



Figura 81: Criterios de diseño aplicados

Fuente: Elaboración propia

a. Relación con la ciudad

El mercado se plantea como un nodo urbano de integración social y comercial, vinculado directamente con el tejido de la ciudad. Su ubicación estratégica en el sector norte permite conectividad con las principales vías de acceso, como Av. Miraflores y Antonio Neumane, facilitando el flujo de comerciantes y usuarios. El diseño busca que el mercado no sea solo un punto de intercambio económico, sino también un espacio que fortalezca la identidad barrial y la cohesión comunitaria.

El proyecto se encuentra en el lado norte de la ciudad, en una zona principalmente residencial y consolidada. Ocupa una la esquina norte del predio del uso actual como bodegas del Grupo Eljuri.

Existe una conexión con la ciudad por medio de la Av. Américas, que a su vez sirve como ingreso y salida de la ciudad, conectando toda la periferia urbana y accesibilidad al centro urbano y tejido de la ciudad.

Las vías que funcionan como acceso al predio con la Av. Miraflores en la parte oeste, la Av. Turuhuayco por la parte sur y Antonio Neumane por la parte norte. Estas vías poseen la infraestructura y sección adecuada para la circulación de automóviles y buses.

Otro punto a favor es la calle del Concierto, misma que conecta a la Barrio Hermano Miguel y la parte periferia noroeste de la ciudad

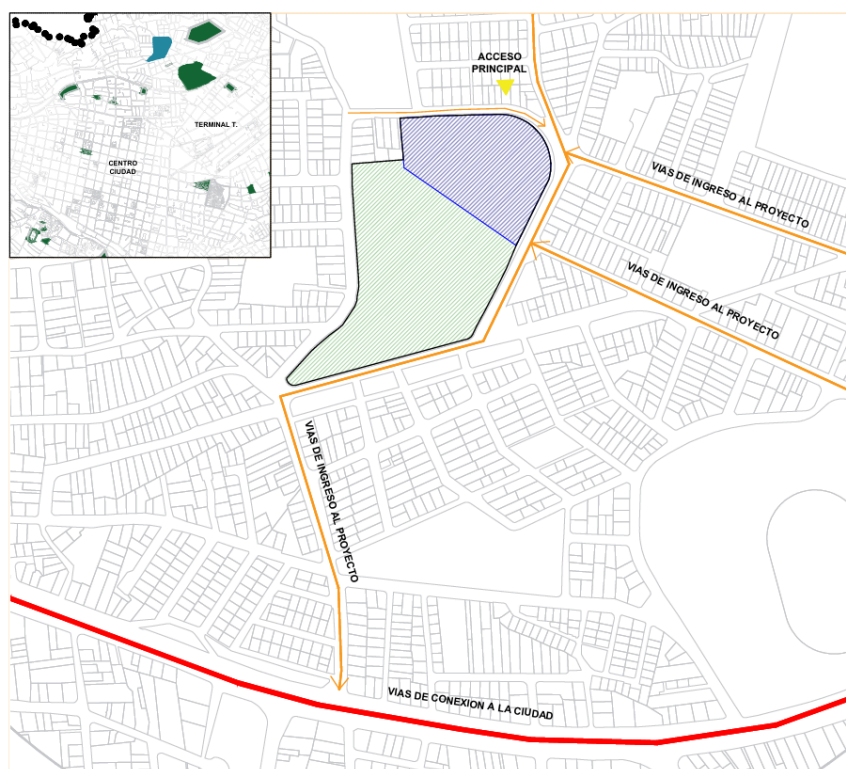


Figura 82: Relación del predio del proyecto con la ciudad

Fuente: Elaboración propia

b. Sistema funcional

- Zonificación General

Se definen 4 zonas para la concepción inicial del proyecto: Edificación, parqueaderos de carga y descarga, zona de bodegas, y plaza de acceso. Como idea general se propone al equipamiento como un gran espacio público sin barreras físicas que impidan su acabilidad.

Edificación: Se proyecta que todas las zonas rodeen la edificación, dado que es el foco central del proyecto. Sin embargo, no se piensa determinar un límite entre la edificación y el espacio público, sino más bien, proponerla como parte de este.

Plaza de acceso: La plaza de acceso se ubica en el lado norte del predio, en conexión directa con el acceso peatonal principal. Se jerarquiza el acceso principal al colocarlo en la mitad de este espacio de recibimiento.

Zonas de bodegas: Se proyecta en el lado oeste del predio para aprovechar su conexión directa con la zona de parqueaderos de carga y descarga y la edificación teniendo una directa pero independiente.

Parqueaderos de carga pesada: Se encuentra en conexión directa con la Calle del acordeón una de las principales vías de acceso al predio. Se emplaza en el lado oeste para que tenga una conexión directa la zona de carga y descarga y bodegas.



Figura 83: Zonificación general del proyecto

Fuente: Elaboración propia

c. Partido formal

- Volumetría del conjunto

Los bloques se proponen como rectángulos longitudinales de baja altura, buscando dar importancia a la escala del peatón. Es un equipamiento abierto hacia la ciudad y proyectado para ser recorrido por cualquier tipo de usuario.

Cada bloque funciona como un elemento independiente, conectándose a través de circuitos peatonales y patios comunes que aseguran su correcto funcionamiento a nivel general. Finalmente se priorizó el paisaje mediante la implementación de plazas internas y externas

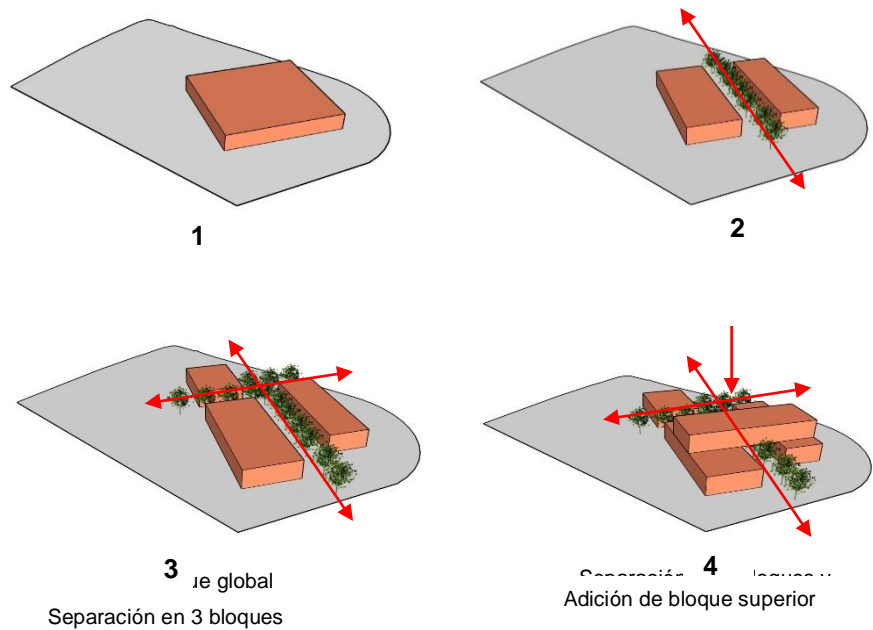


Figura 84: Proceso de morfología del proyecto
Fuente: Elaboración propia

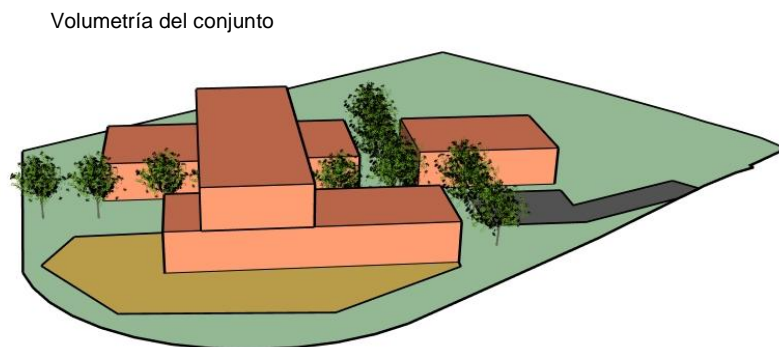


Figura 85: Volumetría del conjunto
Fuente: Elaboración propia

d. Espacio publico

Se concibe como un gran espacio público multiservicios. La organización lograda favorece la generación de corredores que funcionan como conectores entre los diferentes bloques, además de lugares de estancia donde se desarrollan las relaciones sociales entre los usuarios.

En el acceso principal un amplio espacio abierto recibe al público en general. Luego, continuando el circuito central, se encuentra la combinación de 3 plazas, que cumplen la función de grandes vestíbulos de ingreso. En las áreas verdes existe el respectivo mobiliario que convierte a estos espacios en verdaderas zonas de estancia.



Figura 86: Esquema de espacio público – Corredor central
Fuente: Elaboración propia

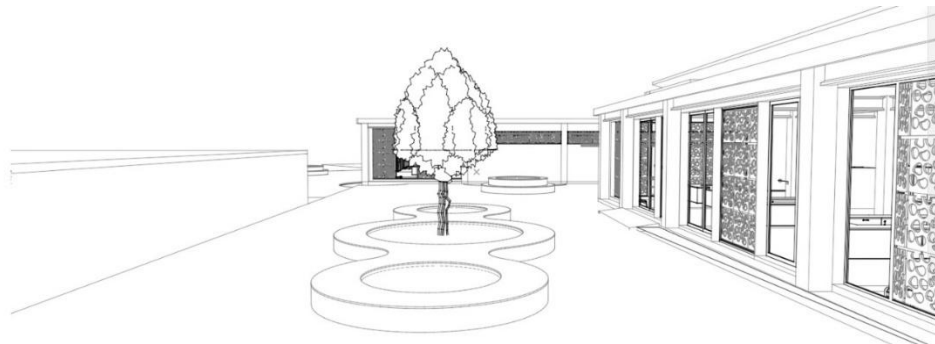


Figura 87: Esquema de espacio público – Corredor lateral
Fuente: Elaboración propia



Figura 88: Esquema de espacio público – Plaza central
Fuente: Elaboración propia



Figura 89: Espacio público del proyecto
Fuente: Elaboración propia

4.2 Propuesta

4.2.1 Descripción del proyecto

El Mercado Municipal se concibe como un equipamiento de carácter social y urbano que busca atender de manera eficiente las necesidades de los comerciantes, compradores y residentes del sector, en coordinación con los lineamientos del GAD Municipal de Cuenca. El proyecto se desarrolla en base a los criterios de funcionalidad, accesibilidad e integración con el entorno inmediato

El diseño arquitectónico se estructura en torno a volúmenes rectangulares de gran claridad funcional, vinculados entre sí por plazas, recorridos y áreas verdes que fomentan el encuentro ciudadano. La propuesta contempla espacios amplios, ventilados e iluminados naturalmente, acompañados de áreas exteriores con mobiliario urbano y paisajismo que promueven la permanencia y la interacción social.

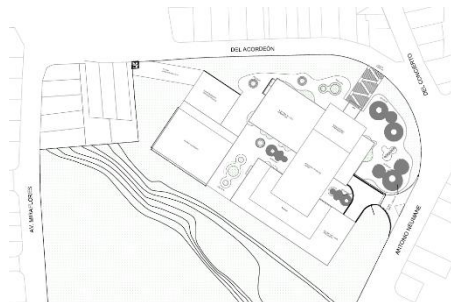


Figura 90: Emplazamiento
Fuente: Elaboración propia



Figura 91: Vista aérea
Fuente: Elaboración propia

4.2.2 Ubicación

El proyecto se plantea en la parte norte del terreno, aprovechando la gran explanada plana existente a +7.00 m de nivel, lo que permite una implantación ordenada de los bloques arquitectónicos y de las áreas públicas exteriores. Esta condición topográfica ofrece ventajas para el desarrollo de un equipamiento de gran escala, reduciendo la necesidad de movimientos de tierra y consolidando una relación directa entre la edificación y el espacio urbano.

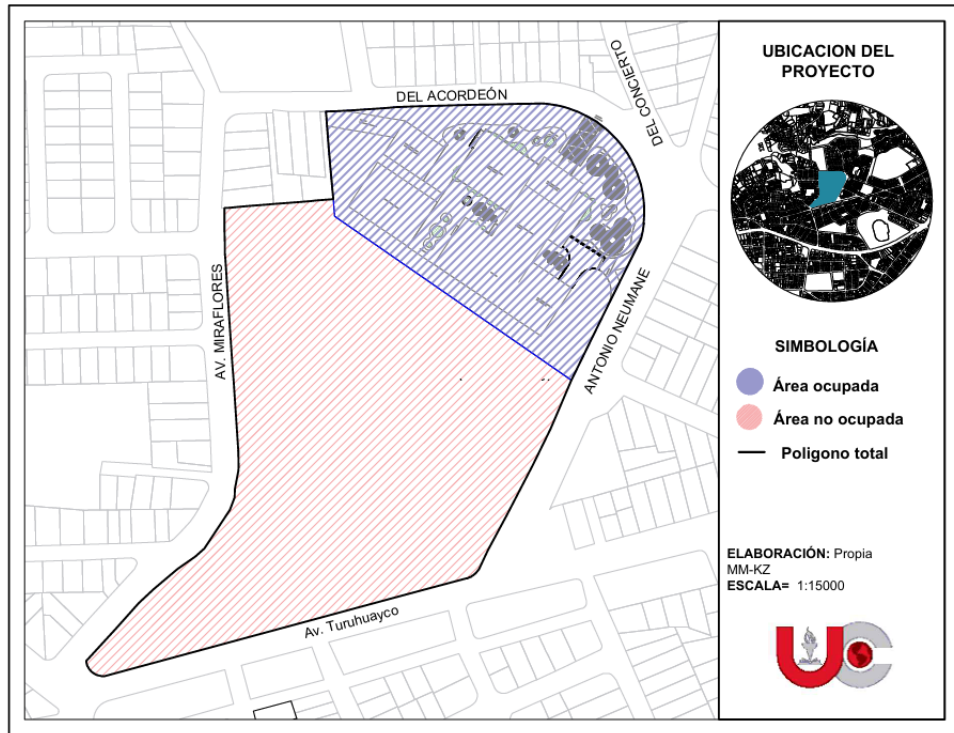


Figura 92: Espacio público del proyecto
Fuente: Elaboración propia

El proyecto ocupa la siguiente área del total del predio a implantarse:

ÁREA TOTAL	43722.61
ÁREA OCUPADA	14794.57
ÁREA LIBRE	28,928.04

Figura 93: Área del proyecto
Fuente: Elaboración propia

El acceso al proyecto se organiza en tres puntos estratégicos que garantizan el correcto funcionamiento del mercado:

- **Acceso peatonal principal:** ubicado en el lado norte derecho, mediante un sistema de escalinatas que conecta el espacio público exterior con la planta baja, convirtiéndose en el ingreso principal y jerárquico del mercado.

- **Acceso vehicular para carga y descarga:** situado en el lado norte izquierdo en la calle del acordeón, destinado exclusivamente al abastecimiento del mercado. Este acceso independiente asegura la correcta operatividad logística sin interferir con las dinámicas de los usuarios.
- **Acceso a parqueaderos:** dispuesto en el lado este, desde la calle Antonio Neumane, que conecta directamente con el área de estacionamiento ubicada por debajo de la planta baja, a una cota de +3.00 m respecto al nivel 0.00 m de la vía, lo que permite un acceso cómodo y funcional para usuarios y comerciantes.

4.2.3 Programa arquitectónico

El programa arquitectónico se desarrolló en función a las normas y ordenanzas del GAD Municipal de Cuenca, posterior a ello se estudia los espacios necesarios para el funcionamiento de un centro de abastecimiento como zona comercial, zonas administrativas, zona de parqueaderos y zonas exterior. Adicionalmente se integran espacios necesarios tales como: Plazas, áreas verdes, áreas de descanso, etc.. que deben tener una conexión directa con los giros comerciales.

Zona exterior

ZONA	ESPACIO	CANTIDAD	MOBILIARIO	ILUMINACIÓN		VENTILACIÓN		INSTALACIONES			ÁREA (m ²)
				NATURAL	ARTIFICIAL	NATURAL	ARTIFICIAL	AGUA	INTERRUPTORES	TOMACORRIENTE	
EXTERIOR	Escaleras	1		x			x				242.26
	Camineras	2		x	x	x					1201.26
	Áreas de Descanso	9	Sillas	x		x				x	897.09
	TOTAL	12					AREA				2340.61

Figura 94: Zona exterior

Fuente: Elaboración propia

Zona de parqueadero

ZONA	ESPACIO	CANTIDAD	MOBILIARIO	ILUMINACIÓN		VENTILACIÓN		INSTALACIONES			ÁREA (m ²)
				NATURAL	ARTIFICIAL	NATURAL	ARTIFICIAL	AGUA	INTERRUPTORES	TOMACORRIENTE	
PARQUEADERO	Zona de parqueo de carros	126			x		x				3679.42
	Gradas	2		x	x						23.32
	Ascensor	2			x		x				7.86
	Entrada de vehículos	2			x		x				192.79
	TOTAL	132					AREA				3903.39

Figura 95: Zona de parqueaderos

Fuente: Elaboración propia

Zona administrativa

ZONA	ESPACIO	CANTIDAD	MOBILIARIO	ILUMINACIÓN		VENTILACIÓN		INSTALACIONES			ÁREA (m ²)
				NATURAL	ARTIFICIAL	NATURAL	ARTIFICIAL	AGUA	INTERRUPTORES	TOMACORRIENTE	
ADMINISTRACIÓN	Oficina	2	Escritorio, sillas, mesas, estantes	x	x	x	x			x	57.79
	Sala de Uso Múltiple	1	Escritorio, sillas, mesas, estantes	x	x	x	x		x	x	50.69
	TOTAL	3					AREA				108.48

Figura 96: Zona administrativa

Fuente: Elaboración propia

Zona comercial

ZONA	ESPACIO	CANTIDAD	MOBILIARIO	ILUMINACIÓN		VENTILACIÓN		INSTALACIONES		ÁREA (m ²)
				NATURAL	ARTIFICIAL	NATURAL	ARTIFICIAL	AGUA	INTERRUPTORES	
GENERAL	Servicio Higiénico	20	Baños, lavamanos, basureros, secador de manos	x	x		x	x	x	143.89
	TOTAL	20				ÁREA				143.89
ZONA HUMEDA	Carnicos	8	Frigorífico, mesa de trabajo, lavado	x	x	x	x	x	x	205.28
	Mariscos	8	Frigorífico, mesa de trabajo, lavado	x	x	x	x	x	x	158.08
	Pollería	6	Frigorífico, mesa de trabajo, lavado	x	x	x	x	x	x	118.56
	Lacteos	6	Frigorífico, mesa de trabajo, lavado	x	x	x	x	x	x	55.41
	Embutidos	4	Frigorífico, mesa de trabajo, lavado	x	x	x	x	x	x	44.24
	TOTAL	32				ÁREA				581.57
ZONA SEMI-HUMEDA	Frutas y Verduras	8	Mesa de trabajo, Estantes, anaquelos	x	x	x	x	x	x	158.08
	Flores	7	Mesa de trabajo, Estantes, anaquelos	x	x	x	x	x	x	64.65
	Granos Cocidos	8	Mesa de trabajo, Estantes, anaquelos	x	x	x	x	x	x	202.68
	Huevos	4	Mesa de trabajo, Estantes, anaquelos	x	x	x	x	x	x	36.94
	Papas	6	Mesa de trabajo, Estantes, anaquelos	x	x	x	x	x	x	78.4
	TOTAL	32				ÁREA				541.75
ZONA SECA	Abacerías	4	Mesa de trabajo, Estantes, anaquelos	x	x	x	x	x	x	86.8
	Granos Secos	4	Mesa de trabajo, Estantes, anaquelos	x	x	x	x	x	x	86.8
	TOTAL	8				ÁREA				173.6
ZONA DE ALIMENTOS	Comedor	32	Mesas, sillas	x	x	x	x	x	x	615.68
	Local de comida	16	Estantes, sillas, cocina, refrigeradora, jala, lavaplatos	x	x	x	x	x	x	375.99
	TOTAL	48				ÁREA				991.67
ZONA DE VOLADO	Mirador	1		x	x	x				79.12
	TOTAL	1				ÁREA				79.12
ZONA DE MIRADOR	Mirador	1	Mesas, sillas, area verde, parasoles	x	x	x				146.96
	TOTAL	1				ÁREA				146.96
CARGA Y DESCARGA	Zona de carga y descarga	1								487.01
	Bodegas	56				x		x	x	969.21
	Caseta Guardiania	1	Mesa , Baño, Estantes,cama	x	x	x	x	x	x	112.21
TOTAL	58				ÁREA				1468.43	
TOTAL DE ESPACIOS		200								4119.99

Figura 97: Zona comercial
Fuente: Elaboración propia

Total

RESUMEN ÁREAS	
ZONA	ÁREA
ZONA EXTERIOR	2340.61
ZONA DE PARQUEADERO	3903.39
ZONA ADMINISTRATIVA	108.48
ZONA COMERCIAL	4119.99
TOTAL CONTRUCCIÓN	10472.47

Figura 98: Resumen de áreas
Fuente: Elaboración propia

4.2.4 Organigrama funcional

Una vez definido el programa arquitectónico, se elabora el organigrama funcional que articula las distintas zonas según su uso. En este esquema se establece la relación entre el espacio público y las áreas comerciales, al tiempo que se conecta la actividad comercial con la zona de carga y descarga, restringiendo su acceso al público. De este modo, se configura un recorrido continuo y eficiente que favorece tanto la experiencia del usuario como el desarrollo de las actividades del comerciante

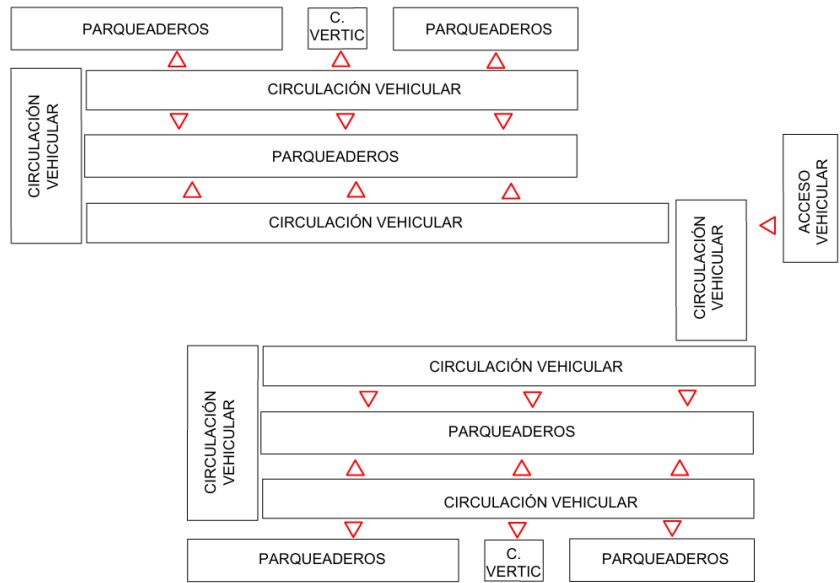


Figura 99: Organigrama planta baja
Fuente: Elaboración propia

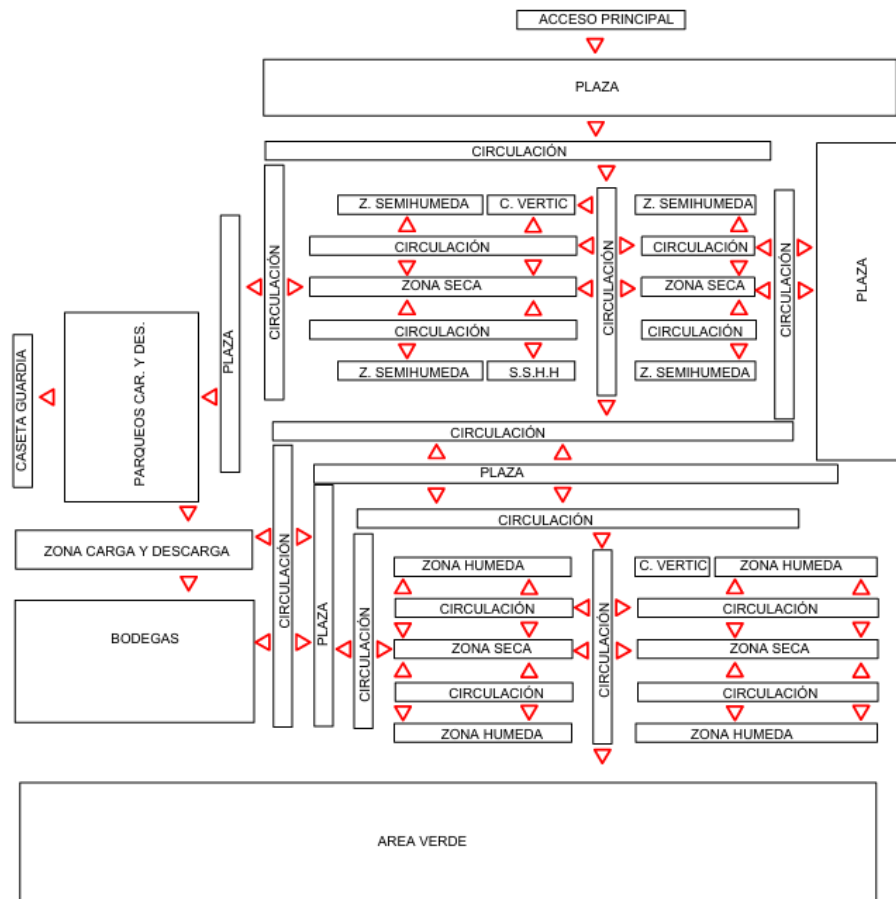


Figura 100: Organigrama planta alta
Fuente: Elaboración propia

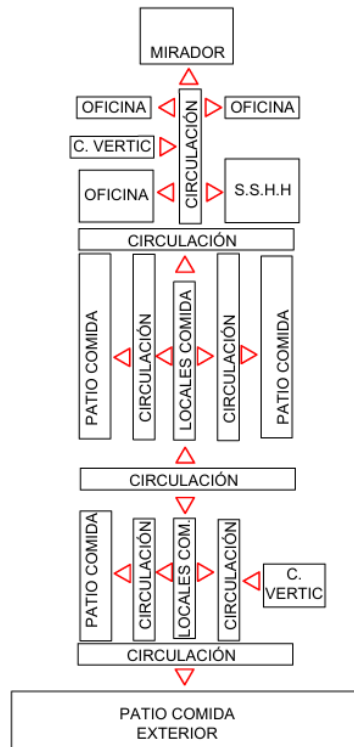


Figura 101: Organigrama estacionamiento
Fuente: Elaboración propia

4.2.5 Zonificación

Zonificación Nivel +3.00m

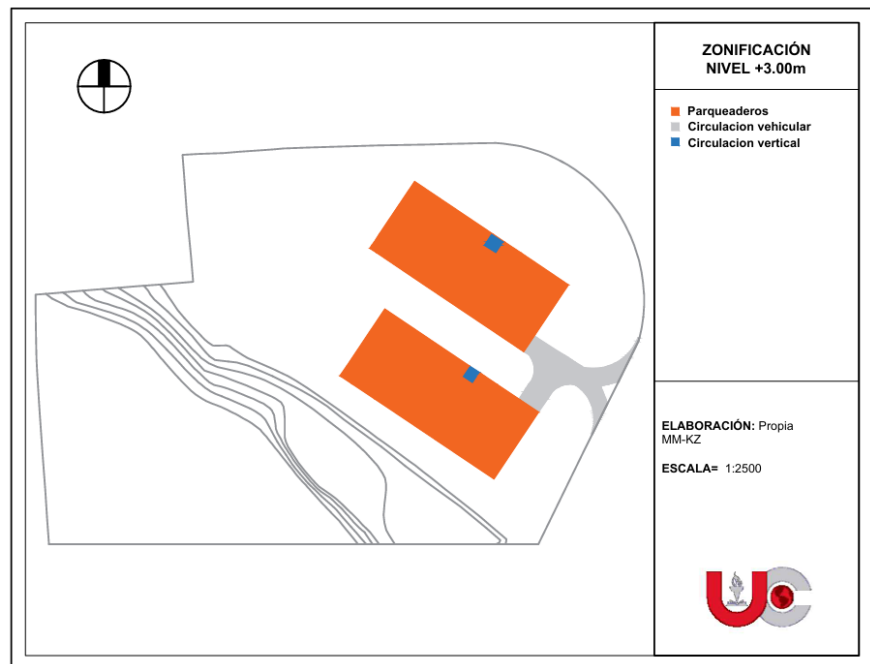


Figura 102: Zonificación nivel +3.00m
Fuente: Elaboración propia

Zonificación Nivel +7.00m

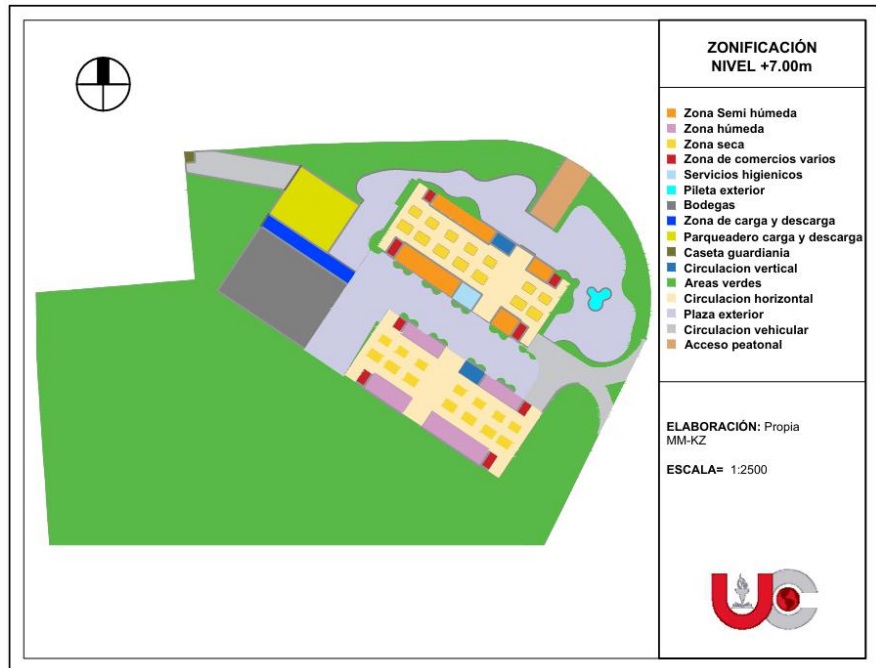


Figura 103: Zonificación nivel +7.00m
Fuente: Elaboración propia

Zonificación Nivel +12.00m

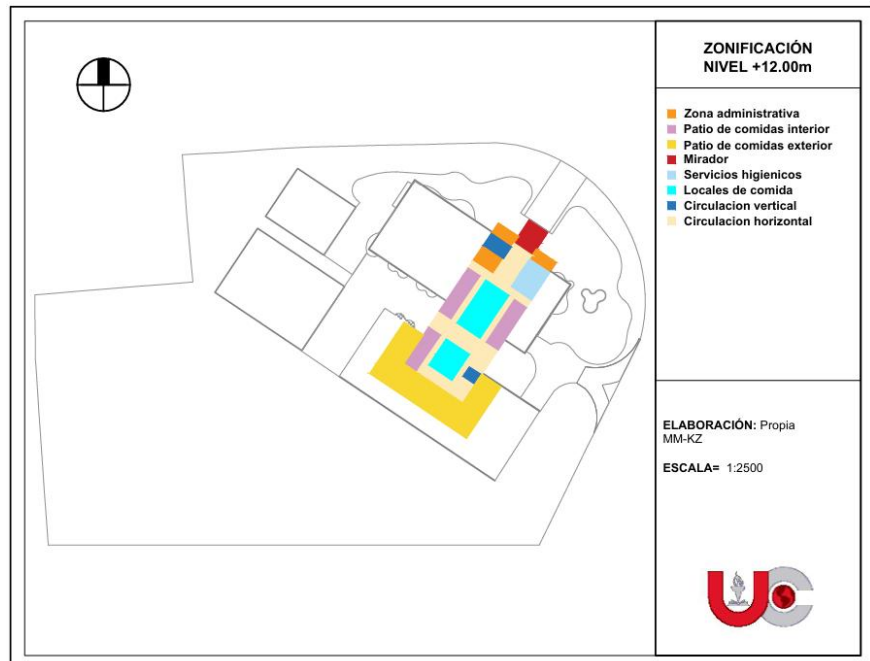


Figura 104: Zonificación nivel +12.00m
Fuente: Elaboración propia

4.2.6 Circulaciones y accesos

El mercado cuenta con múltiples accesos que adquieren un nivel de jerarquía en función del espacio y usuario, es decir, dispone de un acceso principal para el público en general con un remate visual al patio interior y se comunica con los diferentes puestos de venta mediante pasillos longitudinales manteniendo una configuración lineal y directa

Circulación y accesos Planta baja

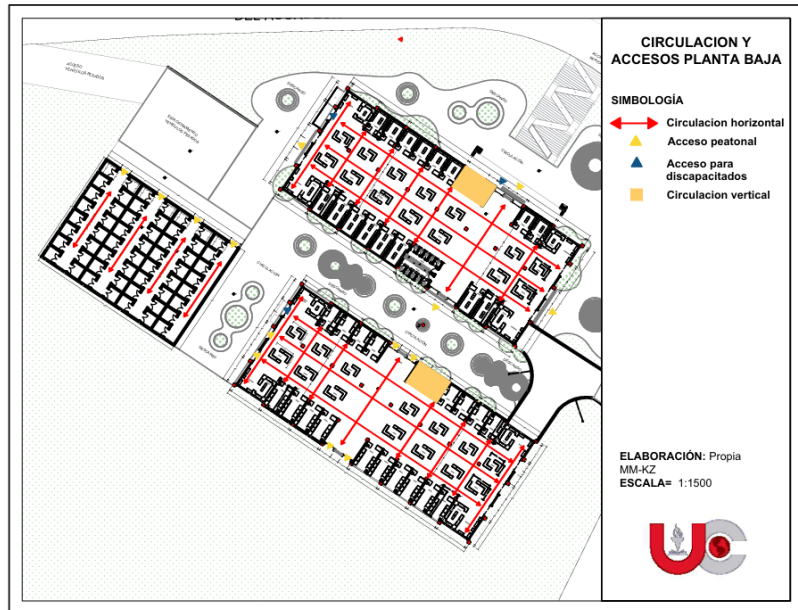


Figura 105: Circulación y acceso planta baja
Fuente: Elaboración propia

Circulación y accesos Planta alta

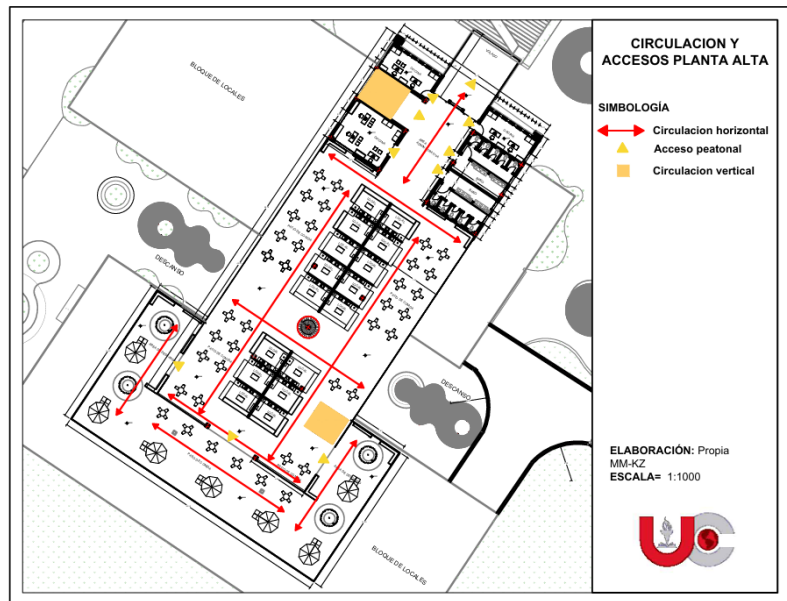


Figura 106: Circulación y acceso planta alta
Fuente: Elaboración propia

Circulación y accesos estacionamiento

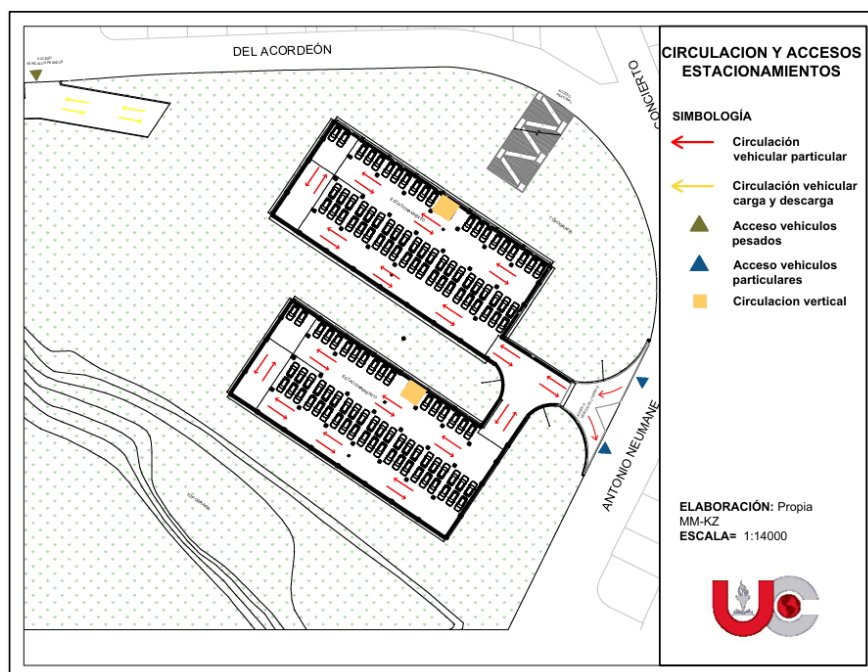


Figura 107: Circulación y acceso planta alta

Fuente: Elaboración propia

4.2.7 Presupuesto aproximado

PRESUPUESTO 3620M2					
PROGRAMA :		Presupuesto_Programacion			
ITEM	DESCRIPCION	U	CANTIDAD	P/UNITARIO	P/TOTAL
<u>OBRAS PREVIAS</u>					
OP1	Bodega y guardiania	m2	12.00	18.76	225.12
OP2	Cerramiento provisional	m2	100.00	8.56	855.72
OP3	Limpieza del terreno	m2	1,007.00	0.56	559.51
OP4	Replanteo	m2	1,007.00	1.26	1,264.41
OP5	Instalacion electrica provicional	u	1.00	160.00	160.00
OP6	Instalacion de baño provicional	u	1.00	175.00	175.00
OP7	Rotulos	u	1.00	30.00	30.00
				TOTAL RUBRO	3,269.76

<u>MOVIMIENTO DE TIERRA</u>					
MT1	Excavación a mano para cimientos	m3	216.00	7.23	1,561.95
MT2	Excavación de zapatas	m3	216.00	5.56	1,200.15
MT8	Desalojo de tierra	m3	4,000.00	5.31	21,240.00
MT9	Relleno compactado	m3	627.00	15.15	9,499.05
				TOTAL RUBRO	33,501.15
<u>HORMIGONES</u>					
HO5	Hormigón 210kg/cm2 LOSA	m3	1,001.61	90.68	90,825.90
HO7	Hormigón 210kg/cm2 CAD. VIG. CIMENTOS	m3	216.00	90.68	19,586.88
HO11	Hormigón 210kg/cm2 COLUMNAS	m3	171.73	90.68	15,572.48
HO13	Hormigón 210kg/cm2 PLINTOS	m3	216.00	90.68	19,586.88
				TOTAL RUBRO	145,572.14
<u>ENCOFRADOS</u>					
EN1	Encofrado cadenas cimientos	m2	216.00	10.08	2,176.20
EN3	Encofrado perimetral de losa	m2	5,002.00	17.28	86,440.81
EN4	Encofrado columnas	m2	27.68	13.25	366.83
				TOTAL RUBRO	88,983.84
<u>CIMENTACIONES</u>					
	Lamina de impermeabilizante	m2	1,001.61	4.51	4,521.26
CI2	Hormigón ciclopeo	m3	63.00	88.84	5,596.78
CI4	Replanteo hormigón simple	m3	216.00	83.86	18,114.57
				TOTAL RUBRO	28,232.61
<u>ACERO DE REFUERZO</u>					
AR9	Varillas de 12 mm y 8 mm Cadenas	ml	602.00	13.90	8,367.80
AR11	Varillas de 12 mm y 8 mm Columnas	ml	752.00	16.55	12,445.60
AR15	Viga Principal Metalica (Correas G)	ml	115.00	27.46	3,158.02
AR17	Varillas 12 mm PARRILLAS ZAPATAS	ml	216.00	3.15	680.40

AR18	mallá R - 84 En Hº PISOS	m2		3.76	18,807.52
			5,002.00		
				TOTAL RUBRO	43,459.34
<u>MAMPOSTERIA</u>					
MA3	Mampostería de Concreto Visto	m2		27.00	53,190.00
			1,970.00		
				TOTAL RUBRO	53,190.00
<u>ESTRUCTURA DE ENTREPISO</u>					
EM4	Estructura Entrepiso Placa Colaborante	m2		43.09	43,161.23
			1,001.61		
				TOTAL RUBRO	43,161.23
<u>ESTRUCTURA DE CUBIERTA</u>					
EM1	Estructura de cubierta Inclínada	m2		47.73	7,990.00
			167.40		
	Revestimiento Impermeabilizante	m2		7.83	1,310.74
			167.40		
				TOTAL RUBRO	7,990.00
<u>VENTANERIA</u>					
Vn	ventanas de aluminio y vidrio	m2		15.83	10,891.04
			688.00		
				TOTAL RUBRO	10,891.04
<u>PUERTAS</u>					
PU2	Puerta de Aluminio y Vidrio	u		99.35	5,563.60
			56.00		
				TOTAL RUBRO	5,563.60
<u>VIDRIO</u>					
VI1	Vidrio de 3mm	m2		15.83	5,026.03
			317.50		
				TOTAL RUBRO	5,026.03
<u>CERRAJERIA</u>					
CR1	Cerrajería principal llave - llave	u		21.99	219.90
			10.00		
CR2	Cerrajería Interna	u		8.58	480.48
			56.00		
				TOTAL RUBRO	700.38
<u>PIEZAS SANITARIAS</u>					
PS1	Instalación de Inodoro	u		193.20	3,864.00
			20.00		
PS2	Instalación de lavabos	u		92.05	1,656.90
			18.00		

PS3	Instalación fregadero de cocina	u	110.57	1,990.26
		18.00		
			TOTAL RUBRO	7,511.16
<u>CARPINTERIA</u>				
CP3	Meson de Granito	ml	232.91	16,769.52
		72.00		
			TOTAL RUBRO	16,769.52
<u>ACABADOS</u>				
AC7	Porcelanato	m2	32.88	32,912.88
		1,001.00		
			TOTAL RUBRO	32,912.88
<u>OTROS</u>				
OT7	Limpieza de la obra	m2	2.04	9,367.68
		4,592.00		
			TOTAL RUBRO	9,367.68
VALOR TOTAL DE ESTE PRESUPUESTO			\$	536,102.36
NOTA: NO SE INCLUYE COSTOS INDIRECTOS ESTE PRESUPUESTO ESTA CON EL COSTO REAL DEL HIERRO HASTA LA FECHA SE INCREMENTARA DE ACUERDO AL MERCADO				
VALOR TOTAL DE ESTE PRESUPUESTO constos indirectos e iva:			\$	626,517.00

Tabla 11: Tabla de presupuesto aproximado
Fuente: Elaboración propia

El presupuesto referencial del Mercado y Centro Cultural El Cebollar asciende a un monto aproximado de 626,517.00 USD, calculado a partir de la aplicación de precios unitarios estandarizados en el sector de la construcción y en función de las cantidades de obra estimadas para el proyecto. Este valor integra los rubros presentados en la Tabla N.º 9, donde se detallan los costos por partidas de obra; para una mejor revisión se sugiere consultar dicha tabla.

Es importante señalar que el cálculo se realizó considerando las métricas de superficie y volumen obtenidas del programa arquitectónico y de los elementos estructurales, aplicando además un margen adicional del 20% que se subdivide en el 15% de IVA y el 5% para imprevistos en la obra. De esta manera, el presupuesto no solo representa una aproximación económica al costo real de la obra, sino que también evidencia la viabilidad financiera del anteproyecto, asegurando un equilibrio entre la inversión prevista y la calidad arquitectónica planteada.

CAPÍTULO V

5. CONCLUSIONES

El presente trabajo de titulación desarrolló el diseño arquitectónico de un mercado municipal en el barrio Miraflores, ciudad de Cuenca, con el propósito de responder a las necesidades sociales, urbanas y comerciales de la comunidad, mediante una propuesta funcional, sostenible e integradora.

5.1 Conclusiones generales

El análisis urbano, social y ambiental evidenció la ausencia de un equipamiento formal de abastecimiento en Miraflores, situación que ha generado comercio informal, congestión y desorden en el espacio público. A partir de este diagnóstico, se determinó la pertinencia de un mercado que fortalezca la economía barrial y mejore la calidad de vida de los habitantes.

La metodología aplicada, basada en la observación directa, levantamiento de información y análisis de casos de estudio, permitió establecer criterios proyectuales sólidos para la propuesta. La comparación de referentes nacionales e internacionales aportó estrategias de diseño replicables en cuanto a organización funcional, ventilación natural, accesibilidad y sostenibilidad constructiva.

El proyecto se fundamenta en principios de arquitectura sostenible y diseño participativo, integrando al usuario y al contexto urbano. La implantación responde a las condiciones topográficas, climáticas y de movilidad del sector, aprovechando la orientación solar y los vientos predominantes.

5.2 Conclusiones específicas

-El análisis del sitio permitió determinar la ubicación más adecuada para el proyecto, considerando accesibilidad, conectividad y proyecciones de crecimiento urbano del sector Miraflores.

-El análisis de las encuestas evidenció la demanda de un espacio formal, seguro y ordenado para el comercio, lo que justificó la creación de áreas jerarquizadas y accesibles para vendedores y usuarios.

-Los casos de estudio analizados aportaron estrategias funcionales y sostenibles que fueron adaptadas al contexto local, priorizando el uso de materiales locales, ventilación cruzada y sistemas modulares.

-La propuesta arquitectónica articula las dimensiones formal, funcional, tecnológica y ambiental en un diseño integral que promueve la interacción social, la sostenibilidad y la identidad barrial

La propuesta arquitectónica articula las dimensiones formal, funcional, tecnológica y ambiental en un diseño integral que promueve la interacción social, la sostenibilidad y la identidad barrial

CAPÍTULO V

6. RECOMENDACIONES

Promover la participación activa de los actores locales, comerciantes, vecinos y autoridades municipales en todas las fases de ejecución y gestión del mercado, garantizando apropiación y sostenibilidad social del proyecto.

Establecer un plan de gestión integral que contemple la administración del mercado, la regulación de los puestos y el control sanitario, evitando la proliferación del comercio informal en el entorno.

Incorporar programas de educación ambiental y de manejo de residuos sólidos que fortalezcan la conciencia comunitaria y aseguren la sostenibilidad a largo plazo.

Prever áreas de expansión dentro del diseño urbano, de modo que el equipamiento pueda adaptarse al crecimiento poblacional y a la evolución de las dinámicas comerciales en Miraflores.

Fomentar políticas de movilidad sostenible mediante la integración del mercado con el transporte público, la mejora de veredas, ciclovías y estacionamientos, priorizando la accesibilidad universal.

Garantizar el mantenimiento periódico de la infraestructura física, sistemas eléctricos, sanitarios y espacios verdes, con el fin de prolongar la vida útil del mercado y evitar su deterioro prematuro.

Replicar este modelo de mercado municipal en otros barrios de Cuenca que presenten problemas similares de comercio informal y déficit de equipamientos, adaptando el diseño a las particularidades de cada sector.

Desarrollar investigaciones futuras que midan el impacto social, económico y ambiental del mercado una vez en funcionamiento, generando insumos para la mejora continua de los equipamientos municipales.

Vincular al mercado con actividades culturales, gastronómicas y recreativas que refuercen su rol como espacio público de encuentro, fomentando la integración comunitaria más allá de lo estrictamente comercial.

Promover el uso de tecnologías digitales para la gestión de puestos, pagos electrónicos y control administrativo, facilitando la modernización del mercado y su competitividad frente a otros formatos de comercio.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguilar, A. (2010). *Historia de los espacios públicos en América Latina*. México D.F.: Fondo de Cultura Económica.
- Borja, J., & Muxí, Z. (2003). *El espacio público: ciudad y ciudadanía*. Barcelona: Electa.
- Borja, J., & Muxí, Z. (2003). *La ciudad conquistada: Urbanismo y ciudadanía en la España contemporánea*. Madrid: Biblioteca Nueva.
- Briones Orellana, C., Heras Olalla, D., & Heras Barros, J. (2021). *Transformaciones urbanas en los mercados tradicionales de Cuenca*. Cuenca: Universidad de Cuenca.
- Carpio, M. (2019). *Mercados de Cuenca: historia, transformaciones y desafíos contemporáneos*. Cuenca: Universidad de Cuenca.
- Carrión, F. (2001). *El espacio público en la ciudad latinoamericana*. Quito: FLACSO.
- Castillo, Y. (2023). *Comercio informal en ciudades intermedias del Ecuador: Efectos y alternativas*. Cuenca: Universidad de Cuenca.
- Castro, F., & Medina, L. (2020). *Infraestructura comercial y salud pública: Un análisis de los mercados urbanos*. Ediciones Salud y Ciudad.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE.
- Fernández, J., & Ríos, C. (2019). *Resiliencia urbana y sostenibilidad en el diseño arquitectónico*. Editorial Urbanismo y Sociedad.
- Fernández, M., & Ríos, J. (2019). *Arquitectura sostenible: Principios y aplicaciones en el diseño urbano*. Editorial Universitaria.
- Fernández, P., & Ríos, A. (2019). *Diseño arquitectónico sostenible y eficiencia energética en espacios públicos urbanos*. Editorial Trillas.
- GAD Municipal de Cuenca. (2015). *Ordenanza que regula el comercio autónomo y uso del espacio público*. Cuenca: Dirección de Mercados.
- Gausa, M. (2003). *Diccionario Metapolis de arquitectura avanzada*. Barcelona: Actar.
- Gehl, J. (2006). *La humanización del espacio urbano: la vida social entre los edificios*. Barcelona: Reverté.
- Gehl, J. (2010). *Cities for People*. Washington, D.C.: Island Press.
- González, R. (2022). *Comercio informal y ordenamiento urbano: desafíos y soluciones*. Editorial Urbanismo.
- González, M., & Guachún, C. (2023). Transformación del espacio público por el comercio informal en Cuenca. *Revista de Arquitectura y Sociedad*, 15(2), 45–58.
- González Peralta, J., & Guachún Brito, A. (2023). *Mercados tradicionales y comercio informal en Cuenca*. Universidad de Cuenca.

- Hardoy, J. (1990). *Las ciudades precolombinas*. Madrid: Alianza Editorial.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6.^a ed.). México: McGraw-Hill.
- INEC (Instituto Nacional de Estadística y Censos). (2022). *Conozcamos Cuenca a través de sus cifras*. <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/conozcamos-cuenca-a-traves-de-sus-cifras/> (Consultado el 10 de octubre de 2025).
- INEN (Instituto Ecuatoriano de Normalización). (2014). *Normas de bioseguridad y salubridad aplicables a mercados y ferias*. Quito: INEN.
- Jacobs, J. (1961). *The Death and Life of Great American Cities*. New York: Random House.
- López, M. (2021). *Estrategias de diseño sostenible en mercados municipales*. Ediciones Arquitectura Verde.
- Lynch, K. (1960). *The Image of the City*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Montaner, J. M. (2017). *La condición contemporánea de la arquitectura*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Municipalidad de Cuenca. (2023). *Normativa sobre mercados municipales y comercio autónomo*. Cuenca: Dirección General de Mercados y Comercio Autónomo.
- Municipalidad de Santiago. (2020). *Mercado Tirso de Molina: Informe de integración urbana y diseño sostenible*. Santiago de Chile: Oficina de Planificación Urbana.
- Municipio de Cuenca. (2020). *Plan de mantenimiento y gestión de mercados municipales*. Cuenca: Dirección de Mercados.
- Orden Verdugo, L. (2024). *El comercio informal como fenómeno urbano y social en ciudades ecuatorianas*. Quito: Universidad Central del Ecuador.
- Peña, D., & Rodríguez, A. (2021). *Planificación de mercados urbanos y seguridad estructural*. Editorial Hábitat Sustentable.
- Pérez, L. (2018). *Mercados y abastecimiento en el Austro ecuatoriano*. Loja: Universidad Técnica Particular de Loja (UTPL).
- Pérez, J., & Gómez, T. (2020). *El impacto del comercio informal en la planificación urbana*. Quito: Universidad Metropolitana de Estudios Urbanos.
- Pérez, A., & Gómez, L. (2020). *Impacto del comercio informal en el espacio público urbano: estudio de caso en Cuenca*. *Revista de Urbanismo y Sociedad*, 15(2), 45–60.
- Ramírez, T., & Torres, E. (2019). *Diseño arquitectónico para mercados municipales: principios y prácticas*. Ediciones Planificación Territorial.
- Rodríguez, P., & Peña, M. (2021). *Mercados municipales y su rol en el desarrollo local: un análisis desde la perspectiva social y económica*. Editorial Académica.
- Romero, P. (2015). *Mercados y centralidades urbanas en América Latina*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.
- Ruiz, C., & Fernández, B. (2021). *Impacto del comercio ambulante en el desarrollo urbano*. Editorial Ciudad y Territorio.

Salcedo, R. (2012). *Mercados y espacio público en América Latina: entre la tradición y la modernidad*. Santiago de Chile: RIL Editores.

Smith, R. (2007). *Mercados tradicionales: espacios de intercambio y cultura*. Madrid: Editorial Síntesis.

Torres, V. (2019). *Problemáticas urbanas en mercados municipales*. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP).

Voces Emergentes. (2023). *Cuenca, los rostros de la informalidad*. <https://vocesemergentes.com/ecuador/proyectos-2023/Periodismo-Para-Las-Futuras-Generaciones-de-Periodistas/cuenca-los-rostros-de-la-informalidad/> (Consultado el 10 de octubre de 2025).

Zapata, C. (2016). *Mercados populares en México: transformaciones y permanencias*. México D.F.: Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM).

Groat, L., & Wang, D. (2013). *Architectural Research Methods* (2nd ed.). Wiley.

Lawson, B. (2005). *How Designers Think: The Design Process Demystified* (4th ed.). Architectural Press.

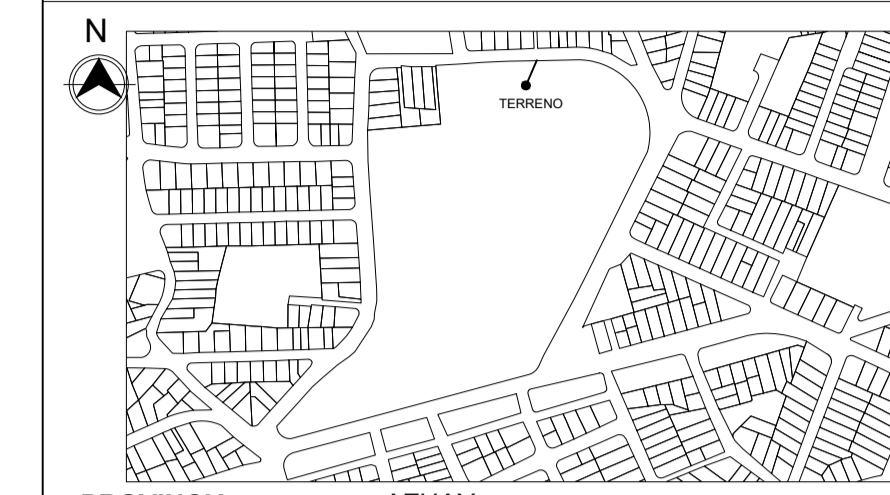
Yin, R. K. (2018). *Case Study Research and Applications: Design and Methods* (6th ed.). SAGE Publications.

ANEXOS

Anexo 1: Planos arquitectónicos



UBICACIÓN



PROVINCIA: AZUAY
 CANTÓN: CUENCA
 PARROQUIA: EL VECINO
 SECTOR: MIRAFLORES
 COORDENADAS: X: -78.998271
 Y: -2.880660

PUNTO	COORDENADAS EN EJE X	COORDENADAS EN EJE Y
1	-78.998271	-2.880660
2	-78.997627	-2.880574
3	-78.998271	-2.880660
4	-78.997345	-2.880043
5	-78.996697	-2.880065
6	-78.996428	-2.880213
7	-78.996341	-2.880226
8	-78.996239	-2.880569
9	-78.996616	-2.881313
10	-78.998237	-2.880719

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

CIMENTOS	HORMIGÓN ARMADO
ESTRUCTURA	HORMIGÓN ARMADO
PAREDES	ACERO
CUBIERTA	PANELES
PISOS	CERÁMICA
GRADAS	HORMIGÓN ARMADO
PUERTAS	ALUMINIO
VENTANAS	ALUMINIO - VIDRIO
CIELO RASO	ESTUCCO
REVESTIMIENTO	EMPASTADO

SIMBOLOGÍA

- Línea de Corte
- Cotas
- Veredas
- Nivel de Piso
- Dirección de Pendiente
- Numeración
- Dirección Vial
- Terreno
- Topografía
- Perímetro del Predio
- Arboles
- Arbustos y Flores
- Puntos

PROYECTO:
MERCADO MUNICIPAL

REALIZADO POR:
 KARELYS THAIS ZUÑIGA MAZA
 VICTOR MAURICIO MENDIETA SANCHO

REVISADO POR:
 ARQ. CRISTHIAN PEÑAFIEL

UBICACIÓN: CUENCA - ECUADOR ESCALA: 1:300

CONTIENE: PLANTA BAJA - BLOQUE 2 FECHA: SEPTIEMBRE - 2025
 LÁMINA: 1

UBICACIÓN



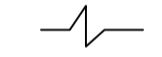
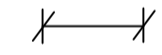

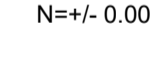
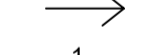







PROVINCIA: AZUAY
CANTÓN: CUENCA
PARROQUIA: EL VECINO
SECTOR: MIRAFLORES
COORDENADAS: X: -78.998271
Y: -2.880660

PUNTO	COORDENADAS EN EJE X	COORDENADAS EN EJE Y
1	-78.998271	-2.880660
2	-78.997627	-2.880574
3	-78.998271	-2.880660
4	-78.997345	-2.880043
5	-78.996697	-2.880065
6	-78.996428	-2.880213
7	-78.996341	-2.880226
8	-78.996239	-2.880569
9	-78.996616	-2.881313
10	-78.998237	-2.880719

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

CIMENTOS	HORMIGÓN ARMADO
ESTRUCTURA	HORMIGÓN ARMADO
PAREDES	ACERO
CUBIERTA	PANELES
PISOS	CERÁMICA
GRADAS	HORMIGÓN ARMADO
PUERTAS	ALUMINIO
VENTANAS	ALUMINIO - VIDRIO
CIELO RASO	ESTUCCO
REVESTIMIENTO	EMPASTADO

SIMBOLOGÍA

-  Línea de Corte
-  Cotas
-  Veredas
-  Nivel de Piso
-  Dirección de Pendiente
-  Numeración
-  Dirección Vial
-  Terreno
-  Topografía
-  Perímetro del Predio
-  Puntos
-  Ejes de Planta

PROYECTO:
MERCADO MUNICIPAL

REALIZADO POR:
KARELYS THAIS ZUÑIGA MAZA
VICTOR MAURICIO MENDIETA SANCHO

REVISADO POR:
ARQ. CRISTHIAN PEÑAFIEL

UBICACIÓN:
CUENCA - ECUADOR

ESCALA:
1:275

CONTIENE:
- ESTACIONAMIENTO

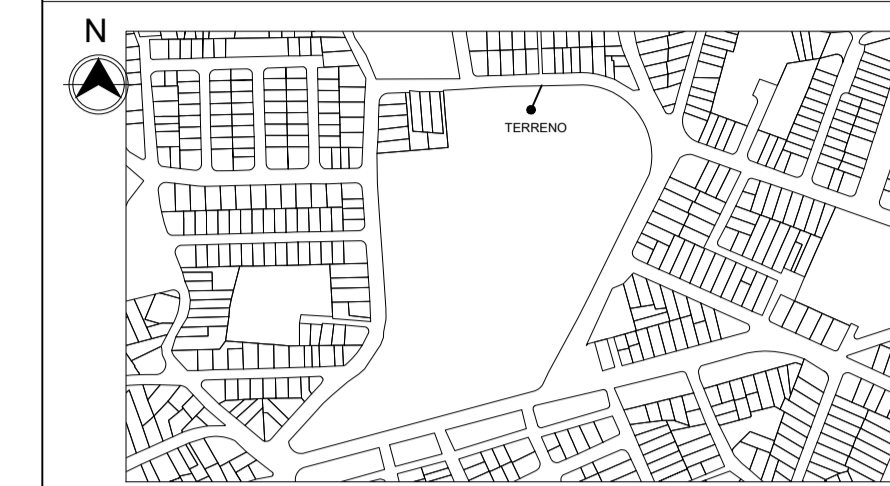
FECHA:
SEPTIEMBRE - 2025

LÁMINA:
2



ESTACIONAMIENTO

UBICACIÓN



PROVINCIA: AZUAY
CANTÓN: CUENCA
PARROQUIA: EL VECINO
SECTOR: MIRAFLORES
COORDENADAS: X: -78.998271
Y: -2.880660

PUNTO	COORDENADAS EN EJE X	COORDENADAS EN EJE Y
1	-78.998271	-2.880660
2	-78.997627	-2.880574
3	-78.998271	-2.880660
4	-78.997345	-2.880043
5	-78.996697	-2.880065
6	-78.996428	-2.880213
7	-78.996341	-2.880226
8	-78.996239	-2.880569
9	-78.996616	-2.881313
10	-78.998237	-2.880719

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

CIMENTOS	HORMIGÓN ARMADO
ESTRUCTURA	HORMIGÓN ARMADO
PAREDES	ACERO
CUBIERTA	PANELES
PISOS	CERÁMICA
GRADAS	HORMIGÓN ARMADO
PUERTAS	ALUMINIO
VENTANAS	ALUMINIO - VIDRIO
CIELO RASO	ESTUCCO
REVESTIMIENTO	EMPASTADO

SIMBOLOGÍA

	Línea de Corte
	Cotas
	Veredas
	Nivel de Piso
	Dirección de Pendiente
	Numeración
	Dirección Vial
	Terreno
	Topografía
	Perímetro del Predio
	Baño
	Puntos
	Ejes de Planta
	Arboles
	Arbustos y Flores

PROYECTO:
MERCADO MUNICIPAL

REALIZADO POR:
KARELYS THAIS ZUÑIGA MAZA
VICTOR MAURICIO MENDIETA SANCHO

REVISADO POR:
ARQ. CRISTHIAN PEÑAFIEL

UBICACIÓN:
CUENCA - ECUADOR

ESCALA:
1:250

CONTIENE:
- PLANTA BAJA

FECHA:
SEPTIEMBRE - 2025

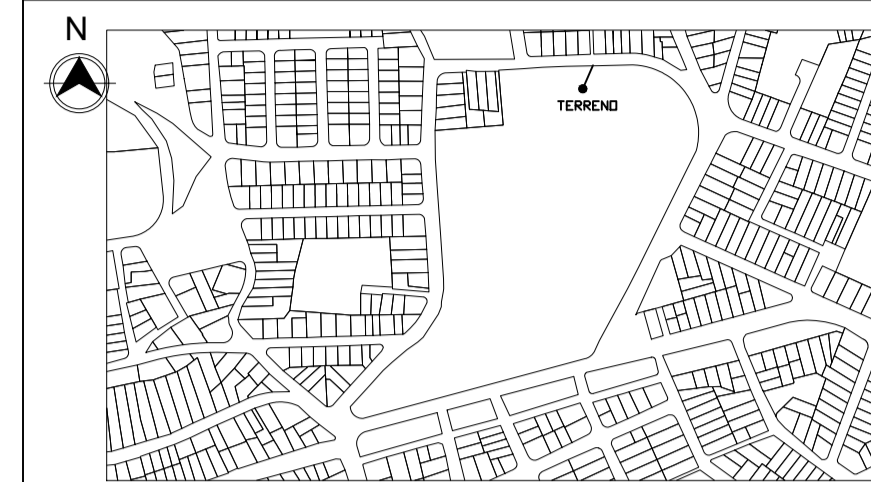
LÁMINA:
3



PLANTA BAJA

0 10 20 30m

UBICACIÓN



PROVINCIA: AZUAY
CANTÓN: CUENCA
PARROQUIA: EL VECINO
SECTOR: MIRAFLORES
COORDENADAS: X: -78.998271
Y: -2.880660

PUNTO	COORDENADAS EN EJE X	COORDENADAS EN EJE Y
1	-78.998271	-2.880660
2	-78.997627	-2.880574
3	-78.998271	-2.880660
4	-78.997345	-2.880043
5	-78.996697	-2.880065
6	-78.998428	-2.880213
7	-78.996341	-2.880226
8	-78.998239	-2.880569
9	-78.996616	-2.881313
10	-78.998237	-2.880719

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

CIMENTOS	HORMIGÓN ARMADO
ESTRUCTURA	HORMIGÓN ARMADO
PAREDES	ACERO
CUBIERTA	PANELES
PISOS	CERÁMICA
GRADAS	HORMIGÓN ARMADO
PUERTAS	ALUMINIO
VENTANAS	ALUMINIO - VIDRIO
CIELO RASO	ESTUCCO
REVESTIMIENTO	EMPASTADO

SIMBOLOGÍA

	Línea de Corte
	Cotas
	Veredas
$N=+/- 0.00$	Nivel de Piso
	Dirección de Pendiente
	Numeración
	Dirección Vial
	Terreno
	Topografía
	Perímetro del Predio
	Baño
	Puntos
	Ejes de Planta
	Arboles
	Arbustos y Flores
	Pendiente Losa

PROYECTO:
MERCADO MUNICIPAL

REALIZADO POR:
KARELYS THAIS ZUÑIGA MAZA
VICTOR MAURICIO MENDIETA SANCHO

REVISADO POR:
ARQ. CRISTHIAN PEÑAFIEL

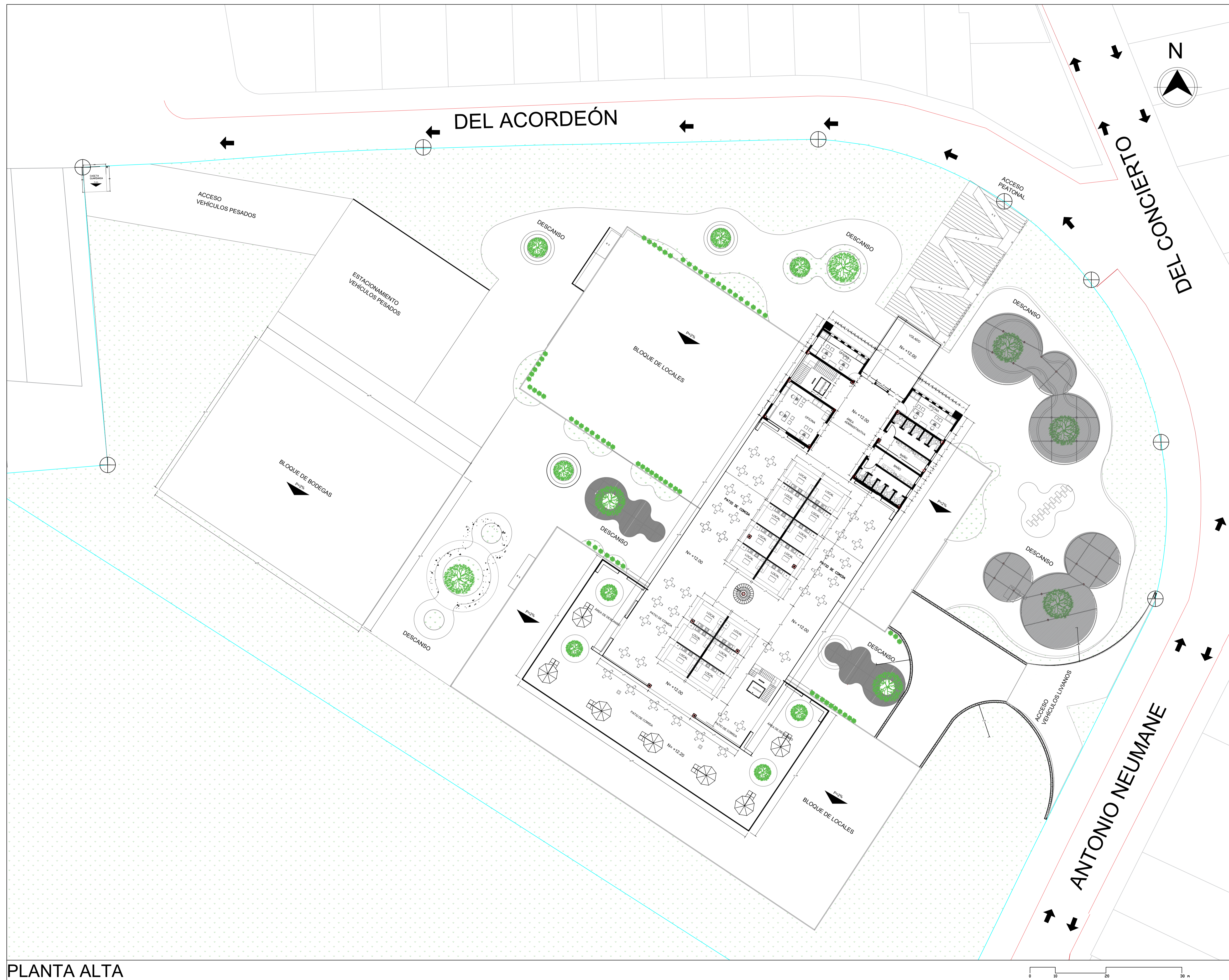
UBICACIÓN:
CUENCA - ECUADOR

ESCALA:
1:250

CONTIENE:
- PLANTA ALTA

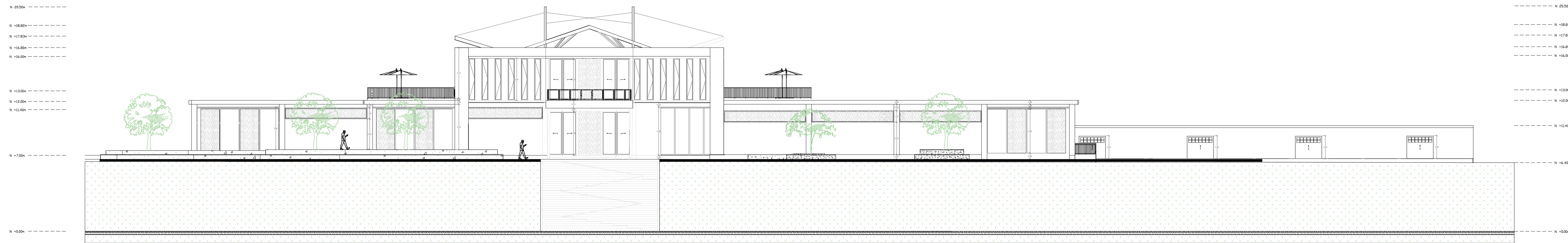
FECHA:
SEPTIEMBRE - 2025

LÁMINA:
4

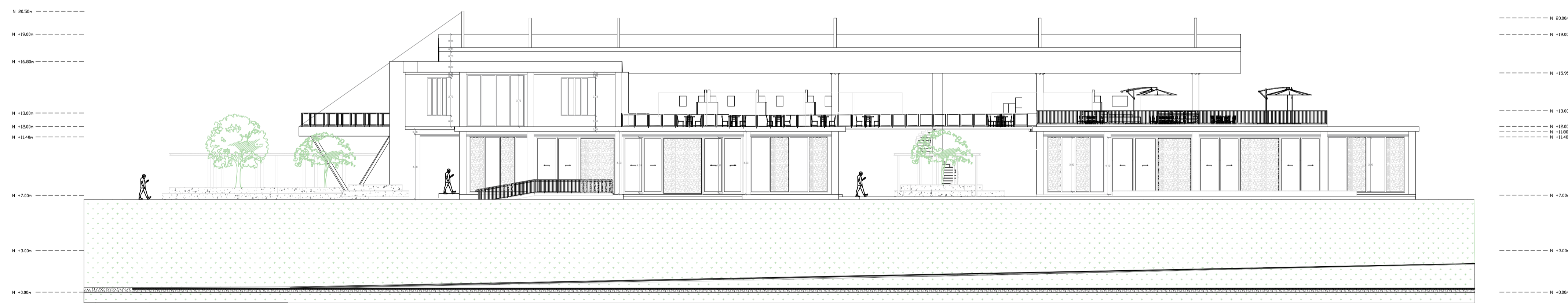


PLANTA ALTA

0 10 20 30 m


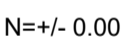

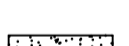
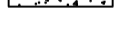

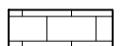




ELEVACION FRONTAL



ELEVACION LATERAL DERECHA

SIMBOLOGÍA

-  Cotas
-  Nivel de Piso
-  Terreno
-  Macetas y asientos de hormigón
-  Losa
-  Muro de Contención
-  Celosía ventanas
-  Árboles grandes
-  Árboles pequeños

PROYECTO:
MERCADO MUNICIPAL

REALIZADO POR:
KARELYS THAIS ZUÑIGA MAZA
VICTOR MAURICIO MENDIETA SANCHO

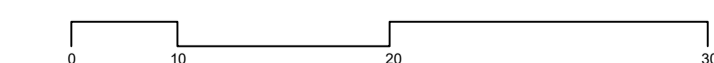
REVISADO POR:
ARQ. CRISTHIAN PEÑAFIEL

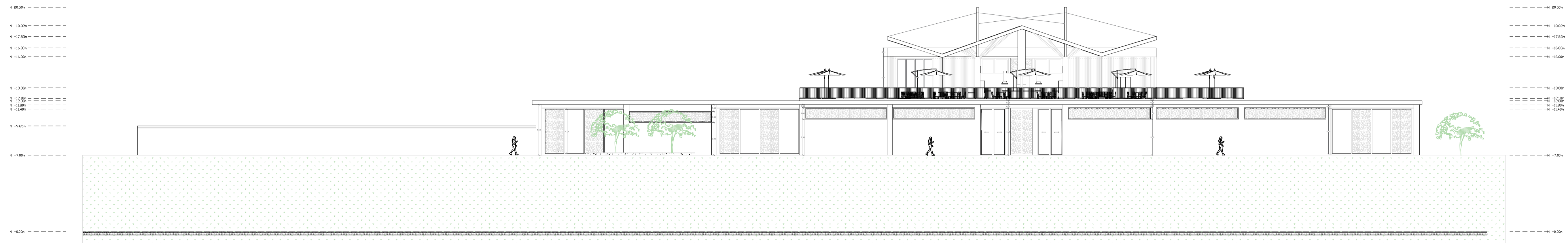
UBICACIÓN: CUENCA - ECUADOR **ESCALA:** 1:250

CONTIENE:
- ELEVACIÓN FRONTAL
- ELEVACIÓN LATERAL DERECHA

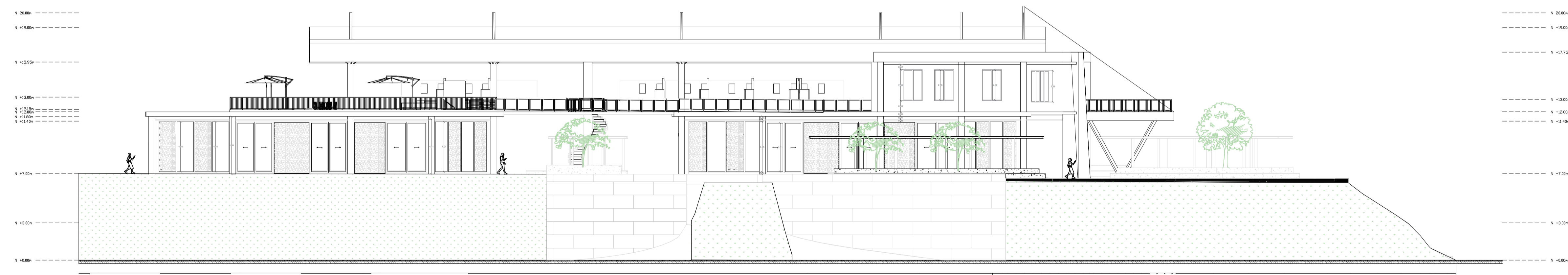
FECHA: SEPTIEMBRE - 2025

LÁMINA:
5



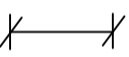
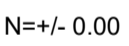

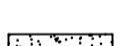



ELEVACIÓN POSTERIOR



ELEVACION LATERAL IZQUIERDA

SIMBOLOGÍA

-  Cotas
-  Nivel de Piso
-  Terreno
-  Macetas y asientos de hormigón
-  Losa
-  Celosía ventanas
-  Árboles grandes
-  Árboles pequeños

PROYECTO:
MERCADO MUNICIPAL

REALIZADO POR:
KARELYS THAIS ZUÑIGA MAZA
VICTOR MAURICIO MENDIETA SANCHO

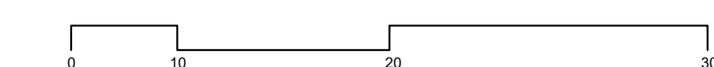
REVISADO POR:
ARQ. CRISTHIAN PEÑAFIEL

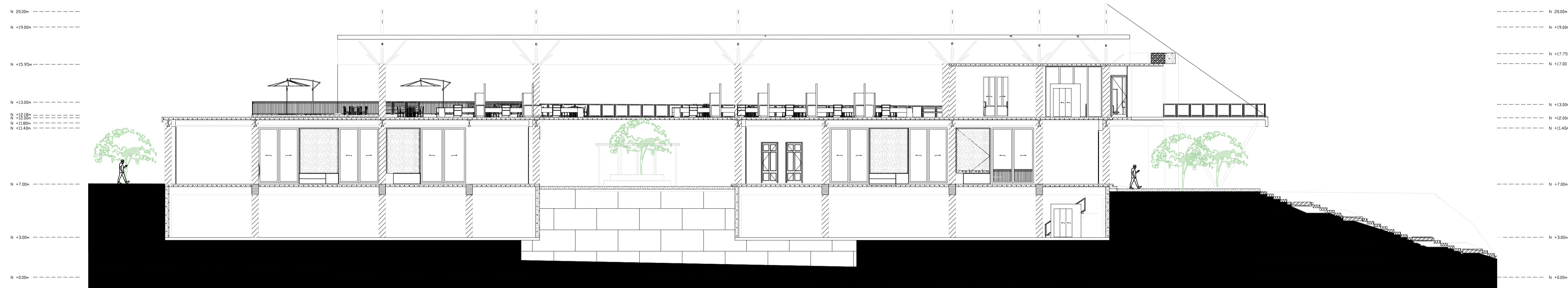
UBICACIÓN: CUENCA - ECUADOR **ESCALA:** 1:200

CONTIENE:
- ELEVACIÓN POSTERIOR
- ELEVACIÓN LATERAL IZQUIERDA

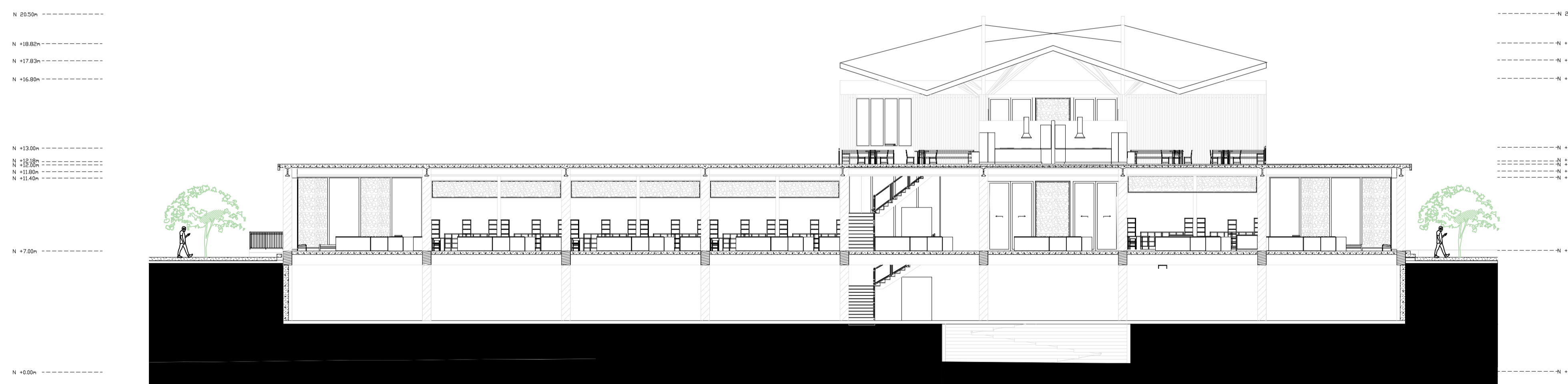
FECHA:
SEPTIEMBRE - 2025

LÁMINA:
6





CORTE A-A



CORTE B-B

SIMBOLOGÍA

-  Cotas
-  Nivel de Piso
-  Terreno
-  Macetas y asientos de hormigón
-  Losa
-  Celosía ventanas
-  Árboles grandes
-  Árboles pequeños

PROYECTO:
MERCADO MUNICIPAL

REALIZADO POR:
KARELYS THAIS ZUÑIGA MAZA
VICTOR MAURICIO MENDIETA SANCHO

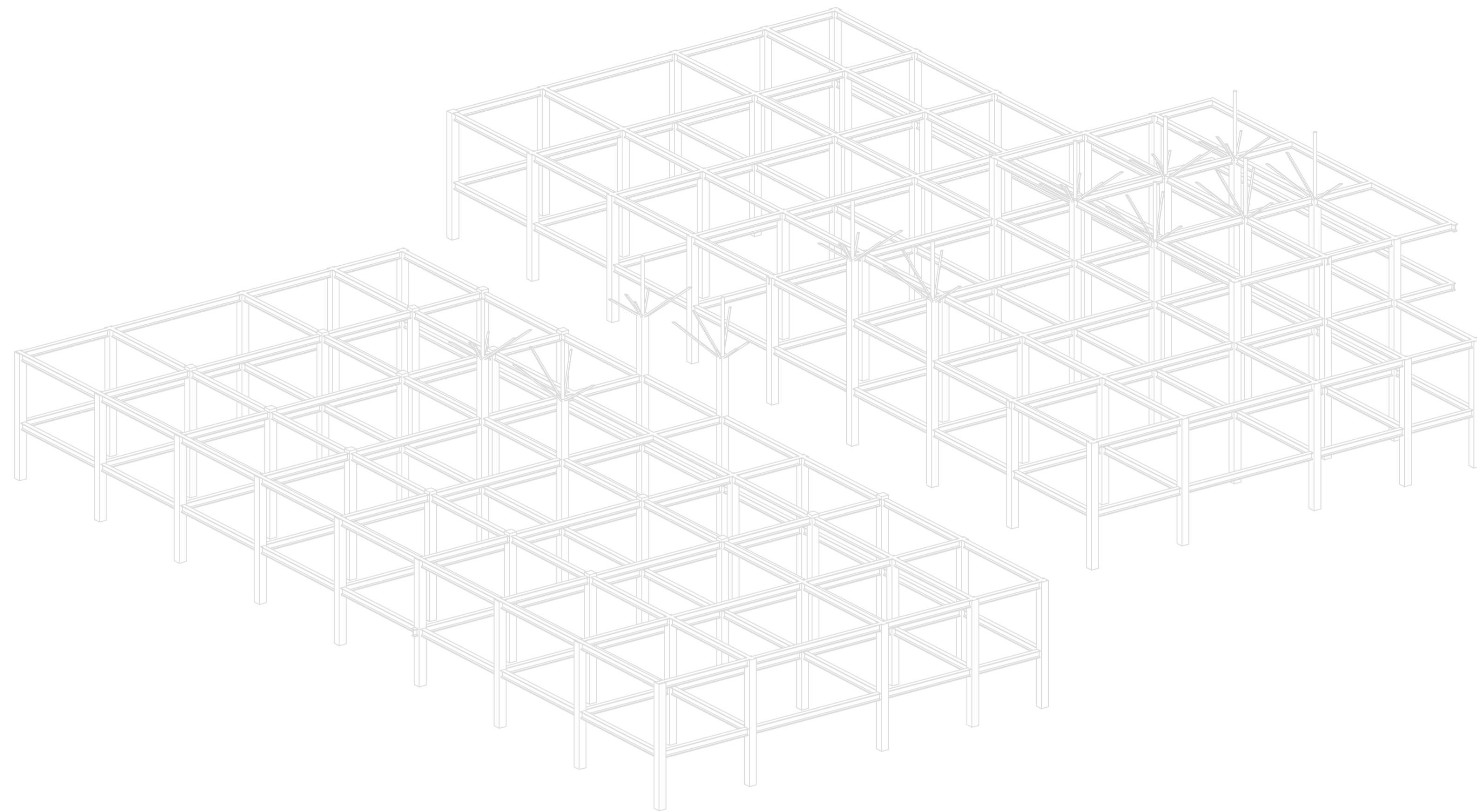
REVISADO POR:
ARQ. CRISTHIAN PEÑAFIEL

UBICACIÓN: CUENCA - ECUADOR ESCALA: 1:150

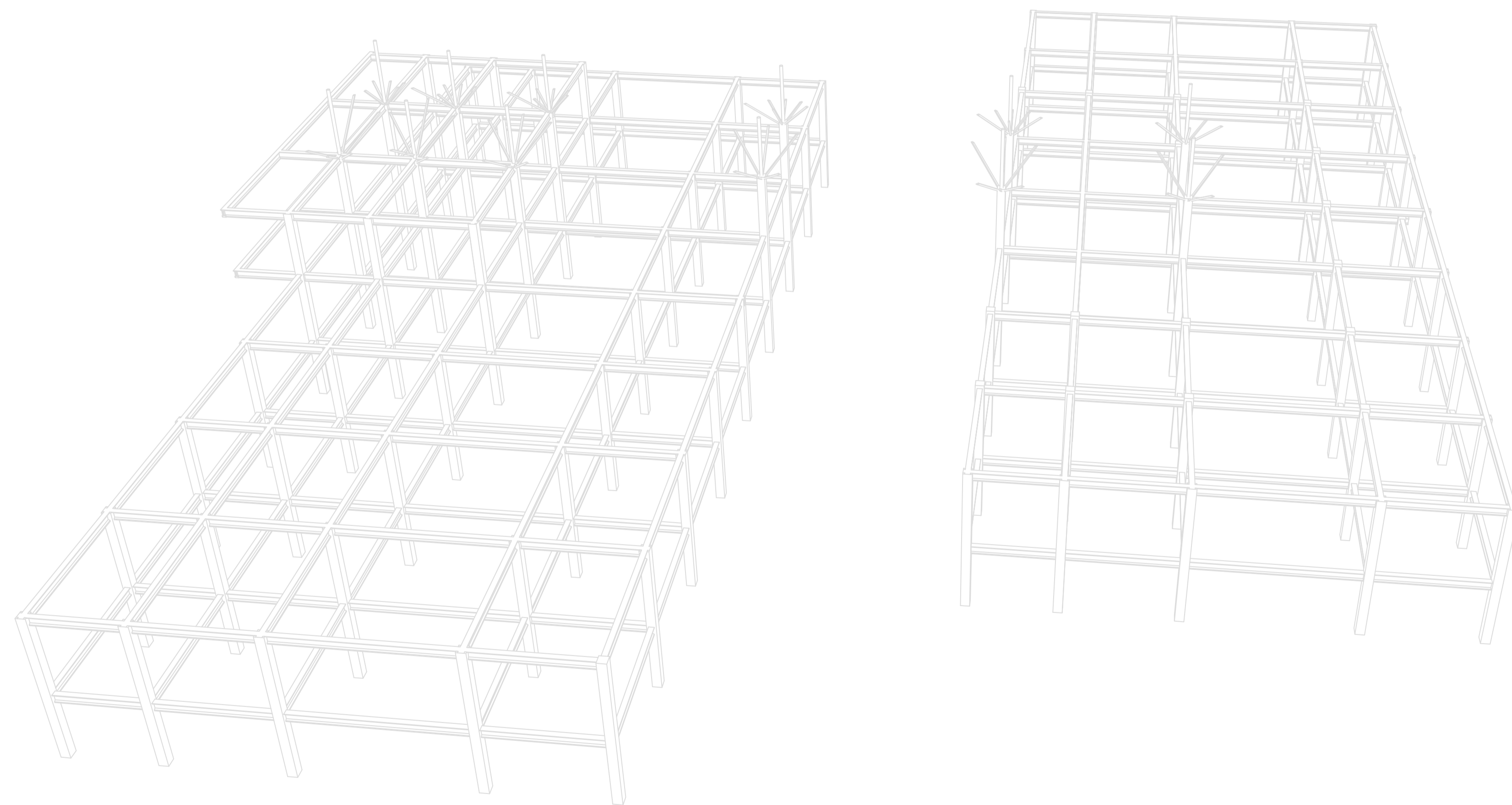
CONTIENE:
- CORTE A-A
- CORTE B-B

FECHA:
SEPTIEMBRE - 2025

LÁMINA:
7

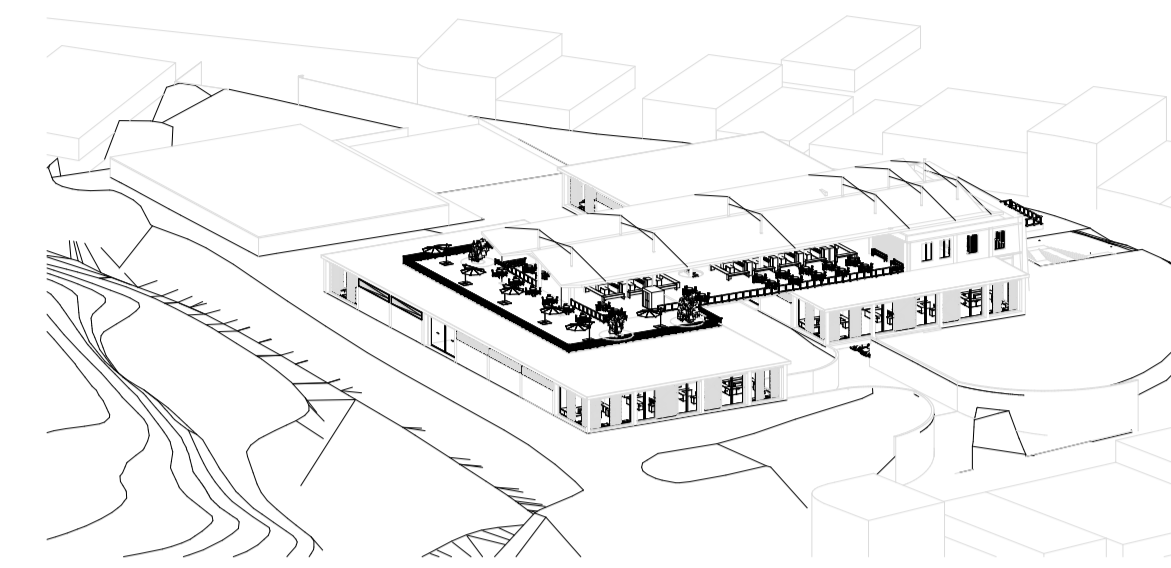


ESTRUCTURA AXONOMETRIA 1

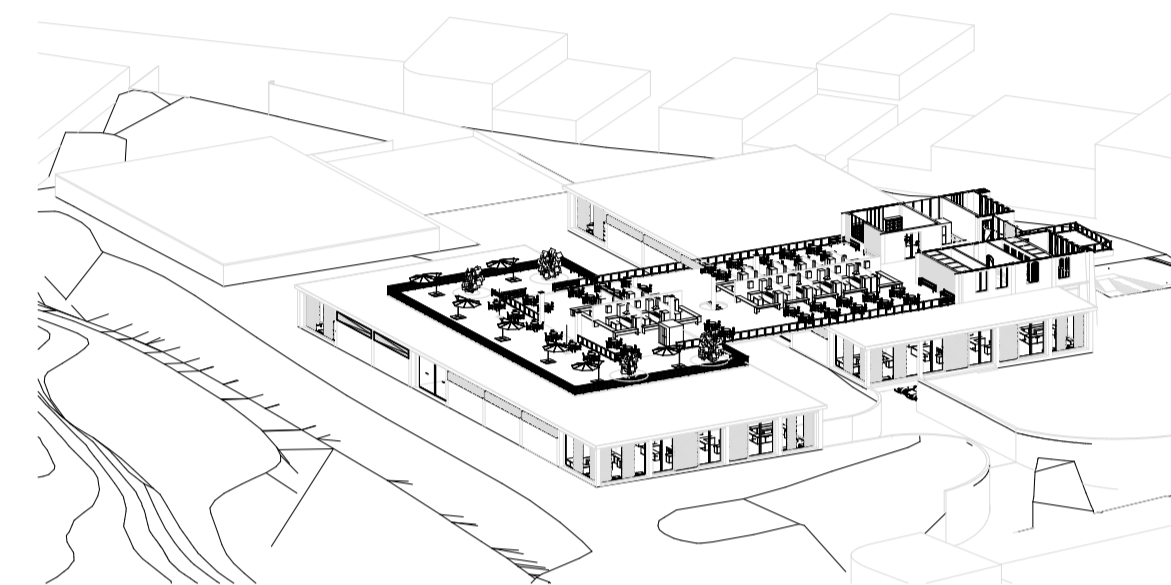


ESTRUCTURA AXONOMETRIA 2

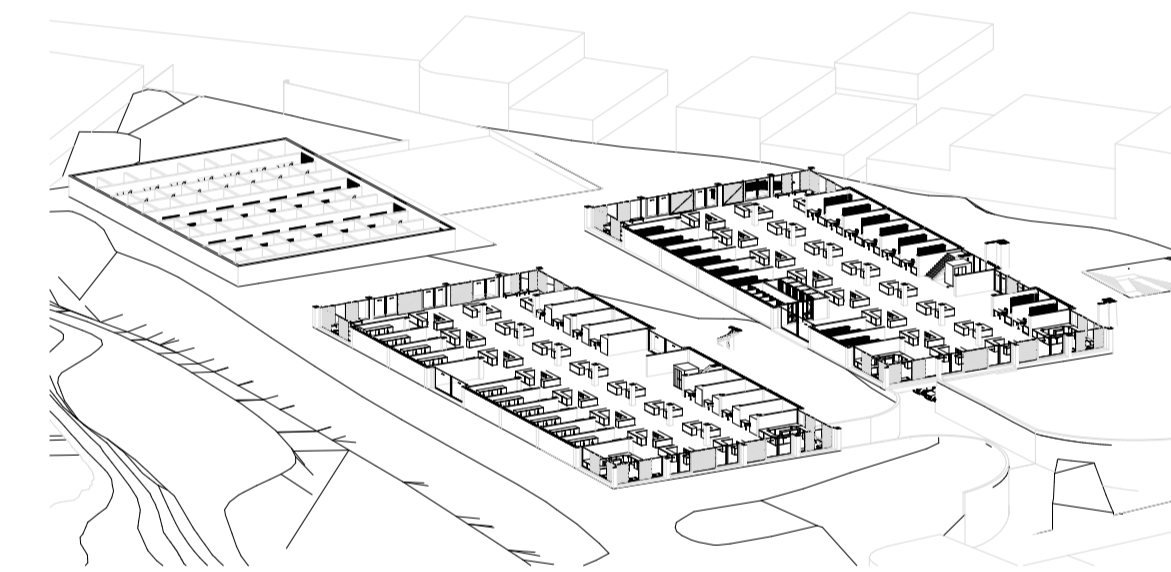
AXONOMETRIAS



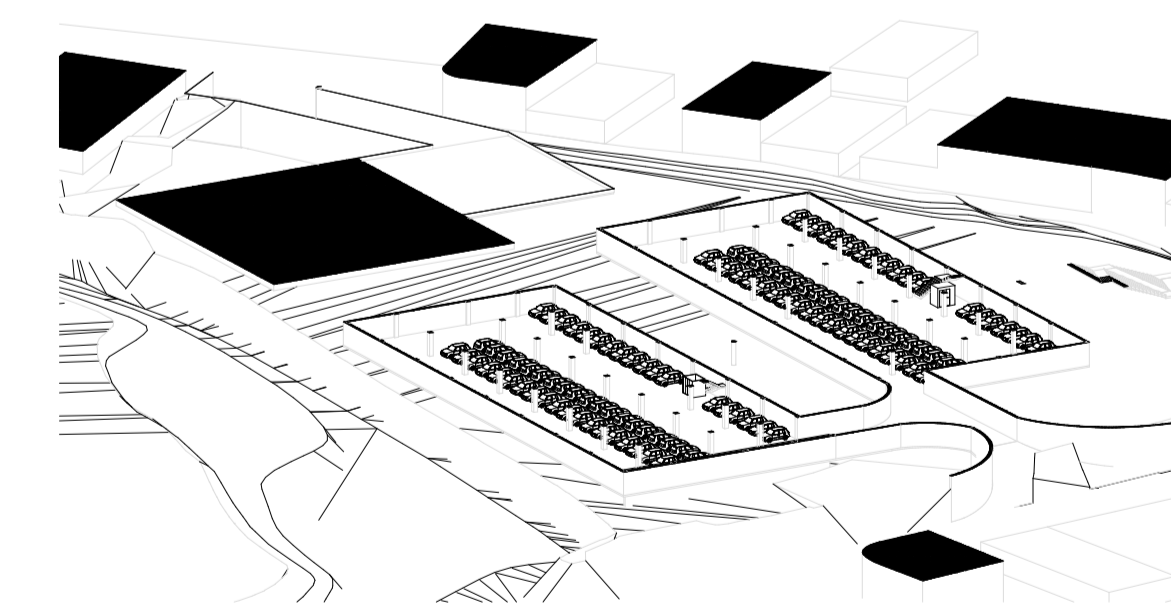
AXONOMETRIA COMPLETA



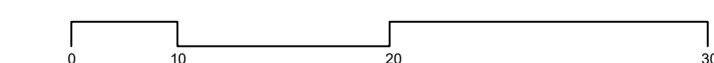
AXONOMETRIA PLANTA ALTA



AXONOMETRIA PLANTA BAJA



AXONOMETRIA ESTACIONAMIENTO

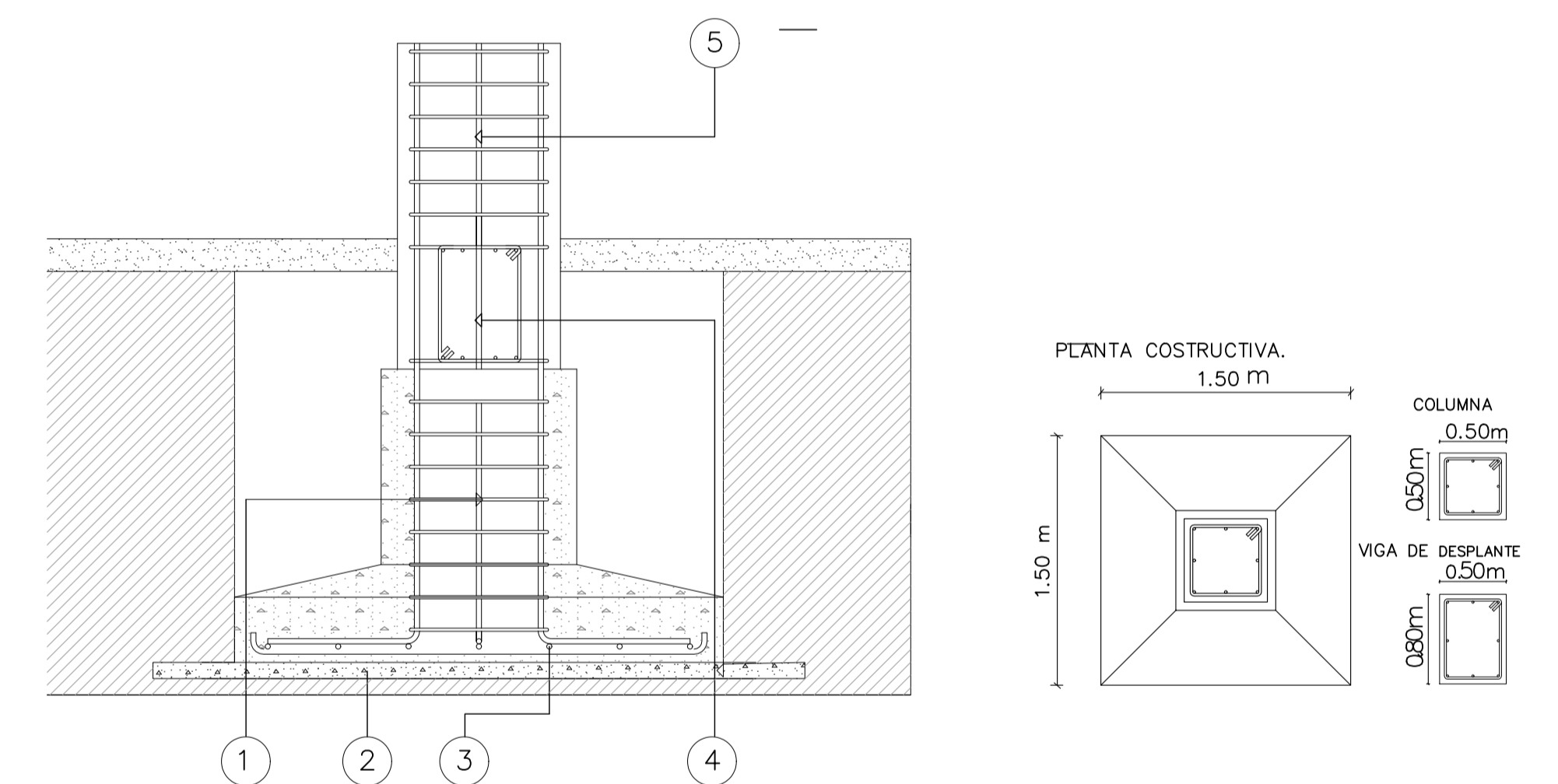


PROYECTO:		MERCADO MUNICIPAL	
REALIZADO POR: KARELYS THAIS ZUÑIGA MAZA VICTOR MAURICIO MENDIETA SANCHO			
REVISADO POR : ARQ. CRISTHIAN PEÑAFIEL			
UBICACIÓN: CUENCA - ECUADOR		ESCALA: 1:275	
CONTIENE: - AXONOMETRIA ESTRUCTURA - AXONOMETRIAS PROYECTO			FECHA: SEPTIEMBRE - 2025
			LÁMINA: 9

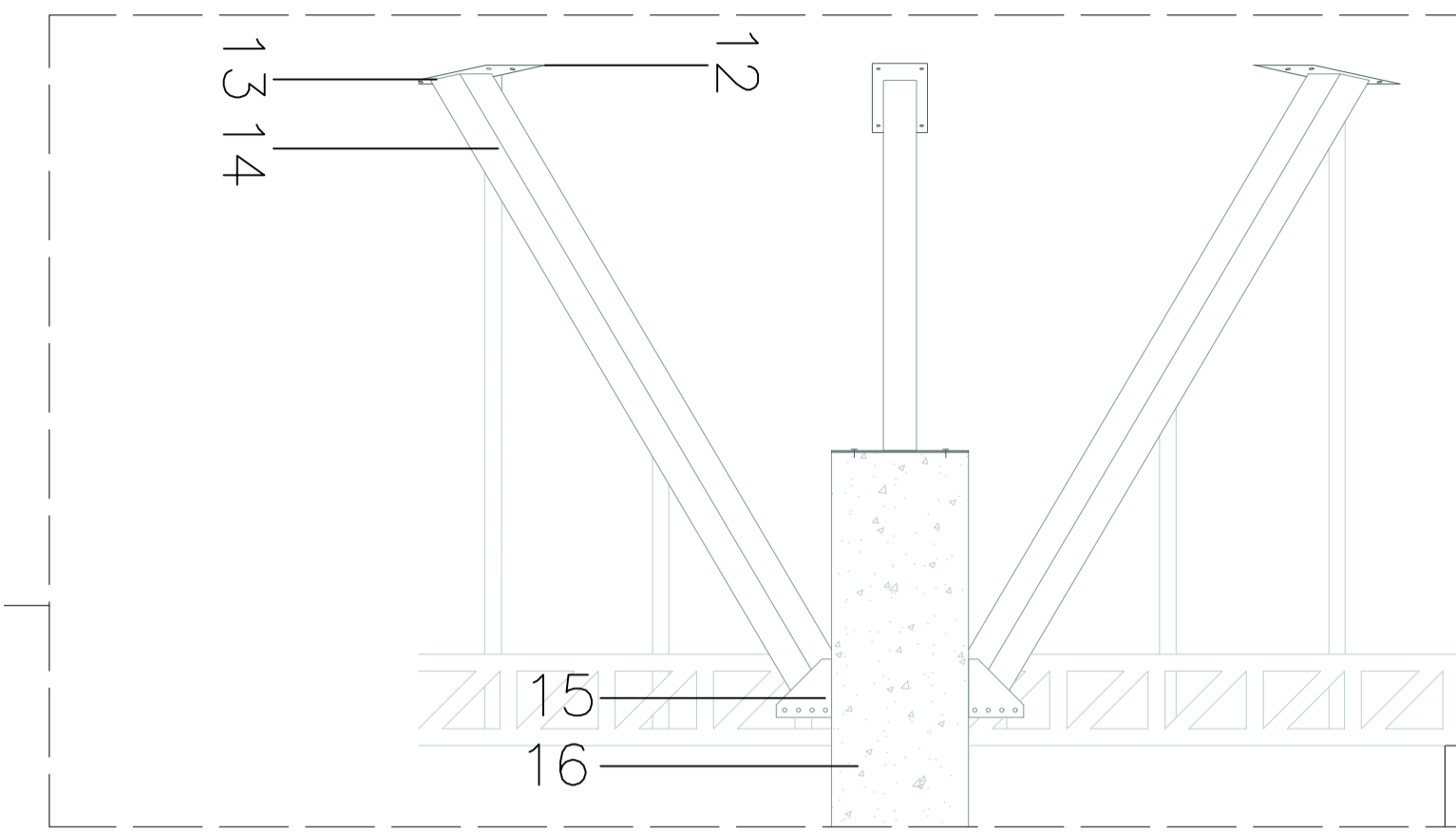
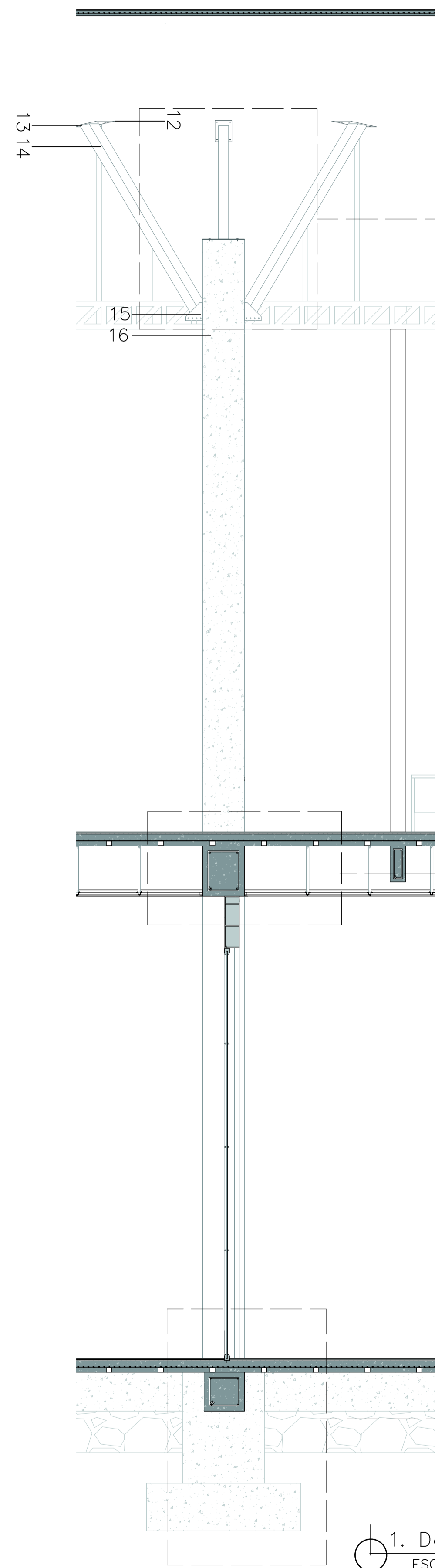
LISTADO DE MATERIALES

1. Plancha de estuco de 1.22 m x 2.44 m
2. Canal primario o de carga de 20 x 25 x 0.5 mm c/1.22 m
3. Perfil secundario omega c/60 cm
4. Varilla de 12 mm c/20 cm
5. Varilla de 10mm
6. Varilla de 14mm
7. Losa de hormigón de $f'c=180\text{kg/cm}^2$
8. Varilla de 12 mm c/15 cm
9. Cadena de amarre
10. Varilla de 14 mm c/10 cm para parrilla
11. Varilla de 14 mm c/8 cm para parrilla
12. Placa de acero
13. Clavos de 1/2 "
14. Perfil de acero cuadrado 8cm x 8cm
15. Angulo de union de acero de 15cm x 15cm
16. Columna de hormigon armado $f'c=180\text{kg/cm}^2$

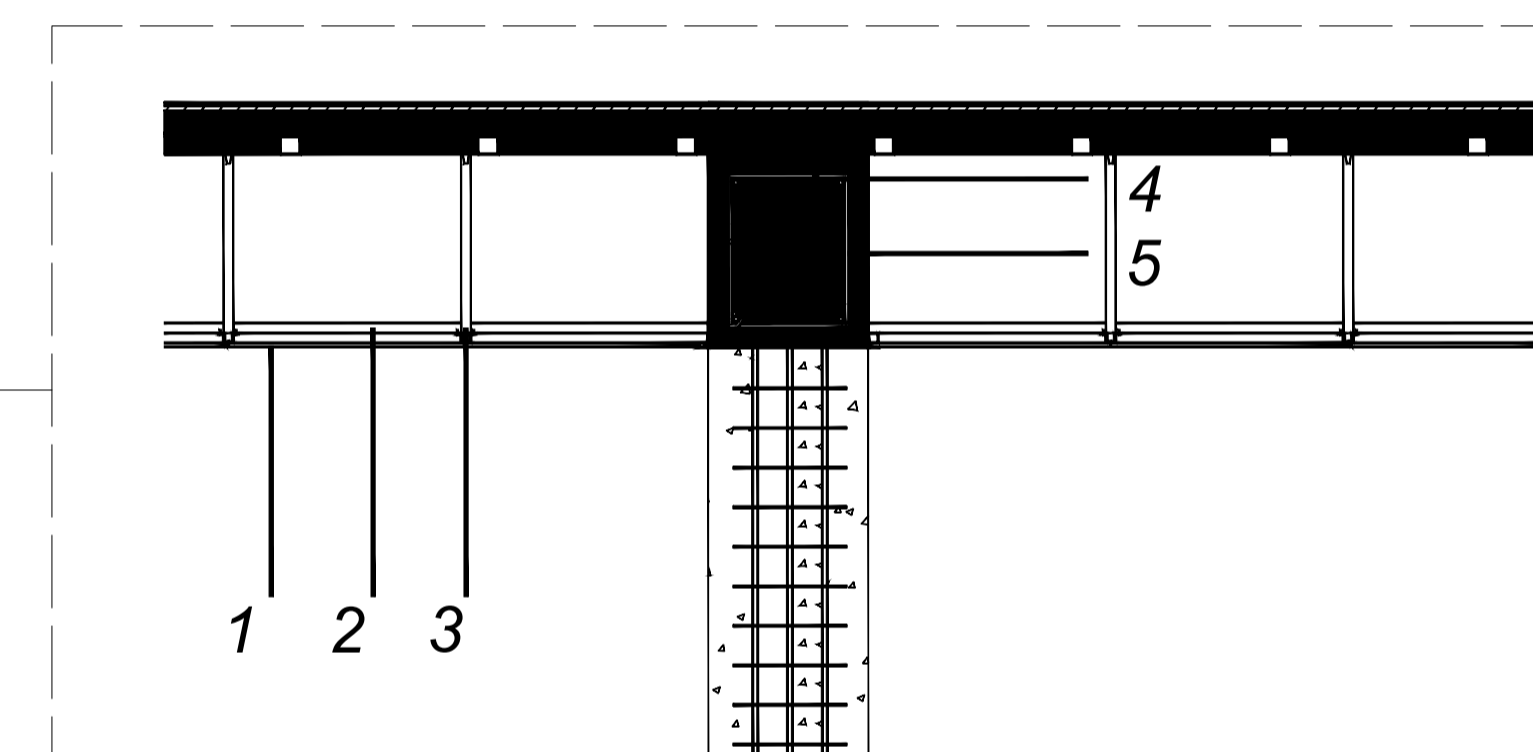
DETALLE ZAPATAS



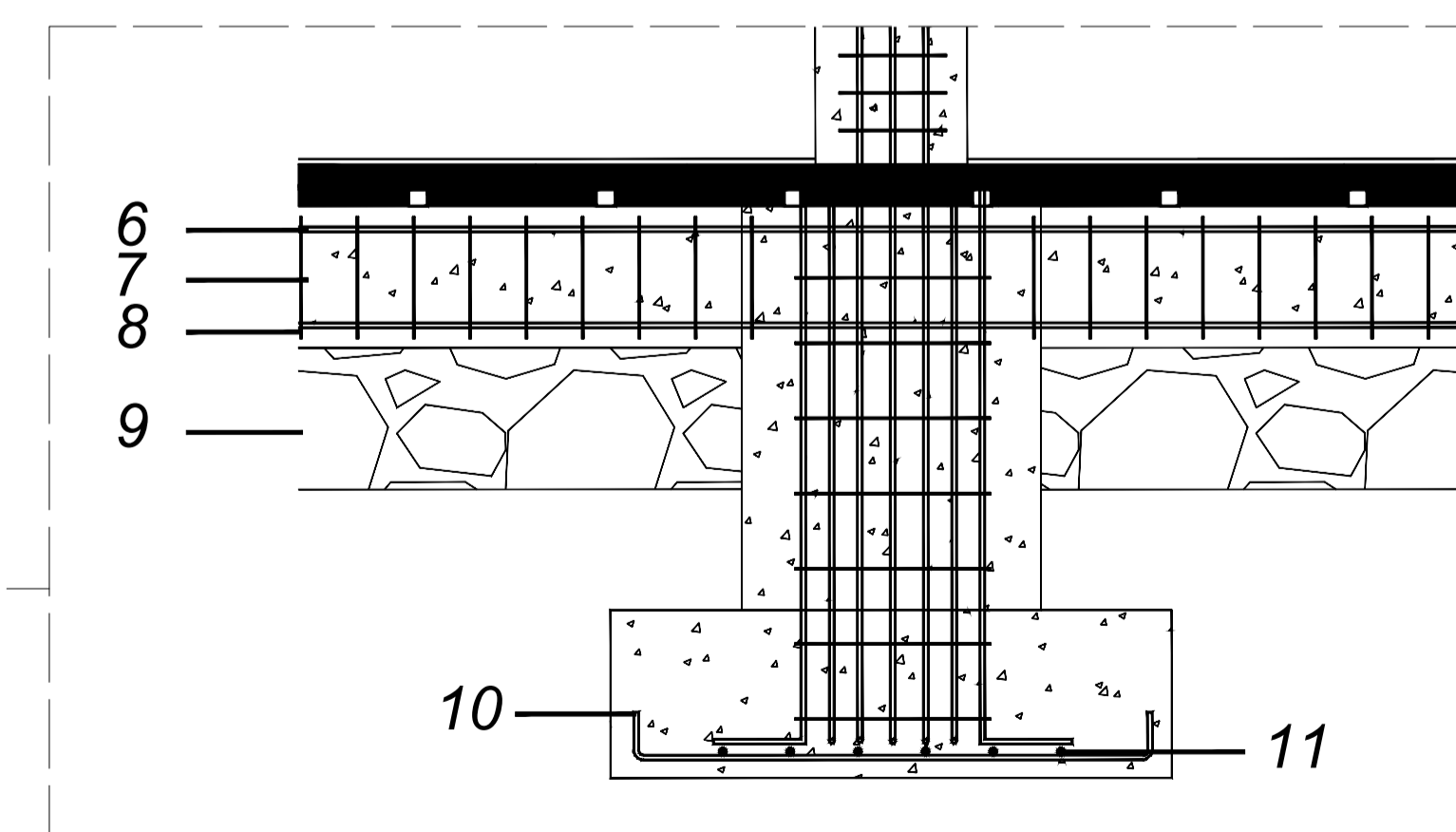
1. Dado 60 cm x 60 cm x 60 cm
- 8 Varillas 5/8"
- Estribos de 3/8" cada 15 cm de centro a centro
2. Replanteo de hormigón pobre 5 cm
- Separación 0.15 m
3. Cadena de desplante 50 cm x 80 cm
- 4 Varillas 3/8"
- Estribos de 3/8" cada 15 cm de centro a centro
5. Columna 50 cm x 50 cm
- 8 Varillas 5/8"
- Estribos de 3/8" cada 15 cm de centro a centro



1. Detalle Constructivo 1
ESC 1:5



1. Detalle Constructivo 2
ESC 1:5



1. Detalle Constructivo 3
ESC 1:5

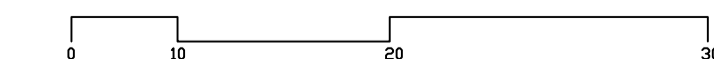
PROYECTO: MERCADO MUNICIPAL	
REALIZADO POR: KARELYS THAIS ZUÑIGA MAZA VICTOR MAURICIO MENDIETA SANCHO	
REVISADO POR: ARQ. CRISTHIAN PEÑAFIEL	
UBICACIÓN: CUENCA - ECUADOR	ESCALA: 1:250
CONTIENE: - DETALLES CONSTRUCTIVO	FECHA: OCTUBRE - 2025 LÁMINA: 10



PROYECTO: MERCADO MUNICIPAL	
REALIZADO POR: KARELYS THAIS ZUÑIGA MAZA VICTOR MAURICIO MENDEIETA SANCHO	
REVISADO POR : ARQ. CRISTHIAN PEÑAFIEL	
UBICACIÓN: CUENCA - ECUADOR	ESCALA:
CONTIENE: - RENDERS	FECHA: SEPTIEMBRE - 2025
	LÁMINA: 11



RENDERS



PROYECTO:
MERCADO MUNICIPAL

REALIZADO POR:
KARELYS THAIS ZUÑIGA MAZA
VICTOR MAURICIO MENDIETA SANCHO

REVISADO POR :
ARQ. CRISTHIAN PEÑAFIEL

UBICACIÓN:
CUENCA - ECUADOR

ESCALA:

CONTIENE:
- RENDERS

FECHA:
SEPTIEMBRE - 2025

LÁMINA:
11



PROYECTO:
MERCADO MUNICIPAL

REALIZADO POR:
KARELYS THAIS ZUÑIGA MAZA
VICTOR MAURICIO MENDEIETA SANCHO

REVISADO POR :
ARQ. CRISTHIAN PEÑAFIEL

UBICACIÓN:
CUENCA - ECUADOR

ESCALA:

CONTIENE:
- RENDERS

FECHA:
SEPTIEMBRE - 2025

LÁMINA:
11

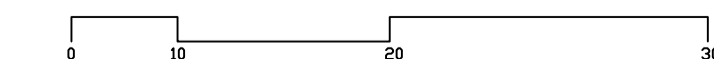




PROYECTO: MERCADO MUNICIPAL	
REALIZADO POR: KARELYS THAIS ZUÑIGA MAZA VICTOR MAURICIO MENDEIETA SANCHO	
REVISADO POR : ARQ. CRISTHIAN PEÑAFIEL	
UBICACIÓN: CUENCA - ECUADOR	ESCALA:
CONTIENE: - RENDERS	FECHA: SEPTIEMBRE - 2025
	LÁMINA: 11



RENDERS



PROYECTO:
MERCADO MUNICIPAL

REALIZADO POR:
KARELYS THAIS ZUÑIGA MAZA
VICTOR MAURICIO MENDIETA SANCHO

REVISADO POR :
ARQ. CRISTHIAN PEÑAFIEL

UBICACIÓN:
CUENCA - ECUADOR

ESCALA:

CONTIENE:
- RENDERS

FECHA:
SEPTIEMBRE - 2025

LÁMINA:
11



PROYECTO:
MERCADO MUNICIPAL

REALIZADO POR:
KARELYS THAIS ZUÑIGA MAZA
VICTOR MAURICIO MENDEIETA SANCHO

REVISADO POR :
ARQ. CRISTHIAN PEÑAFIEL

UBICACIÓN:
CUENCA - ECUADOR

ESCALA:

CONTIENE:
- RENDERS

FECHA:
SEPTIEMBRE - 2025

LÁMINA:
11



AUTORIZACION DE PUBLICACION EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL

Nosotros Karelys Thais Zúñiga Maza y Víctor Mauricio Mendieta Sancho y portadores de las cédulas de ciudadanía N.º 1104687858 y 0705115061. En calidad de autores y titulares de los derechos patrimoniales del trabajo de titulación "Arquitectura y Espacios Públicos en Cuenca: Diseño de un mercado Municipal como Núcleo de Actividad Social y Comercial" de conformidad a lo establecido en el artículo 114 Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, reconocemos a favor de la Universidad Católica de Cuenca una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Así mismo; autorizamos a la Universidad para que realice la publicación de este trabajo de titulación en el Repositorio Institucional de conformidad a lo dispuesto en el artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Cuenca, 27 de Octubre 2025

F: 

Karelys Thais Zúñiga Maza
1104687858

F: 

Víctor Mauricio Mendieta Sancho
0705115061