



**Análisis urbano arquitectónico de los equipamientos de comercio minorista del cantón
Santa Ana**

Molina Barrezueta Junior Asdrúbal y Veintimilla Morales Jorge Jordan

Carrera de Arquitectura, Universidad San Gregorio de Portoviejo

Análisis de Caso previo a la obtención del título de Arquitectos

Arq. Jhon Mendoza Cantos

Octubre, 2023

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR DEL ANÁLISIS DE CASO

En mi calidad de Tutor/a del Análisis de Caso titulado: Análisis urbano arquitectónico de los equipamientos de comercio minorista del cantón Santa Ana. realizado por los estudiantes Junior Asdrúbal Molina Barrezueta y Jorge Jordan Veintimilla Morales, me permito certificar que este trabajo de investigación se ajusta a los requerimientos académicos y metodológicos establecidos en la normativa vigente sobre el proceso de Titulación de la Universidad San Gregorio de Portoviejo, por lo tanto, autorizo su presentación.

Arq. Jhon Gabriel Mendoza Cantos

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL

Los suscritos, miembros del Tribunal de revisión y sustentación de este Análisis de Caso, certificamos que este trabajo de investigación ha sido realizado y presentado por los estudiantes Junior Asdrúbal Molina Barrezueta y Jorge Jordan Veintimilla Morales, dando cumplimiento a las exigencias académicas y a lo establecido en la normativa vigente sobre el proceso de Titulación de la Universidad San Gregorio de Portoviejo.

Arq. Arq. Danny Alcívar

Presidente del Tribunal

Arq. Javier Chonillo

Miembro del Tribunal

Arq. Douglas Pichucho

Miembro del Tribunal

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD

Los autores de este Análisis de Caso declaramos bajo juramento que todo el contenido de este documento es auténtico y original. En ese sentido, asumimos las responsabilidades correspondientes ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión de la información obtenida en el proceso de investigación, por lo cual, nos sometemos a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad.

Al mismo tiempo, concedemos los derechos de autoría de este Análisis de Caso, a la Universidad San Gregorio de Portoviejo por ser la Institución que nos acogió en todo el proceso de formación para poder obtener el título de Arquitectos de la República del Ecuador.

Junior Asdrúbal Molina Barrezueta

Jorge Jordan Veintimilla Morales

Dedicatoria

Ante todo a Dios, mi guía constante y mi fuente de fortaleza a lo largo de todo el proceso de investigación. Su presencia ha sido el faro que iluminó mi camino, tanto en mi crecimiento personal como en mi desarrollo profesional.

Expreso mi profundo agradecimiento a mis padres, Asdrúbal Molina Carranza y María Elena Barrezueta, quienes siempre han estado a mi lado, brindándome apoyo inquebrantable en cada etapa de la vida, sin importar las circunstancias. Sus consejos sabios y su amor incondicional han sido el motor que me impulsó a perseverar y a seguir luchando por mis metas. Reconozco que son el regalo más valioso que Dios me ha dado en esta tierra, una fuente inagotable de amor y fortaleza que ha sido fundamental para mi supervivencia y éxito.

Junior Asdrúbal Molina Barrezueta, 2023

Agradecimiento

Quiero expresar mi gratitud a Dios por otorgarme vida, salud y sabiduría, permitiéndome alcanzar cada una de las metas que me propuse y culminar con éxito esta investigación. También, deseo agradecer a mi familia extendida, incluyendo padres, abuelos, tíos y hermanas, especialmente a Milene Briones, los amo a todos, han sido un apoyo fundamental en mi camino hacia este logro. Su aliento constante y su apoyo incondicional han sido pilares en mi vida. No puedo dejar de mencionar a mi dedicado tutor, el Arq. Jhon Gabriel Mendoza, cuya orientación y conocimientos han sido invaluable en cada etapa de este proyecto. Asimismo, agradezco a mi tutor de Praxis, el Arq. Juan Gabriel García, y a mi tutora de metodología, la Arq. Ana Gabriela Lavalle, quienes siempre han estado dispuestos a brindar su apoyo y guía en la realización de este trabajo de investigación. Su compromiso y colaboración han sido fundamentales en mi crecimiento académico y profesional.

Dedicatoria

Esta tesis se la dedico con todo cariño a mis padres Jorge Veintimilla y María Cecilia, por su sacrificio y dedicación por darme la oportunidad de aprender esta profesión y creer en mis capacidades.

A mis hermanos que con sus palabras de aliento me impulsaron hacia adelante y siempre preservar mis ideales y que cumpla con mis metas.

A mi hermana Verónica Veintimilla por su apoyo económico que nunca me faltó, gracias por darme siempre este apoyo y mucho más cuando lo necesitaba.

Mis compañero y amigos que sin esperar nada a cambio han estado a lado durante estos años, me apoyaron y compartieron sus conocimiento y alegría para que esta meta se hiciera realidad.

Agradecimiento

Gracias Dios, por permitirme darme salud y vida, a mi familia por apoyarme con cada decisión y proyecto, por permitirme cumplir con este desarrollo para mi tesis, gracias por creer en mí.

Gracias a la universidad San Gregorio por permitirme tener una buena experiencia dentro de la universidad por permitirme en ser un profesional.

Agradezco a mi tutor Arq. Jhon Mendoza Cantos por formar parte de este proceso y su apoyo y consejo que nos sirvió para fortalecer nuestra tesis y seguir delante de igual manera a mis tutores de praxis y de investigación por sus conocimientos y su paciencia en enseñarnos a realizar este trabajo.

Resumen

Los equipamientos de comercio minorista, incluyendo aquellos presentes en el cantón Santa Ana, enfrentan actualmente una crisis generalizada que ha llevado a muchos de ellos a la disminución de su clientela, cierre, reconversión o mejoras significativas. Este análisis se enfoca en los tres mercados del cantón Santa Ana, evaluando sus estados actuales mediante el uso de las Normas Técnicas Ecuatorianas (NEC) como referencia.

El estudio se desarrolla en seis capítulos, centrando la atención en cómo se resuelve esta problemática. Utilizando métodos de observación, descripción, fichas técnicas, entrevistas y encuestas, se ha logrado una comprensión más profunda de la situación en los mercados de mariscos, ferias libres y abastos, identificando que sus diseños no son adecuados para la zona costera, lo que ha generado insatisfacción entre los habitantes y ha llevado a considerar la necesidad de su reubicación. La falta de infraestructura básica, como rampas, estacionamientos, mobiliario y señalización en sus alrededores, ha ocasionado congestión y dificultades para los residentes, determinando que estos equipamientos requieren una reforma integral a través de su unificación, no solo para mejorar la experiencia de compra, sino también para transformar la imagen urbana y fortalecer el sentido de pertenencia en la comunidad de Santa Ana. Este enfoque ha llevado a los residentes a reconsiderar la ubicación de estos mercados como estratégica para la creación de una nueva identidad en la imagen urbana y para fortalecer el arraigo de la población.

Palabras clave: Espacios, Mercados, Accesibilidad, equipamientos, NEC norma ecuatoriana de la construcción.

Abstract

Retail facilities, including those present in the Santa Ana canton, are currently facing a generalized crisis that has led many of them to a decrease in their clientele, closure, reconversion or significant improvements. This analysis focuses on the three markets of the Santa Ana canton, evaluating their current states using the Ecuadorian Technical Standards (NEC) as a reference.

The study is developed in six chapters, focusing attention on how this problem is resolved. Using methods of observation, description, technical sheets, interviews and surveys, a deeper understanding of the situation in seafood markets, free fairs and supplies has been achieved, identifying that their designs are not suitable for the coastal zone, which has generated dissatisfaction among the inhabitants and has led to considering the need for relocation. The lack of basic infrastructure, such as ramps, parking, furniture and signage in its surroundings, has caused congestion and difficulties for residents, determining that these facilities require a comprehensive reform through their unification, not only to improve the shopping experience. but also to transform the urban image and strengthen the sense of belonging in the Santa Ana community. This approach has led residents to reconsider the location of these markets as strategic for the creation of a new identity in the urban image and to strengthen the roots of the population.

Keywords: Spaces, Markets, Accessibility, equipment, NEC Ecuadorian construction standard.

Índice de Contenido

Introducción	15
Capítulo I	17
El Problema	17
Descripción del Problema	17
Delimitación del Área de Estudio	26
Justificación	28
Objetivo	32
Objetivo general	32
Objetivos específicos	32
Capítulo II	33
Marco Teórico	33
Antecedentes	33
Marco conceptual	34
Marco Histórico	35
Marco Legal	36
Marco Legal Nacional	36
Marco Legal Local	40
Marco Referencial	43
Repertorio Internacional	43
Repertorio Nacional	46
Repertorio Local	49

Capítulo III.....	51
Marco Metodológico.....	51
Población y Muestra.....	55
CAPÍTULO IV	62
Resultado y Discusión.....	62
Entrevistas.....	82
CAPÍTULO V	84
Conclusiones y Recomendaciones.....	84
CAPÍTULO VI	89
Propuesta	89
Referencias Bibliográfica.....	105
ANEXOS	109

Índice de Figuras

Figura 1	<i>Mercado de abasto del cantón Santa Ana</i>	21
Figura 2	<i>Acceso a la segunda planta del mercado de abasto del cantón Santa Ana</i>	22
Figura 3	<i>Zona de Carne del Mercado de abasto.</i>	22
Figura 4	<i>Zona de Carne del Mercado de Abasto</i>	23
Figura 5	<i>Mercado de Mariscos</i>	23
Figura 6	<i>Mercado de Mariscos</i>	24
Figura 7	<i>Mercado de Mariscos</i>	24
Figura 8	<i>Mercado de Ferias Libres</i>	25
Figura 9	<i>Mercado de Ferias Libres</i>	26
Figura 10	<i>Mapa de Ecuador, Manabí y Santa Ana.</i>	27
Figura 11	<i>Vista aérea del cantón Santa Ana</i>	27
Figura 12	<i>Vista aérea del área de estudio</i>	28
Figura 13	<i>El Mercado Cachan, en Francia</i>	45
Figura 14	<i>El Mercado Central de Santiago de Chile</i>	45
Figura 15	<i>El Mercado Municipal de São Paulo</i>	46
Figura 16	<i>Mercado Municipal Santa Clara de Quito</i>	47
Figura 17	<i>Mercado San Francisco de Quito</i>	48
Figura 18	<i>Mercado central de Santa Rosa de Quito</i>	48
Figura 19	<i>Mercado 22 de noviembre del cantón de Milagro, de la provincia del Guayas</i>	49
Figura 20	<i>Mercado Plaza Central n°1 de Portoviejo</i>	50

Figura 21	Proceso Metodológico	53
Figura 22	Planta arquitectonica del primer nivel - Mercado de Abasto	65
Figura 23	Mapa de zonas con vulnerabilidad a inundaciones de la parroquia Santa Ana de Vuelta Larga, Manabí, Ecuador.....	67
Figura 24	Planta arquitectonica del segundo nivel - Mercado de Abasto.....	68
Figura 25	Plano arquitectónico del Mercado de ferias libres	74
Figura 26	Ubicación del terreno para la propuesta	89
Figura 27	Fachada principal de la Propuesta del Mercado Santa Ana.....	90
Figura 28	Fachada frontal.	91
Figura 29	Fachada lateral izquierda	93
Figura 30	Interior del mercado.....	94
Figura 31	Renders del pequeño parque.....	95
Figura 32	Parte posterior de la propuesta del mercado.....	96
Figura 33	Interior del Mercado Santa Ana.....	98
Figura 34	Área de locales de comida	99
Figura 35	Fachada principal de la propuesta	100
Figura 36	Planta arquitectónica del mercado Santa Ana (propuesta-planta baja)	101
Figura 37	Planta arquitectónica del mercado Santa Ana (propuesta-planta alta)	102
Figura 38	Implantación de la propuesta del mercado de Santa Ana	103
Figura 39	Fachadas de la propuesta del mercado de Santa Ana.....	104

Índice de Tablas

Tabla 1	Nota. Ficha de Observación. Elaborada por los autores con la ayuda de la tesis de (Salazar, 2022)	54
Tabla 2	Nota. Ficha de encuesta. Elaborado por los autores (2023).....	58
Tabla 3	Nota. Ficha de entrevista. Elaborado por los autores (2023).....	59
Tabla 4	Población a servir por mercado	85

Introducción

Los mercados de abasto y comercio minorista, tanto en Ecuador como en ciudades globales, enfrentan desafíos significativos para ajustarse a un entorno urbano en constante evolución, particularmente cuando su patrimonio arquitectónico refleja diseños de épocas pasadas. Estos lugares, históricamente fundamentales para la economía y la vida social, están experimentando una encrucijada en la actualidad debido a que sus estructuras, en ocasiones, no cumplen con las normas técnicas de construcción actuales (INEN, 2013), específicamente en lo que respecta al Cantón Santa Ana y las disposiciones establecidas por el Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD). En el Cantón Santa Ana, los mercados de comercio minorista desempeñan un papel fundamental en la distribución de bienes y servicios, pero muchos de ellos presentan deficiencias estructurales y funcionales que no se ajustan a las regulaciones de construcción del Ecuador y las disposiciones locales del GAD. Estos problemas incluyen la accesibilidad limitada, la falta de instalaciones adecuadas y la infraestructura obsoleta, lo que no solo afecta la experiencia del consumidor sino también pone en riesgo la seguridad de los comerciantes y visitantes.

Para abordar estos desafíos, se han implementado estrategias de renovación y modernización. En el Cantón Santa Ana por parte del (GAD S. , 2019), se están llevando a cabo proyectos de restauración arquitectónica que buscan conservar el valor histórico y cultural de estos mercados mientras se realizan mejoras sustanciales para cumplir con las normativas de construcción vigentes. A nivel global, se fomenta la diversificación de la oferta de productos, la incorporación de tecnología para optimizar la gestión y la creación de espacios multifuncionales que atraigan a un público más amplio.

Capítulo I

El Problema

Planteamiento del Problema

Según (Rodas L. A., 2016) define al mercado como un lugar público o privado donde se reúnen vendedores y compradores a distribuir, comprar, y vender productos específicos, por medio de los cuales se satisfacen las necesidades individuales y familiares de una comunidad. Los Mercados se clasifican según su tipo en: Minoristas y Mayoristas. Los mercados de abasto o minoristas están en el centro de intensos conflictos económicos, políticos y urbanos en muchas ciudades diferentes alrededor del mundo. Además, están rodeadas de un doble discurso de declive generalizado y renovación selectiva, que favorece la transformación radical de algunas de ellas.

La ventaja competitiva de los productos frescos, así como los efectos sociales y culturales que tiene en la sociedad y la cultura, hacen de los mercados de alimentos una de las infraestructuras de comercialización más antiguas que coexisten con el comercio minorista contemporáneo. Sin embargo, los supermercados han cambiado los patrones de compra de los consumidores con la introducción de diversos formatos de venta, posicionándose cada vez más en la preferencia de compra, y este potencial beneficio sociocultural puede perderse debido a su fuerte crecimiento y gran desarrollo logístico operativo. Los mercados de oferta tradicionales deben, por tanto, adoptar nuevas tácticas que les permitan seguir desarrollando estas importantes facetas de la sociedad, recuperando sus raíces como edificios potencialmente influyentes en su entorno, a través de intervenciones que fomenten las conexiones sociales y culturales.

Los mercados de abastos están experimentando una crisis generalizada que hace que la mayor parte de ellos agonice y así gran parte de ellos han visto disminuir su clientela, o bien han

cerrado, o bien están en proceso de reconversión y mejora, o bien se han reconvertido hacia otro tipo de establecimientos. (Crespi Vallbona, 2016)

La funcionalidad de los mercados de abastos municipales va más allá de la compraventa de mercancías para consumo humano y su impacto en la economía local de proximidad mediante una mejora en su actividad económica. En concreto, se refiere a la repercusión de lo intangible, a la red de relaciones inmateriales en el ámbito social que se suelen dar alrededor de estos herederos de los antiguos foros romanos. Son las relaciones entre las personas y la percepción social del mercado lo que les vincula con la economía social. Son lugares de intercambio y sociabilidad excepcionales. (Cantero, 2007)

Incluso en el desarrollo de las ciudades, donde la comercialización de los alimentos es fundamental para su sostenibilidad, los mercados de abastecimiento juegan un papel histórico sociocultural significativo. Somos conscientes de sus raíces en la esfera pública, donde crearon un espacio de interacción social y son instituciones sociales, asimismo organizan la vida de un barrio generándole identidad o “sentido de lugar” (Massey, 1995, citado por (Hernandez, 2016). p 146), aunque por sus características de infraestructura han sido calificadas como lugares deteriorados y sucios.

Los mercados del Ecuador y el mundo se han convertido recientemente en espacios comerciales dedicado a la venta de productos y bienes. Se considera espacios de interacción social de diferentes culturas siendo parte de la identidad de la comunidad. Gracias a estas características se han posicionado como un espacio potencial para el desarrollo del turismo cultural. (Chiriboga & Qishpe, 2019)

Entrando al mercado minorista de Santa Ana, en un comunicado, el cabildo informó que el establecimiento “mercado de abasto” presentaba problemas de carácter funcional, espacios subutilizados y deterioro de sus instalaciones generales, como resultado del abandono de

administraciones municipales anteriores (LAHORA, 2007). Cada uno de los equipamientos presentan problemas de deterioro o falta de mantenimiento, como: techos dañados, paredes agrietadas o infraestructura deficiente en general. Estas condiciones pueden afectar la seguridad de las instalaciones y limitar la funcionalidad de este. Es notorio también la carencia de servicios básicos, el suministro de electricidad, agua potable y un sistema de alcantarillado deficiente. La falta de estos servicios afecta negativamente la higiene del lugar y de los productos que se oferta, así como también en el bienestar tanto de los comerciantes como de los consumidores.

El mercado abasto y el de mariscos de Santa Ana no dispone de un espacio de estacionamiento adecuado y cercano, los clientes enfrentan dificultades para estacionar sus vehículos, lo que ocasiona la disminución y afluencia de visitantes repercutiendo en las ventas de los comerciantes y en la actividad económica del mercado, así como también la incomodidad para la actividad de carga y descarga de los productos. Dos (mercado de abastos y mariscos) de los tres equipamientos arquitectónicos de mercado minorista, no son construcciones acordes a la era presente, tienen muchas carencias de orden ambiental, moderno y tecnológico, faltando algo tan esencial como es la existencia de una zona de áreas verdes y patio de comidas, donde no solo los comerciantes puedan comer, sino también que los habitantes y turistas puedan degustar de la gastronomía.

En definitiva, las principales problemáticas que presentan dichas instalaciones son la falta de mantenimiento sistemático, lo que conllevó al deterioro del piso, paredes y ventanas, por otra parte, existe carencia de los servicios básicos, lo que dificulta su óptimo funcionamiento.

El manual para el reconocimiento y la certificación de mercados saludables (2016) señala:

Los mercados son importantes espacios de encuentro, puesto que son con frecuencia, el principal centro comercial y social de una comunidad, en los que se refleja la cultura y las

tradiciones de un territorio. El intercambio de conocimientos, saberes y alimentos debe darse en ambientes propicios y seguros, garantizando así, entornos de construcción comunitaria.

En el cantón Santa Ana, el comercio es uno de los medios de supervivencia de sus habitantes, y en los actuales momentos se ha intensificado, con la proliferación de un mayor número de comerciantes informales, quienes han invadido espacios públicos destinados para la circulación peatonal o vehicular, evidenciando la falta de planificación territorial y el desaprovechamiento del espacio físico destinado para la venta de los diferentes tipos de productos comercializados.

Razones suficientes para realizar el análisis de los equipamientos urbanos arquitectónicos de comercio minorista del cantón Santa Ana, porque la necesidad es imperiosa, para brindar a los comerciantes un lugar donde los residentes puedan realizar compras, interactuar y disfrutar de servicios y productos variados, ayudar a los comerciantes a crecer financieramente, y hacer una contribución positiva a la comunidad, buscando el desarrollo urbano sostenible del cantón y “contribuir al logro de la sostenibilidad integral a escala global” (Guamán, Pérez, Mendoza, & Cándido, 2020, pág. 2)

Con el planteamiento del problema surgen ciertas interrogantes que se procurará responder al culminar el presente estudio. Estas interrogantes nos llevarán al planteamiento de los objetivos de la misma.

PG. ¿En qué estado se encuentran los equipamientos urbanos arquitectónicos de mercado minorista del Cantón Santa Ana?

PE1. ¿Cuáles son las necesidades de la población con respecto al estado de los equipamientos urbanos del mercado minorista del cantón Santa Ana?

PE2. ¿Qué requerimientos arquitectónicos óptimos necesita un mercado de abasto para ser efectuado en el cantón Santa Ana, tomando como referencias mercados exitosos, nacionales e internacionales?

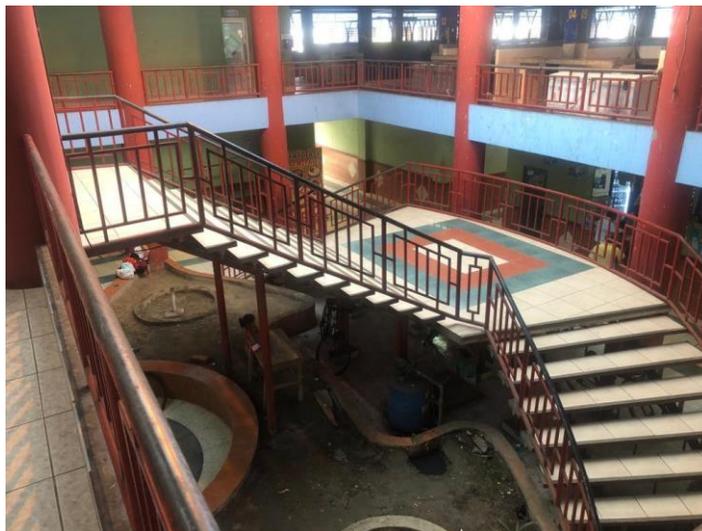
PE3. ¿Será conveniente establecer lineamientos de urbanos arquitectónicas dentro de las experiencias de los usuarios en los equipamientos?

Figura 1 Mercado de abasto del cantón Santa Ana



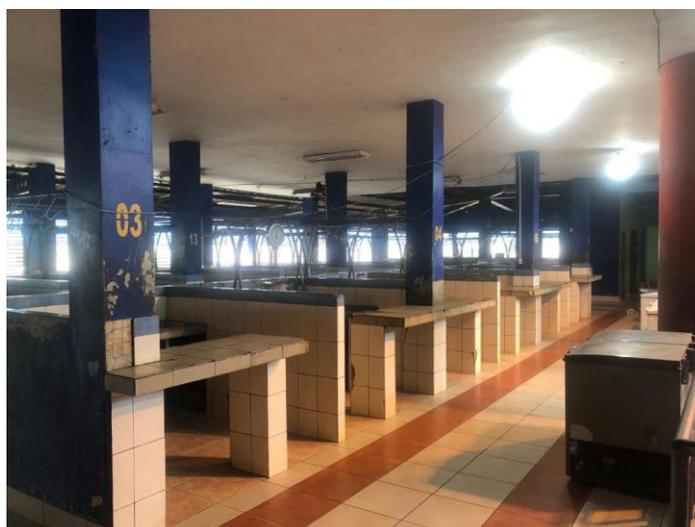
Nota. Fachada frontal del Mercado de Abasto de Santa Ana. Análisis urbano arquitectónico de los equipamientos de comercio minorista del Cantón Santa Ana. Elaborada por autores (2023)

Figura 2 Acceso a la segunda planta del mercado de abasto del cantón Santa Ana



Nota. Escaleras para acceder a la zona de Carne en la planta alta del mercado de abasto de Santa Ana. Elaborada por autores (2023)

Figura 3 Zona de Carne del Mercado de abasto.



Nota. Puestos no ocupados por los comerciantes y en mal estado. Elaborada por autores (2023)

Figura 4 Zona de Carne del Mercado de Abasto.



Nota. Puestos no ocupados por los comerciantes y en mal estado. Elaborada por autores (2023)

Figura 5 Mercado de Mariscos



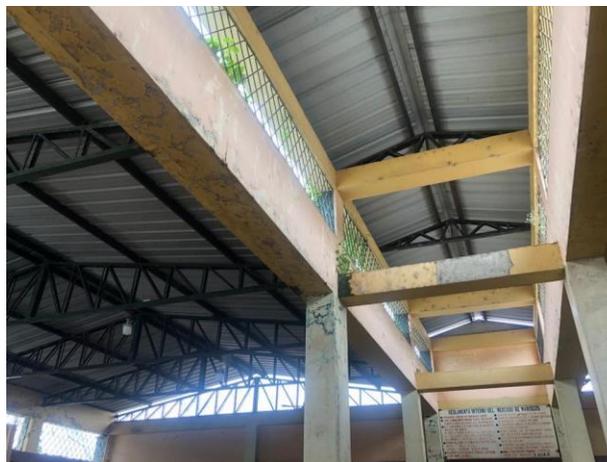
Nota. Fachada del Mercado de Mariscos del cantón Santa Ana. Elaborada por autores (2023)

Figura 6 Mercado de Mariscos



Nota. Interior del Mercado de Mariscos del cantón Santa Ana en malas condiciones. Elaborada por autores (2023)

Figura 7 Mercado de Mariscos



Nota. Interior del Mercado de Mariscos del cantón Santa Ana en malas condiciones. Elaborada por autores (2023)

Figura 8 Mercado de Ferias Libres



Nota. Fachada Frontal del Mercado de Ferias Libres del cantón Santa Ana con nueva remodelación. Elaborada por autores (2023)



Nota. Antigua Fachada Frontal del Mercado de Ferias Libres del cantón Santa Ana. Obtenida de: <https://acortar.link/Yrh8T3>

Figura 9 Mercado de Ferias Libres



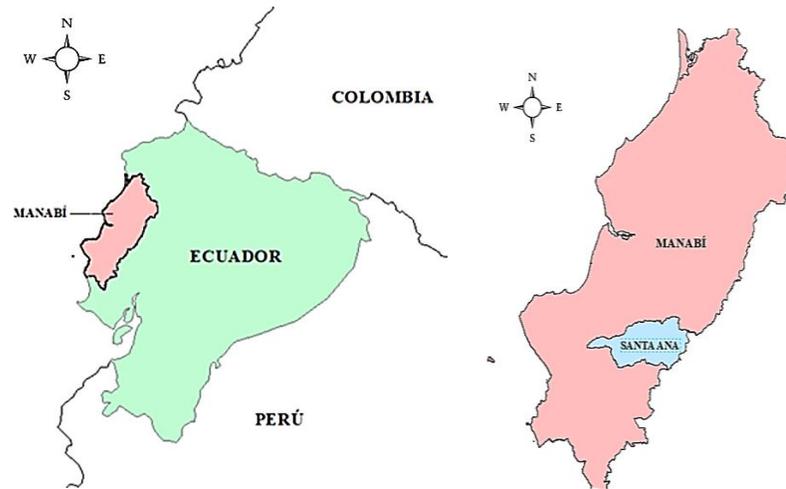
Nota. Fachada Frontal del Mercado de Ferias Libres del cantón Santa Ana con nueva remodelación. Elaborada por autores (2023)

Delimitación del Área de Estudio

La investigación abarcará el campo de la Arquitectura, en el área de diseño arquitectónico, considerando el mercado minorista de la ciudad de Santa Ana, de la provincia de Manabí, y el tiempo de la investigación está dentro del año 2023 en que se efectuará el análisis correspondiente.

El cantón Santa Ana “geográficamente se encuentra ubicado en el centro sur de la Provincia de Manabí, a 1° 12’ de latitud Sur y 80° 22” de longitud Oeste. Su altitud es de 50 m.s.n.m. y su zona alta más elevada alcanza una altura de 400 m.s.n.m., con una extensión de 1.022 km², y una población de 47.385 habitantes” (GAD S. A., 2023).

Figura 10 Mapa de Ecuador, Manabí y Santa Ana.



Nota. *Ubicación de la Republica del Ecuador, provincia de Manabí, cantón Santa Ana.*

Elaborada por autores (2023)

Figura 11 Vista aérea del cantón Santa Ana



Nota. *Ubicación del Cantón Santa Ana. Imagen elaborada por autores, obtenida de Google*

Earth (2023)

Figura 12 Vista aérea del área de estudio



Nota. *Ubicación de los tres equipamientos de mercado minorista existentes. Imagen elaborada por autores con la ayuda de Google Earth (2023)*

Justificación

A partir de las últimas décadas del siglo pasado los mercados municipales se enfrentan a una importante serie de desafíos por diversos factores: las transformaciones en la estructura urbanística y demográfica de la ciudad, el cambio en las pautas de consumo, así como la competencia de formas de distribución y comercio lideradas por los supermercados. (Hernández A. , 2017, pág. 168)

Muchos gobiernos han aportado a la recuperación e impulso de los mercados municipales, no solo son espacios de comercio, sino también como plaza públicas: espacios para la relación y la socialización.

La presencia del mercado provocó el cambio del uso del suelo en las construcciones circundantes. Tiendas y bodegas, consignaciones y abacerías fueron estableciéndose en el sector afirmando una tendencia notoria hacia la actividad comercial. (Albornoz , 2020)



*Nota. Interior del Mercado 9 de octubre de Cuenca. Elaborado por
BAQ 2010 (2023)*

Según el (Cootad, 2019) en el artículo 134, literal c), 'Ejercicio de la competencia de fomento de la seguridad alimentaria", que los Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) deben planificar, construir una infraestructura adecuada, coordinando con los Gobiernos autónomos provinciales, cantonales, municipales, barriales para fomentar la producción, conservación, intercambio y comercialización de alimentos. Completando con la planificación y construcción de redes de mercados estas deberán ser realizadas por los GAD.

(SAE, 2018) Mantiene a organismo de certificación del sistema de gestión de mercados saludables a que evalúen a mercados minorista y mayorista en todo el país con bases a las Normas Técnicas Ecuatorianas.

Un mercado saludable debe tener una infraestructura sólida que impida la entrada de animales, facilite el control de plagas, mantenga condiciones sanitarias adecuadas, iluminación y ventilación adecuadas, suministro de agua y control de desechos sólidos. También debe estar lejos de áreas propensas a inundaciones o industrias que son fuentes de contaminación.

Según el (SAE, 2018) existen 12 requisitos fundamentales:

1. La infraestructura
2. Servicios
3. Equipos y utensilios
4. Adquisición
5. Comercialización y transporte
6. Recepción y almacenamiento de alimentos
7. Puestos de comercialización
8. Preparación de alimentos
9. Limpieza y desinfección
10. Control de plaga
11. Capacitaciones
12. Promoción de la salud

El objetivo principal es brindarles a los comerciantes que tengan un mejor lugar para vender sus productos y también esos vendedores que no tiene un lugar específico de venta, es decir que tenga un confort al momento de realizar su trabajo, también que mejore la organización espacial y así acabar los problemas en el mercado para que los clientes se sientan a gusto de ir a comprar y obviamente el mercado debe tener una imagen que beneficie con la economía y los comerciantes de las zonas.

Es por ello que el desarrollo de esta investigación se justifica de manera práctica porque permitirá visualizar la realidad de los mercados existentes en el cantón Santa Ana, las actividades comerciales que en él se realizan, así como también porque se pretende evaluar los equipamientos actuales de mercado minorista y las características de los mismos, que de manera directa influyen en el bienestar del vendedor, del consumidor y de los actores del comercio que cada día buscan la modernización, la innovación y la tecnología para el desarrollo de sus actividades.

Y es que los mercados de Santa Ana, como ya se mencionó anteriormente, presentan diversos problemas que pueden ser superados bajo una posible regeneración o reorganización de los espacios con la correspondiente observación de las normas para construcción de mercados, como son los espacios físicos dentro del mercado, la accesibilidad peatonal, el control y eliminación de malos olores, el control del ruido, la ventilación adecuada en todo el establecimiento, el asoleamiento entre otros aspectos a analizar.

Con la realización de la investigación se aportará de conocimientos sobre los mercados y el comercio minorista de Santa Ana, sus fortalezas y debilidades y además de las medidas a adoptar para mejorar la situación existente en ellos, que bien pueden ser considerados como información importante para futuras investigaciones y se contribuirá con una regeneración o reorganización de los espacios, que de seguro va a potenciar el comercio del cantón y la presencia de turistas que buscarán tener momentos de ocio y consumo, así como también conocer la arquitectura del mercado.

Tal como lo menciona (Ortega, 2018)

Los mercados de abastos han sido tradicionalmente lugares de abastecimientos de productos alimenticios para la población que reside en aquellas zonas donde se ubican. No obstante, esta básica y primigenia función está cambiando en los últimos años, de

modo que, actualmente, se encuentran sumidos en una transformación hacia modernos centros de atracción turística. (p. 17)

Objetivos

Objetivo general:

Analizar las condiciones existentes de los equipamientos de comercio minorista para la venta de productos, realizando una investigación de campo sobre su uso y funcionamiento de las edificaciones del cantón de Santa Ana, para luego concertar lineamientos urbanos arquitectónicas.

Objetivos específicos:

1. Identificar la situación actual de los equipamientos de comercio minorista existentes en el cantón Santa Ana.
2. Diagnosticar la satisfacción de los equipamientos en la calidad de vida de los usuarios, teniendo en cuenta sus necesidades.
3. Establecer lineamientos urbanos arquitectónicos dentro de las experiencias de los usuarios en los equipamientos.

Capítulo II

Marco Teórico

Antecedentes

Los mercados como los conocemos en la actualidad datan del siglo XIX y son el resultado de las ideas urbanísticas predominantes en ese periodo, las cuales indicaban que las plazas (los espacios destinados al comercio minorista) y los mercadillos tenían que estar resguardados bajo techo (Hernández C. A., 2017, pág. 1)

Los mercados municipales, en las últimas décadas del siglo pasado enfrentaron muchos desafíos, entre ellos las transformaciones urbanísticas y demográficas de la ciudad, el cambio en los gustos y preferencias de los clientes, así como las formas de distribución y comercio, que hoy por hoy, son los supermercados los líderes.

En el siguiente trabajo se analizaron diversas tesis y artículos tanto nacionales como internacionales respecto al elemento arquitectónico de estudio, de las cuales se obtuvo información importante acerca de sus variables, resultados, objetivos entre otros.

Los mercados tienen un lugar en la historia de América latina ya que estos lugares existían en la época inca como espacios abiertos. Esto cambio a la llegada de los españoles obligando a sus ancestros a cambiar su cultura, una de esto fue que no podían vender sus productos fuera de las zonas, si no eran castigados, también solo podían abrir una vez a la semana.

La plaza y el mercado fueron fundado por los españoles asegurando una fuente de ingreso económico y crear un lugar de comercio. Estas plazas y mercados son vitales para América latina y nuestro país, su propósito es proveer y comercializar productos esenciales a los ciudadanos. (Medina Viteri & Ulpo Carrera, 2018, pág. 6)

En lo que respecta a la arquitectura de los mercados municipales en Latinoamérica, en las últimas décadas, han enfrentado diversos desafíos concernientes a la infraestructura y su

conservación, tal es el caso del mercado central de Santiago de Chile, que es un mercado de abastos muy reconocido mundialmente, al ser considerado un hito histórico, famoso por sus 36 deliciosos mariscos y otros platos tradicionales chilenos. Este mercado presenta una “impresionante arquitectura neoclásica, pero el verdadero placer, en él es la degustación de la comida que se puede encontrar dentro”. (De Padua & Tijoux, 2012).

Mientras que en la región costa del Ecuador, existen diversos mercados municipales, constituyéndose en emblemático y gran ejemplo para los demás cantones, el mercado municipal de Portoviejo, cuya infraestructura y diseño arquitectónico es propio de las grandes ciudades. “Cuenta con 42 locales para pequeños comercios, un supermercado, restaurantes, patio de comida, parqueadero y muchas facilidades para los compradores” (GAD d. P., 2021)

Marco conceptual

Mercado minorista

Según (Morales, 2020), consiste en empresas que venden directamente a los consumidores u ofrecen servicios para ellos. La penúltima etapa de la cadena de valor sería donde se ubica este mercado. En él se incluyen los consumidores finales, pequeños comerciantes, puestos ambulantes, negocios familiares, tiendas y otros pequeños negocios que pretendan vender el producto terminado a dicho consumidor final.

Comercialización

Para (Armstrong, 2012), la comercialización se define como, una serie de actividades que intervienen en el proceso por el cual un producto está disponible para el consumo, tales como compra, venta y distribución. La comercialización debe considerarse como una red creadora de valor para el usuario final al generar utilidades de forma, posesión, tiempo y lugar. Igualmente está compuesta por un conjunto de entidades, cuyo propósito es trasladar cualquier objeto de valor desde su punto de fabricación o producción hasta su lugar de consumo.

Comerciantes informales

Para el autor (Morató, 2015), la lógica de los comerciantes informales se impone en la determinación y apropiación de los espacios de uso público, sin considerar que este es de todos. Esto dificulta el ordenamiento de las actividades económicas en la vía pública y a su vez impacta considerable y permanentemente en la calidad del espacio público debido a que la ubicación o rotación de los puestos de venta se torna intensa; se encuentra en las aceras, en medio de las calles, turnos de mañana y de noche. Situaciones que afectan la circulación habitual y fluida de estos espacios.

Mercados municipales

Menciona (Ripol, 2006) que los mercados municipales han tenido y mantienen un valor constante a lo largo del tiempo: satisfacer las necesidades de compra de productos de alimentación en fresco, siendo uno de los elementos clave del sistema de distribución comercial de las ciudades, tanto en cuanto a la disponibilidad para los consumidores de producto en cantidad y calidad, como en cuanto al nivel de precios, tradicionalmente más favorable en estos establecimientos.

Marco Histórico

Menciona (López, 2020), que en la Antigüedad los mercados de abasto tienen sus orígenes en las civilizaciones antiguas, donde se desarrollaron lugares de intercambio de bienes y alimentos. En la antigua Grecia, por ejemplo, existían los "agorai" y "póleis", que eran espacios públicos donde los agricultores y comerciantes locales vendían sus productos. En la antigua Roma, los "macella" eran mercados dedicados a la venta de carne y productos alimenticios.

Durante el período de la Edad Media, los mercados de abasto continuaron siendo fundamentales en las ciudades europeas. Estos mercados se establecían en plazas públicas y eran lugares donde los agricultores y comerciantes locales ofrecían sus productos. Los mercados

medievales solían tener una estructura más informal y se celebraban en días específicos de la semana. (López, 2020)

Con el Renacimiento y la expansión de las ciudades, los mercados de abasto adquirieron una mayor organización y regularidad. Se establecieron normas y regulaciones para garantizar la calidad y seguridad de los productos ofrecidos. Los mercados se convirtieron en lugares más estructurados y permanentes, y surgieron mercados especializados en diferentes tipos de alimentos, como pescado, carne, frutas y verduras.

Durante la Revolución Industrial y el siglo XIX, se produjeron importantes cambios en los mercados de abasto. El crecimiento de las ciudades y la urbanización masiva generaron una mayor demanda de alimentos y productos frescos. Esto llevó a la construcción de mercados municipales cubiertos, con estructuras arquitectónicas notables, donde los comerciantes podían vender sus productos en un entorno más protegido. (López, 2020)

A lo largo del siglo XX, los mercados de abasto continuaron siendo importantes para la adquisición de productos frescos, aunque enfrentaron desafíos debido a los cambios en los patrones de consumo y la competencia de los supermercados. En las últimas décadas, algunos mercados de abasto han logrado mantener su relevancia y atractivo al ofrecer productos locales, orgánicos y artesanales, así como experiencias de compra auténticas.

Marco Legal

Marco Legal Nacional

Con base en lo establecido en la Constitución de la República del Ecuador, la cual fue obtenida de la página “Red de Conocimientos Electorales”. (ACE, 2020) tendremos los siguientes artículos en relación con nuestro tema:

Art. 336.- El Estado impulsará y velará por el comercio justo como medio de acceso a bienes y servicios de calidad, que minimice las distorsiones de la intermediación y promueva la

sustentabilidad. El Estado asegurará la transparencia y eficiencia en los mercados y fomentará la competencia en igualdad de condiciones y oportunidades, lo que se definirá mediante ley.

Art. 54.- Las personas o entidades que presten servicios públicos o que produzcan o comercialicen bienes de consumo, serán responsables civil y penalmente por la deficiente prestación del servicio, por la calidad defectuosa del producto, o cuando sus condiciones no estén de acuerdo con la publicidad efectuada o con la descripción que incorpore. Las personas serán responsables por la mala práctica en el ejercicio de su profesión, arte u oficio, en especial aquella que ponga en riesgo la integridad o la vida de las personas. Concordancias: Ley orgánica de defensa del consumidor, Arts. 6, 27

Capítulo tercero

Soberanía alimentaria

Art. 281.- La soberanía alimentaria constituye un objetivo estratégico y una obligación del Estado para garantizar que las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades alcancen la autosuficiencia de alimentos sanos y culturalmente apropiado de forma permanente.

Según los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) del Territorio Ecuador (2019), a través de las instituciones públicas, es responsable de crear las condiciones favorables que permitan el cumplimiento de los ODS a través de la emisión de normas, mecanismos y herramientas. El Estado también juega un papel importante en la implementación de los ODS.

En Ecuador existen iniciativas ciudadanas orientadas a fortalecer los procesos de desarrollo, reconstruir la fragmentación social y cerrar brechas de desigualdad, exclusión y vulnerabilidad. Cada vez, se hace más notoria la aplicación y cumplimiento de los ODS en todos los campos del quehacer humano.

En el área de la construcción y arquitectura urbanista se aplican los ODS de diferentes maneras, principalmente el objetivo 11 “Ciudades y Comunidades Sostenibles” a través del cual se quiere conseguir mejorar la sociedad, a través de iniciativas socialmente responsables y sostenibles que permitan avanzar. Es por ello que se realiza un análisis urbano arquitectónico de los equipamientos del comercio minorista del cantón Santa Ana, destacando que a más de las personas también es importante el entorno en donde se encuentran estos mercados, cuya protección medioambiental es emergencia planetaria, al poner especial cuidado y protección de la naturaleza, practicando así el objetivo 13 “Acción por el Clima”.

Según (Urquijo, 2020) “Ser el arquitecto de un mercado, implica encontrarse frente a un bello aprieto”. El Arquitecto debe de regirse por lo que establece la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria (LOSEPS), en su Art. 89 que establece la obligación a los GAD de impulsar la construcción, adecuación y mantenimiento de los mercados locales y otros espacios de comercialización para fortalecer la economía popular y solidaria. Luego, cumplir con el Reglamento de Mercados Municipales de Abastos y Expendio de Productos de Consumo Humano, en su Art. 2 que define los requisitos técnicos que deben cumplir las edificaciones destinadas a mercados municipales de abastos y expendio de productos de consumo humano, como también los espacios de manipulación, conservación de alimentos, sistema de agua potable y alcantarillado, entre otros. Y el Art. 3 que establece las condiciones generales de seguridad y salubridad, extintores, rutas de evacuación, baterías sanitarias, etc. De igual manera es importante que tenga en cuenta la Norma Técnica Ecuatoriana NTE INEN2 337 mercados municipales de alimentos.

Tendremos en cuenta las normas del Instituto Ecuatoriano de Normalización (INEN, 2013) ente encargado de verificar la reglamentación. Las Normas INEN son normativas técnicas que evalúan la conformidad del producto, con base en normativa técnica ecuatoriana, cuyo concepto básico es satisfacer las necesidades locales y facilitar el comercio nacional e internacional,

contribuyendo al mejoramiento continuo de las empresas, incrementando su competitividad y velando por la seguridad y salud del consumidor.

Requisitos

4.1 Requisitos relativos a la infraestructura

4.1.1 Localización, diseño y construcción

4.1.1.1 El mercado debe estar alejado de fuentes de contaminación que representen riesgo para la inocuidad de los alimentos, en particular de zonas propensas a inundaciones y zonas industriales.

4.1.1.2 El mercado debe contar con infraestructura física, que impida el ingreso de animales y facilite el control de plagas, así como otros elementos del ambiente exterior como polvo y materias extrañas, con la finalidad de mantener las condiciones sanitarias.

4.1.1.3 La construcción debe ser sólida y disponer de espacio suficiente para la instalación, operación y mantenimiento de los equipos y puestos de comercialización, así como para el movimiento del personal, usuarios y el traslado de materiales y alimentos

4.1.1.5 El diseño y la distribución del mercado debe permitir un mantenimiento, limpieza y desinfección de la infraestructura que minimice el riesgo de contaminaciones.

4.1.3 Iluminación y ventilación

4.1.3.1 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.

4.5 Requisitos relativos al puesto de comercialización.

El Municipio de Quito, a través de la Secretaría de Salud y en coordinación con la Agencia de Coordinación Distrital del Comercio (ACDC) y Administraciones Zonales impulsa el proyecto de “Mercados Saludables” para ayudar a los comerciantes a mejorar las ventas, sus ingresos económicos, la calidad de sus productos, el ambiente de trabajo, disminuir pérdidas y desperdicios, evitar las enfermedades transmitidas por la manipulación de alimentos, disfrutar y aprovechar los espacios de intercambio ciudadano.

El equipo gestor cumple con los lineamientos del manual para reconocimiento y certificación de mercados saludables en conformidad con la Norma NTE INEN 2687:2013. Una vez analizada la información recolectada en el diagnóstico se establecerá la hoja de ruta de trabajo del mercado para alcanzar este reconocimiento. La misma acción interinstitucional la ejecutan los equipos gestores de los mercados municipales América, Kennedy, Conocoto, Solanda, Calderón, Ciudadela Ibarra y Carcelén.

Los requisitos mínimos se basan sobre las 12 temáticas fundamentales: infraestructura; servicios; equipos y utensilios; adquisición; comercialización y transporte; recepción y almacenamiento de alimentos; puesto de comercialización; preparación de alimentos; limpieza y desinfección; control de plagas; capacitación, y promoción de la salud.

Marco Legal Local

El Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Santa Ana (GADM, 2016) es la entidad encargada de administrar y gestionar los asuntos locales en el cantón. El GAD Municipal tiene como objetivo principal brindar servicios públicos de calidad, promover el desarrollo sostenible y mejorar la calidad de vida de los ciudadanos del cantón. A partir de allí, pudimos encontrar los siguientes artículos relacionados con nuestro tema:

Capítulo I

Normas Generales

Título I

Objetivo, Ámbito, Definiciones

Art. 1: Objetivo. - La presente normativa tiene por objeto regular las actividades comerciales y de servicios independientes o autónomos en los espacios públicos y privados de cantón Santa Ana, garantizando el desarrollo del comercio de los mismos.

Art. 2: Ámbito de Aplicación. - El presente instrumento es aplicable en todo el territorio del cantón Santa Ana, en lo que se refiere al ejercicio de la actividad del comercio autónomo en espacios públicos y privados del mismo.

Art. 3: Definiciones. - A efectos de interpretación de la presente ordenanza se considerarán las siguientes definiciones:

Comercio Independiente o Autónomo. - Aquel que se realiza de manera independiente, por parte de trabajadores autónomos en los espacios públicos o privados afectados al servicio público del cantón Santa Ana.

Art. 11: Prohibición. - Se prohíbe el expendio de productos cárnicos, pollo, mariscos, en, aceras, soportales, vías o cualquier otro espacio público. Quienes deseen comerciar este tipo de productos lo realizarán en establecimientos privados cumpliendo con los parámetros técnicos requerimientos establecidos y demás por la Municipalidad. Quienes no posean dicho espacio deberán ingresar de manera

Comercio Regulado. - Es aquel que se realiza en establecimientos comerciales legalmente establecidos en el cantón Santa Ana y que se rige bajo las normas y parámetros legales que regulan las actividades comerciales.

Permiso Comercial. - Es la autorización otorgada por el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Santa Ana para ejercer la actividad comercial.

Espacios públicos. - Son todas las áreas afectadas al servicio público del cantón Santa Ana, tales como mercados municipales, plazas, parques, centros deportivos. puentes, aceras, calles. portales, parterres. pasajes, etc.

Espacios restringidos. - Son espacios identificados por el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Santa Ana, no destinados para la actividad comercial, de acuerdo a la zonificación emitida por la administración municipal.

Espacios autorizados. - Son aquellos espacios públicos en cuyas áreas se permite el desarrollo de la actividad comercial autorizada por la administración municipal.

Título II

Clasificación de la actividad comercial

Art. 4: Actividad Comercial. - La actividad comercial en el cantón Santa Ana, se clasifica en INDEPENDIENTE AUTONOMA y REGULADA, cuyas denominaciones están señaladas en el artículo 3 de la presente ordenanza.

Art. 5: Comercio Independiente o autónomo. - Esta actividad comercial se clasifica en:

a) Comercio Fijo: Es aquel en el cual la actividad comercial es ejercida habitualmente en el mismo espacio público autorizado por el GADM del cantón Santa Ana.

b) Comercio Ambulante: Es aquel en que la actividad comercial es ejercida en el transcurso de la jornada del día en diferentes sitios del área urbana del cantón Santa Ana, sin establecer permanencia.

c) Comercio Ocasional: Se trata de aquella actividad comercial que se realiza los días viernes y sábados en los espacios públicos autorizados por el GADM del cantón Santa Ana.

d) Comercio Temporal: es aquel en que la actividad comercial se la realiza en fechas o períodos que corresponden a la realización de fiestas parroquiales, patronales, comerciales, tradicionales, alusivas a la conmemoración de fechas cívicas del cantón Santa Ana, entre otras.

Art. 6: Comercio Regulado. - El comercio regulado se clasifica en:

a) Comercio realizado en espacio privado. Aquel que se realiza en establecimientos o locales privados y que cumplen todos los permisos que exigen la ley, ordenanzas y reglamentos y el ente regulador respectivo.

Art. 11: Prohibición. - Se prohíbe el expendio de productos cárnicos, pollo, mariscos, en, aceras, soportales, vías o cualquier otro espacio público. Quienes deseen comerciar este tipo de productos lo realizarán en establecimientos privados cumpliendo con los parámetros técnicos y demás requerimientos establecidos por la Municipalidad. Quienes no posean dicho espacio deberán ingresar de manera obligatoria a los mercados municipales previa autorización municipal y legalización según la normativa legal vigente.

De la misma manera se prohíbe la realización de juegos de azar en espacios públicos tales como rifas, sorteos, etc.

Marco Referencial

Repertorio Internacional

El Mercado Cachan, en Francia, tuvo su intervención más significativa en el año 2014, reemplazando a la plaza sin cubierta o equipamiento contenedor, por un mercado nuevo. "El objetivo de este proyecto de construcción de un nuevo mercado cubierto visible es darle un papel clave en la regeneración del barrio, el beneficio de la luz natural que entra a través, marcada por la iluminación de techo luces triangulares, ofrece una respuesta sencilla a exigir técnica, comercial, urbanismo y contraste arquitectónico, es un ejemplo elegante y dinámica de renovación urbana" (Architectures, 2014). La idea de recalcar un mercado más dinámico,

prospero, llamativo es el de vincularlo con sus espacios interiores que responde a una lógica estructural ya que ayuda abarcar una luz grande para así no interrumpir en la ventilación y tampoco en la entrada de luz, también cumple con las medidas necesarias para una circulación libre donde la medida mínima es de 2.50 metros. Figura 13

El edificio del Mercado Central de Santiago inició sus funciones en 1872. El edificio se encuentra en el corazón del centro histórico de Santiago y es considerado uno de los mercados más emblemáticos de la ciudad. Su estilo arquitectónico es principalmente neoclásico, con influencias francesas y alemanas. La estructura del edificio destaca por su forma rectangular y su fachada simétrica. Está construido principalmente con ladrillos, con detalles ornamentales en piedra y hierro forjado. La fachada principal presenta una serie de arcos en la planta baja, que albergan los accesos al mercado, mientras que en la parte superior se encuentran ventanas enmarcadas con detalles decorativos. (Chile, 2023)

A lo largo de los años, el edificio del Mercado Central ha sido objeto de restauraciones y renovaciones para preservar su valor histórico y arquitectónico. Es un importante destino turístico y una parte integral de la vida y la cultura de Santiago, ya que refleja la tradición gastronómica y comercial de la ciudad. Figura 14

Ubicado en la Rúa Cantareira, en el centro histórico de São Paulo, el Mercado Municipal de São Paulo conocido popularmente como Mercadão, es uno de los lugares más importantes de la ciudad. Lleno de opciones de ocio y compras, el edificio, que tiene más de ocho décadas de historia, el cual se inauguró en 1933, reemplazando el antiguo Mercado Central. Con 12.600 metros cuadrados, este mercado reúne a comerciantes de todos los rincones de la ciudad que ofertan una gran variedad de productos: desde verduras y especias hasta comidas y meriendas, como el tradicional sándwich de mortadela, lo que convierte el lugar que ahora tiene casi 300 puestos en un espacio gastronómico característico de São Paulo a lo largo de los años (de Pádua, 2012)

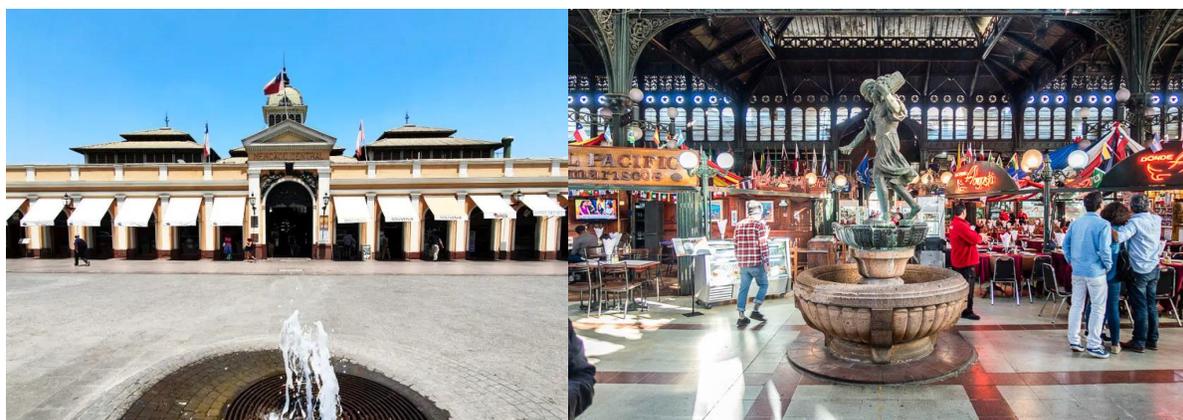
Su notable arquitectura, marcada por columnas, bóvedas y vidrieras, también ayudó a convertir al Mercado Municipal de São Paulo en una visita obligada para los itinerarios turísticos, cuyas buenas condiciones constructivas y diseño estructural, llama la atención no solo de los turistas, sino también de los profesionales y estudiantes de la zona; sus famosas vidrieras fueron importadas directamente de Alemania y tratan temas de agricultura y ganadería, como el trabajo diario en tierra. (Lachica, 2016). Figura 15

Figura 13 El Mercado Cachan, en Francia



Nota. Fachada frontal e interior del El Mercado Cachan, en Francia. Elaboradas por Architectures, Croixmariebourdon (2014)

Figura 14 El Mercado Central de Santiago de Chile



Nota. Fachada frontal e interior del Mercado Central de Santiago de Chile. Elaborada por Consejo de Monumentos Nacionales de Chile (2023)

Figura 15 El Mercado Municipal de São Paulo



Nota. Fachada frontal e interior del Mercado Municipal de São Paulo. Elaborada por Agencia Brasil (2023)

Repertorio Nacional

Los mercados, desde antes de la conquista, se han constituido en los sitios de comercialización más antiguos del Ecuador, donde compradores y vendedores se reunían, manteniéndose hasta hoy sus características, antes de la llegada de los Incas, el lugar donde hoy ocupa la Plaza de San Francisco, en la ciudad de Quito, fue un sitio de intercambio en donde llegaban muchas personas de diferentes lugares de la Sierra, Costa, Valles y Selva para el intercambio constante de productos de todas las zonas climáticas del país.

En los mercados de Santa Clara y San Francisco de Quito, analizaron las percepciones de los clientes sobre la calidad del servicio y producto de estos establecimientos. En un principio se basó en cómo funciona el mercado en el mundo y en el Ecuador, en especial las normas y leyes que regulan este tipo de actividad. (Alvares & Daniela Elizabeth, 2020) Figura 16 y Figura 17

La ciudad de Santa Rosa perteneciente a la provincia de Ambato muestra el colapso del mercado Central donde se comercializan productos para el consumo, por ende, las actividades de este mercado promueven el desarrollo económico de la comunidad. Los proyectos que desean desarrollar es brindar un beneficio a las personas que habiten en el espacio además de

mejorar la presentación de los productos vendidos del mercado. (Medina, Galo Alejandro, & Dario Javier, 2018). La infraestructura de un mercado juega un papel en el flujo de los comerciantes por ende debe tener una buena fachada y así llamar la atención hacia las personas. Figura 18

Lo que se busca resolver en un mercado es beneficiar a dichas personas, generando un proyecto donde se comercialicen y se distribuyan los productos de primera calidad con características similares a las privadas (Rodas P. , 2018)

El mercado de Milagro se llama 22 de noviembre, está ubicado en el centro urbano de la ciudad, cuenta con problemas así mismo como en Santa Ana, aunque disponga con el espacio suficiente para acoger a más de cincuenta comerciantes, incluidos los locales comerciales de sus alrededores, hoy luce casi vacío, los comerciantes y compradores no van a visitar el lugar por el problema de la falta de aseo, luz, ventilación, etc. (Laje, 2021) Figura 19

Figura 16 Mercado Municipal Santa Clara de Quito



Nota. Fachada frontal e interior del Mercado Municipal Santa Clara. Elaborada por los autores con la ayuda de Google maps (2023)

Figura 17 Mercado San Francisco de Quito



Nota. Fachada frontal e interior del Mercado San Francisco. Elaborada por los autores con la ayuda de Google maps (2023)

Figura 18 Mercado central de Santa Rosa de Quito



Nota. Fachada frontal e interior del Mercado central de Santa Rosa de Quito. Elaborada por los autores con la ayuda de Google maps (2023)

Figura 19 Mercado 22 de noviembre del cantón de Milagro, de la provincia del Guayas



Nota. Fachada frontal e interior del Mercado 22 de noviembre. Elaborada por los autores con la ayuda de Google maps (2023)

Repertorio Local

Según Víctor Moreira (gerente de estructura moderna de la empresa pública municipal Portocomercio), encargado del mantenimiento y funcionamiento del mercado de Portoviejo, dijo que los nuevos espacios deben permitir la venta de estos productos y así evitar la venta de carnes expuesto a la calle sin ninguna protección. (Palma, 2021)

El mercado de Portoviejo crea armonía a través de su construcción de acuerdo con el contorno de la ciudad sin exceder el límite máximo en altura con las edificaciones aledañas. En cuanto a la circulación, trata de evitar la confusión en los compradores, estableciendo vías principales y señalización, creando un patrón organizado. Utilizan amplias aperturas en la fachada protegidas por una rejilla, permiten la renovación de aire natural evitando malos olores.

Su ingreso fue ubicado en la vía principal para tener una fluidez de la entrada y salida de los usuarios, el ingreso principal en la calle Alajuela por donde pasan las rutas colectivas urbanas. (Suarez , 2016) Figura 20

Figura 20 Mercado Plaza Central n°1 de Portoviejo



Nota. Fachada frontal e interior del Mercado Plaza Central n°1 de Portoviejo. Elaborada por los autores con la ayuda de Google maps (2023)

Capítulo III

Marco Metodológico

Según (Arias, 2012) el marco metodológico constituye el cómo se debe enfocar la investigación del problema planteado es así como una vez planteado el problema de la investigación, definidos los objetivos a alcanzar y los recursos disponibles se procede a establecer los procedimientos de orden metodológicos que permitan concretar la investigación, esto conlleva a seleccionar el tipo y nivel de investigación y su aplicación al contexto particular que se estudia. La operacionalización de las variables planteadas en los objetivos específicos y las técnicas e instrumentos de la recolección y medición de información.

Nivel de Investigación

Debido a que combina investigación cualitativa y cuantitativa, se utilizará un enfoque mixto de investigación. Es cualitativo (descriptiva) porque facilita la interpretación de los resultados a través de experiencias personales, opiniones recogidas en el lugar de estudio y percepción visual. Y será cuantitativo (exploratorio) porque permitirá el procesamiento de la información recopilada en el sitio de estudio, así como el análisis de los datos obtenidos a través de encuestas.

Exploratoria

Se realiza cuando el objetivo consiste en examinar un tema poco estudiado.

- Conocer, descubrir, detectar, estudiar, explorar, indagar, sondear

Descriptiva

Busca especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice. Describe tendencias de un grupo o población. Sirve para analizar como es y como se manifiesta un fenómeno y sus componentes.

- Analizar, calcular, caracterizar, clasificar, comparar, cuantificar, describir, diagnosticar, examinar, medir.

Diseño de la investigación

Éste trabajo se desarrollará tanto en modalidad documental como de campo.

Investigación de campo

Consiste en recabar información directamente de los sujetos de la investigación o del entorno en el que se desarrollan los hechos, sin manipular ni controlar variables. De ahí su carácter de investigación no experimental.

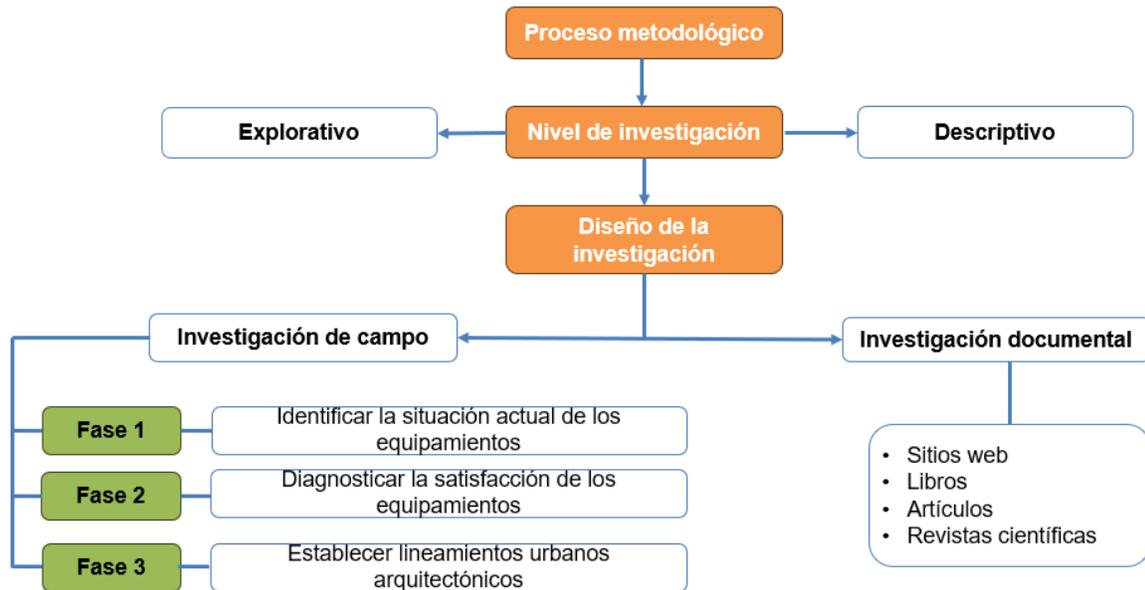
- Encuesta
- Entrevista
- Mapas temático
- Grupos focales

Investigación documental

Un método basado en la recopilación, recuperación, evaluación, análisis e interpretación de datos.

- Monografías
- Estudios de medición de variables independientes a partir de datos secundarios.
- Correlacional a partir de datos secundarios.

Figura 21 Proceso Metodológico



Nota. Elaborada por los autores (2023)

Fase 1. Identificar la situación actual de los equipamientos de comercio minorista existentes en el cantón Santa Ana.

En esta etapa inicial, se realizará una visita al sitio para recopilar datos realizando fichas de observación a cada uno de los establecimientos de mercado minorista de Santa Ana. Se evalúa la condición actual de los mismos

Se considera que un edificio o espacio urbano tiene una unidad de observación si todos sus componentes, incluido el mobiliario, la iluminación y otros componentes estructurales, cumple con los estándares mínimos de accesibilidad universal. La evaluación de los mismos se la elaboró con la ayuda de la tesis de (Salazar, 2022)

		Elaboración de Ficha de Observación				
		Universidad San Gregorio de Portoviejo				
		Tema: Análisis urbano arquitectónico de los equipamientos de comercio minorista del Cantón Santa Ana.				
Nombre del mercado						
Ubicación						
Año de construcción						
Area de construcción						
Número de puestos de venta						
Criterio arquitectónico comercial		Criterios de configuración espacial		Norma Técnica ecuatoriana(NTE) y la INEN		Fotografías del equipamiento
1. ¿Se encuentra ubicada en parte central de la ciudad?		1. ¿Las entradas y escaleras que dan acceso a las distintas áreas están en buen estado?		1. ¿El mercado cuenta con un ingreso para personas con discapacidades?		
Si <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>	Si <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>	Si <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>	
2. ¿Emplea un diseño para la permanencia de los usuarios?		2. ¿La escala del mercado es adecuada?		2. ¿El mercado cuenta con correcta ventilación natural y artificial?		
Si <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>	Si <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>	Si <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>	
3. ¿Posee puestos de ventas atractivos y atraen gente?		3. ¿Los puestos de venta están correctamente distribuidos?		3. ¿El equipamiento tiene áreas de carga y descarga?		
Si <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>	Si <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>	Si <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>	
4. ¿Existe parqueadero vehicular?		4. ¿El recorrido del mercado es de fácil tránsito?		4. ¿El mercado cuenta con correcta iluminación natural y artificial?		
Si <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>	Si <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>	Si <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>	
5. ¿El equipamiento posee una buena vialidad?		5. ¿El tipo de forma se adecúa a la de un mercado?		5. ¿Presenta espacios destinados al acopio de residuos sólidos?		
Si <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>	Si <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>	Si <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>	
6. ¿El equipamiento cuenta con servicios básicos?				6. ¿El mercado cuenta con servicio de limpieza y desinfección?		
Si <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>			Si <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>	
7. ¿Posee materiales incombustibles?				7. ¿Facilidad de acceso y evacuación?		
Si <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>			Si <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>	
8. ¿Está diseñado en una retícula estructural?				8. ¿Está diseñado lejos de un área propensa a inundaciones?		
Si <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>			Si <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>	

Tabla 1 Nota. Ficha de Observación. Elaborada por los autores con la ayuda de la tesis de (Salazar, 2022)

Fase 2. Diagnosticar la satisfacción de los equipamientos en la calidad de vida de los usuarios, teniendo en cuenta sus necesidades.

En esta segunda etapa, para lograr este objetivo se realizará una encuesta dirigida a los usuarios. Se logrará determinar la satisfacción teniendo en cuenta los parámetros establecidos por la norma técnica ecuatoriana (NTE) (INEN, 2013) y el uso de la escala de Likert. La escala de Likert es uno de los tipos de escalas de medición utilizados principalmente en la investigación de mercados para la comprensión de las opiniones y actitudes de un consumidor hacia una marca, producto o mercado meta. Nos sirve principalmente para realizar mediciones y conocer sobre el grado de conformidad de una persona o encuestado hacia determinada oración afirmativa o negativa.

También nos ayudaremos con las entrevistas dirigidas al área de gestión territorial y a la comisaría municipal. Las entrevistas pueden proporcionar información adicional sobre las políticas y regulaciones existentes, los desafíos y oportunidades percibidos desde la perspectiva de las autoridades locales.

Población y Muestra

De conformidad con los datos del último censo del 2010 (GAD S. A., 2023), se observa que el cantón Santa Ana, cuenta con una población de 47.385 habitantes, que representa el 3,4 % del total de la provincia de Manabí. Santa Ana es un cantón eminentemente agrícola, pues el 52,94% de su población reside en el área rural y el 47,06% reside en el área urbana y se caracteriza por ser una población joven, ya que el 51% son menores de 24 años.

Se puede destacar un dato poblacional importante que indica que la población ha crecido desde 2001-2010, a un ritmo del 0.5% promedio anual.

La población de estudio definida en el título de este proyecto de investigación es los habitantes del casco central del cantón Santa Ana, en la cual según datos estadísticos de la

población otorgadas por la GAD en el último censo de la población y vivienda en 2010 indica que es de 22,299 habitantes.

Cálculo del tamaño de la muestra a encuestar.

N=Tamaño de la población

n=Tamaño de la muestra

Z= Valor de nivel de confianza del 95%=1,96

p= Probabilidad de éxito

q= Probabilidad de fracaso

e= Margen de error 3%

N=22,299

n= 21

Z (95%) =1.96

P=0.5

q=0.5

e=0.06

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{e^2 (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

$$n = \frac{22,299 * (1.96)^2 * 0.5 * 0.5}{(0.06)^2 (22,299 - 1) + (1.96)^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{21,416}{1,037}$$

$$n = 20,65 = 21$$

Al tener un número considerable de encuestas, se puede recopilar una amplia gama de información y datos. Esto puede incluir preferencias de diseño, requisitos específicos, expectativas de servicios, demandas de productos y otros aspectos relevantes para el análisis de caso. La diversidad de respuestas ayudará a obtener una visión más completa y precisa de las necesidades de los usuarios. Cabe mencionar que, de las 21 encuestas que salieron como tamaño de muestra se le aumenta dos tipos de entrevistas, una dirigida hacia un personal del área de la comisaria Municipal y la segunda a un personal del área de gestión territorial, procurando así tener resultados que ayuden con la fidelidad del proyecto.

Elaboración de Ficha de Encuesta	
Universidad San Gregorio de Portoviejo	
Tema: Análisis urbano arquitectónico de los equipamientos de comercio minorista del Cantón Santa Ana.	
1. Sexo	
	Hombre
	Mujer
	Otro
2. Rango de Edad	
	18 a 24
	25 a 29
	30 en adelante
3. Nivel educativo	
	Primaria
	Secundaria
	Tercer nivel
4. ¿Es comerciante?	
	Si
	No
5. ¿Qué importancia tiene para usted el mercado central de Santa Ana?	
	Mucho
	Poco
	Neutral
6. ¿Piensa usted que están en buenas condiciones los establecimientos de los mercados para realizar compras?	
	Si
	No
	Mas o menos
7. Según usted, ¿Cuenta con una correcta ventilación el mercado de abasto y el de marisco?	
	Si
	No
8. ¿Considera confortable cada uno de los equipamientos de mercado minorista?	
	Si
	No
	Tal ves
9. ¿Cree usted que los mercado están siguiendo con los estandares de ase	
	Si
	No
	Tal ves
10. ¿Con qué frecuencia va usted al mercado central de abasto?	
	Siempre
	A veces
	Nunca
11. En su opinion, ¿Conoce dónde queda cada area del mercado?	
	Si
	No

Tabla 2 Nota. Ficha de encuesta. Elaborado por los autores (2023)

	Elaboración de Ficha de Entrevista
	Universidad San Gregorio de Portoviejo
<p>Tema: Análisis urbano arquitectónico de los equipamientos de comercio minorista del Cantón Santa Ana.</p> <p style="text-align: center;">Entrevista para personal del municipio de Santa Ana</p>	
<p>1. ¿Cuáles son los principales problemas estructurales que afectan el mercado?</p>	
<p>2. ¿Existe un proyecto de mejora en el mercado municipal?</p>	
<p>3. ¿Hay algún proyecto que incentive el uso del mercado de marisco que en la actualidad esta en abandono y de poco uso?</p>	

	Elaboración de Ficha de Entrevista
	Universidad San Gregorio de Portoviejo
<p>Tema: Análisis urbano arquitectónico de los equipamientos de comercio minorista del Cantón Santa Ana.</p> <p style="text-align: center;">Entrevista para el personal de la comisaria del municipio</p>	
<p>1. ¿Cómo es la distribución espacial del mercado?</p>	
<p>2. ¿Cuáles son las responsabilidades principales de este puesto en el mercado de abasto?</p>	
<p>3. Haciendo una evaluación técnica del estado actual de la infraestructura del mercado, ¿Cuáles serían para generar una mejora para este</p>	

Tabla 3 Nota. Ficha de entrevista. Elaborado por los autores (2023)

Fase 3. Establecer lineamientos urbanos arquitectónicos dentro de las experiencias de los usuarios en los equipamientos.

En esta etapa final, se establecerán lineamientos que permitirán una mejora de los equipamientos de mercado minorista, teniendo en cuenta los 12 requisitos fundamentales que plantea (SAE, 2018). Sobre nuestros lineamientos más idóneos tendremos como puntos clave:

1. **Accesibilidad universal:** Asegura que el mercado sea accesible para todas las personas, incluyendo aquellas con discapacidades físicas o movilidad reducida. Esto implica proporcionar rampas, pasillos amplios y sin obstáculos, y servicios higiénicos accesibles.

2. **Flexibilidad de uso:** Diseña los espacios de manera flexible para permitir diferentes configuraciones y adaptarse a las necesidades cambiantes de los comerciantes y los consumidores. Esto implica utilizar mobiliario y estanterías ajustables o móviles.

3. **Seguridad estructural:** Garantiza que la infraestructura del mercado sea segura y cumpla con los estándares de construcción y protección contra incendios. Esto implica realizar inspecciones regulares, mantener estructuras sólidas y proporcionar salidas de emergencia claras.

4. **Ergonomía y confort:** Considera la comodidad de los usuarios al diseñar el espacio del mercado, incluyendo asientos para descanso, áreas de sombra y una buena ventilación. También se deben tener en cuenta aspectos como la iluminación adecuada y un ambiente acústico agradable.

5. **Condiciones sanitarias:** Asegura que el mercado cumpla con los estándares de higiene y saneamiento. Esto implica una limpieza regular, control de plagas, y un manejo adecuado de residuos y aguas residuales.

Al seguir estos requisitos fundamentales, podremos establecer lineamientos sólidos, con el objetivo de mejorar la experiencia de los usuarios y fomentar un entorno comercial atractivo y funcional. Recordando que estos lineamientos deben adaptarse a las características específicas de cada mercado y contar con la colaboración de todas las partes interesadas involucradas.

Para el desarrollo de nuestros lineamientos más idóneos para la mejora de los equipamientos de mercado minorista tendremos como puntos claves:

- El funcionamiento: circulación (acceso, barreras, limitación, relación de espacios o zonas).
- Parte formal (imagen, estética, confort).
- Sistema de infraestructura adecuada.
- Ámbito ambiental (higiene, olores, ruidos, contaminación).

CAPÍTULO IV

Resultados y Discusión

Fase 1: Identificar la situación actual de los equipamientos de comercio minorista existentes en el cantón Santa Ana

Como ya se mencionó anteriormente, en esta primera etapa hemos realizado una evaluación sobre las condiciones actuales de cada uno de los equipamientos de comercio minorista por medio de fichas de observación y conocer puntos importantes sobre el cantón de Santa Ana (territorial, 2017)

Discusión de resultados de la ficha n° 1

 Elaboración de Ficha de Observación Universidad San Gregorio de Portoviejo Tema: Análisis urbano arquitectónico de los equipamientos de comercio minorista del Cantón Santa Ana.		1	
Nombre del mercado		Mercado de Abasto	
Ubicación		Humberto Heredia y Atahualpa Bermudez	
Año de construcción		Julio 31, 1976	
Area de construcción		Aproximadamente 869.31 metros cuadrados	
Número de puestos de venta		24 locales y 60 puestos	
Criterio arquitectonico comercial	Criterios de configuración espacial	Norma Técnica ecuatoriana(NTE) y la INEN	Fotografías del equipamiento
1. ¿Se encuentra ubicada en parte centrica de la ciudad? Si <input checked="" type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>	1.¿Las entradas y escaleras que dan acceso a las distintas áreas están en buen estado? Si <input type="checkbox"/> No <input checked="" type="checkbox"/>	1. ¿El mercado cuenta con un ingreso para personas con discapacidades? Si <input type="checkbox"/> No <input checked="" type="checkbox"/>	    
2. ¿Emplea un diseño para la permanencia de los usuarios? Si <input type="checkbox"/> No <input checked="" type="checkbox"/>	2. ¿La escala del mercado es adecuada? Si <input type="checkbox"/> No <input checked="" type="checkbox"/>	2. ¿El mercado cuenta con correcta ventilación natural y artificial? Si <input type="checkbox"/> No <input checked="" type="checkbox"/>	
3. ¿Posee puestos de ventas atractivos y atraen gente? Si <input type="checkbox"/> No <input checked="" type="checkbox"/>	3. ¿Los puestos de venta están correctamente distribuidos? Si <input checked="" type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>	3. ¿El equipamiento tiene áreas de carga y descarga? Si <input type="checkbox"/> No <input checked="" type="checkbox"/>	
4. ¿Existe parqueadero vehicular? Si <input type="checkbox"/> No <input checked="" type="checkbox"/>	4. ¿El recorrido del mercado es de fácil tránsito? Si <input type="checkbox"/> No <input checked="" type="checkbox"/>	4. ¿El mercado cuenta con correcta iluminación natural y artificial? Si <input type="checkbox"/> No <input checked="" type="checkbox"/>	
5. ¿El equipamiento posee una buena vialidad? Si <input checked="" type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>	5. ¿El tipo de forma se adecúa a la de un mercado? Si <input checked="" type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>	5. ¿Presenta espacios destinados al acopio de residuos sólidos? Si <input type="checkbox"/> No <input checked="" type="checkbox"/>	
6. ¿El equipamiento cuenta con servicios básicos? Si <input type="checkbox"/> No <input checked="" type="checkbox"/>		6. ¿El mercado cuenta con servicio de limpieza y desinfección ? Si <input checked="" type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>	
7. ¿Posee materiales incombustibles? Si <input checked="" type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>		7. ¿Facilidad de acceso y evacuación? Si <input checked="" type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>	
8. ¿Está diseñado en una reticula estructural? Si <input checked="" type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>		8. ¿Está diseñado lejos de un área propensas a inundaciones ? Si <input type="checkbox"/> No <input checked="" type="checkbox"/>	

El mercado de abasto en el cantón presenta una serie de deficiencias críticas en sus aspectos arquitectónicos, configuración espacial y cumplimiento de las normas técnicas ecuatorianas (INEN), lo que contribuye a su bajo rendimiento y calidad general.

En primer lugar, de acuerdo a la ficha de observación se encuentra ubicado dentro de lo que se denomina un área central urbano de la ciudad de Santa Ana, compartiendo así lo mencionado por (Neufert, 2013) “Todo mercado se debe ubicar dentro de las zonas ya consolidadas, en la parte céntrica”, por lo que hemos definido que es un patrón que si se cumple. En el tema de la permanencia de los usuarios observamos que interactúan no más de cuatro minutos con los equipamientos del comercio, esto se debe a una falta de confortabilidad en el lugar.

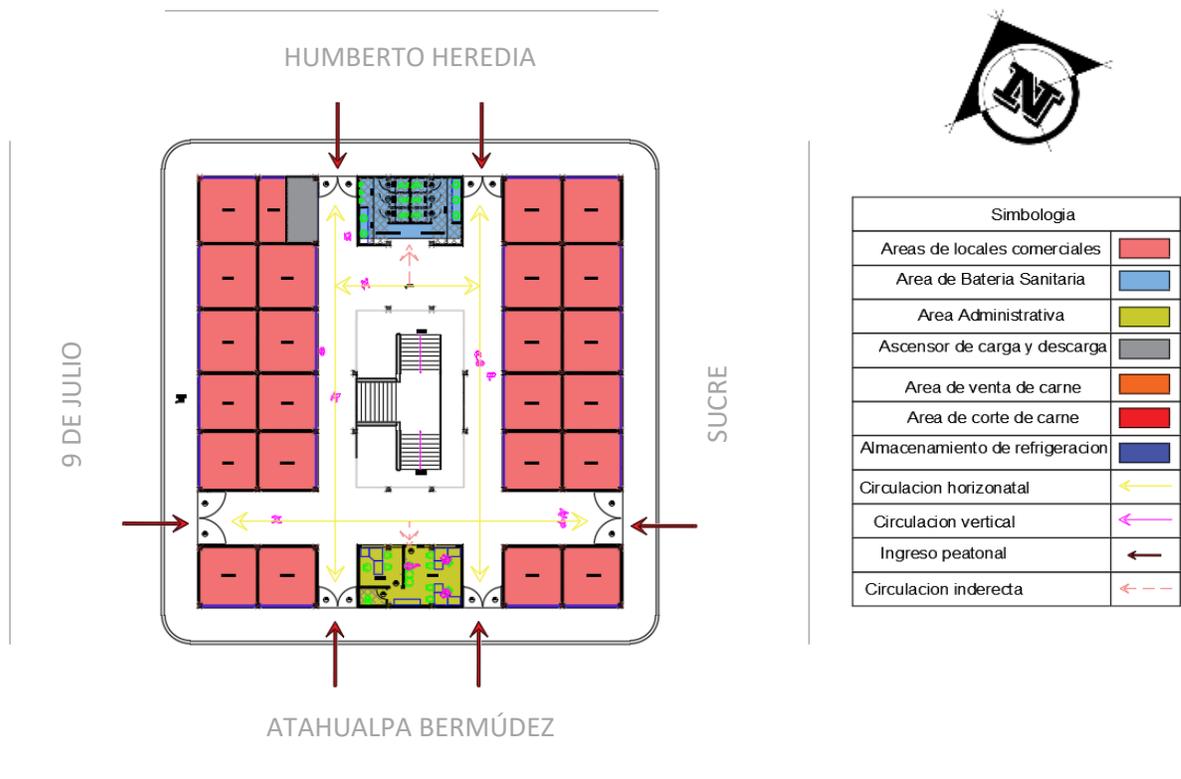
Además, el mercado adolece de carencias fundamentales, como la ausencia de un parqueadero vehicular adecuado y la insuficiencia en la provisión de servicios básicos, lo cual resulta en un incumplimiento flagrante de los reglamentos estipulados en las Normas (INEN, 2013). La falta de un parqueadero adecuado dificulta el acceso de los clientes, mientras que el incumplimiento de servicios básicos crea un ambiente poco propicio para el funcionamiento adecuado de los comerciantes y la comodidad de los visitantes con respecto a la higiene del lugar.

El equipamiento posee una buena vialidad, se encuentra junto a la calle Bolívar (vía Portoviejo - Poza Honda) siendo esta una de las principales vías de acceso a la ciudad, pero los días sábados ésta vía y las demás calles como la calle Humberto Heredia, Atahualpa y la calle Sucre que rodean el mercado se ven totalmente nulas porque se ocupan por comerciantes informales, ocasionando molestia a los habitantes y congestión vehicular.

Desde una perspectiva arquitectónica y de configuración espacial, el mercado de abasto enfrenta desafíos significativos. Se observa una deficiencia en la calidad de los accesos

disponibles, a pesar de contar con seis de ellos. Estos accesos se caracterizan por ser estrechos y carentes de elementos atractivos en su diseño, lo que tiene un impacto negativo en la experiencia del usuario. Estas limitaciones en la entrada al mercado no solo dificultan la circulación fluida de las personas, sino que también desalientan su interés en explorar el equipamiento en su totalidad, lo que se traduce en una reducción de la afluencia de visitantes.

Figura 22 Planta arquitectonica del primer nivel - Mercado de Abasto



Nota. Facilitada por el personal del área de gestión territorial del municipio del cantón Santa Ana (2023). Editada por Molina y Veintimilla.

Otro aspecto crítico es la escala inadecuada del mercado en relación con las características geográficas y culturales de la región costera. Un mercado bien diseñado debe estar en armonía con su entorno, pero en este caso, la escala actual no se ajusta a las necesidades y expectativas de un mercado en una zona costera. Esto puede resultar en un

ambiente incómodo y poco atractivo para los visitantes, lo que a su vez afecta la viabilidad económica y la satisfacción de los usuarios.

Además, la falta de una escalera adecuada para acceder a la planta alta, donde se encuentra la zona de carne, plantea preocupaciones significativas en términos de seguridad y funcionalidad. Una escalera mal diseñada o insuficiente puede representar riesgos para los usuarios y dificultar la logística de los comerciantes que operan en esa área. Esto no solo afecta la experiencia de los usuarios, sino que también puede generar preocupaciones relacionadas con el cumplimiento de las regulaciones de seguridad.

Las deficiencias en el cumplimiento de las normas técnicas ecuatorianas (INEN) también son evidentes. Según el Sistema de Aseguramiento de la Accesibilidad (SAE, 2018), es esencial que el mercado sea accesible para todas las personas, incluyendo aquellas con discapacidades físicas o movilidad reducida, una necesidad que no se está cumpliendo en la configuración actual del mercado.

En las normas (INEN, 2013), en su punto 4.1.3 sobre iluminación y ventilación, establecen la necesidad de una correcta iluminación y ventilación, tanto natural como artificial, un requisito que el mercado no cumple. No cuenta con una ventilación adecuada que contribuya a la circulación del aire, evitando la acumulación de olores desagradables, y garantizando un aire limpio y fresco.

La presencia del sistema hidrográfico principal, representado por el extenso Río Portoviejo en el corazón del cantón Santa Ana, configura una situación geográfica que coloca a los establecimientos de comercio minorista en una zona inherentemente vulnerable a inundaciones en la ciudad de Santa Ana. Esta cuenca hídrica, con un área de drenaje de aproximadamente 2076 km², abarca varios cantones, incluyendo Santa Ana, Portoviejo y Rocafuerte, antes de desembocar en la parroquia Crucita de Portoviejo. Esta geografía fluvial,

en conjunto con eventos climáticos extremos, aumenta el riesgo de inundaciones fluviales en las áreas cercanas al río, incluyendo las zonas donde se ubican los comercios minoristas. La topografía local y la falta de infraestructura adecuada de mitigación de inundaciones agravan aún más la situación, exponiendo a estos establecimientos a peligros significativos de daños materiales, pérdidas económicas y trastornos operativos. Por ende, la presencia y dinámica de esta cuenca fluvial en Santa Ana crean un contexto arquitectónico que requiere una planificación y adaptación cuidadosas para gestionar efectivamente el riesgo de inundaciones en esta área urbana.

Figura 23 Mapa de zonas con vulnerabilidad a inundaciones de la parroquia Santa Ana de Vuelta Larga, Manabí, Ecuador



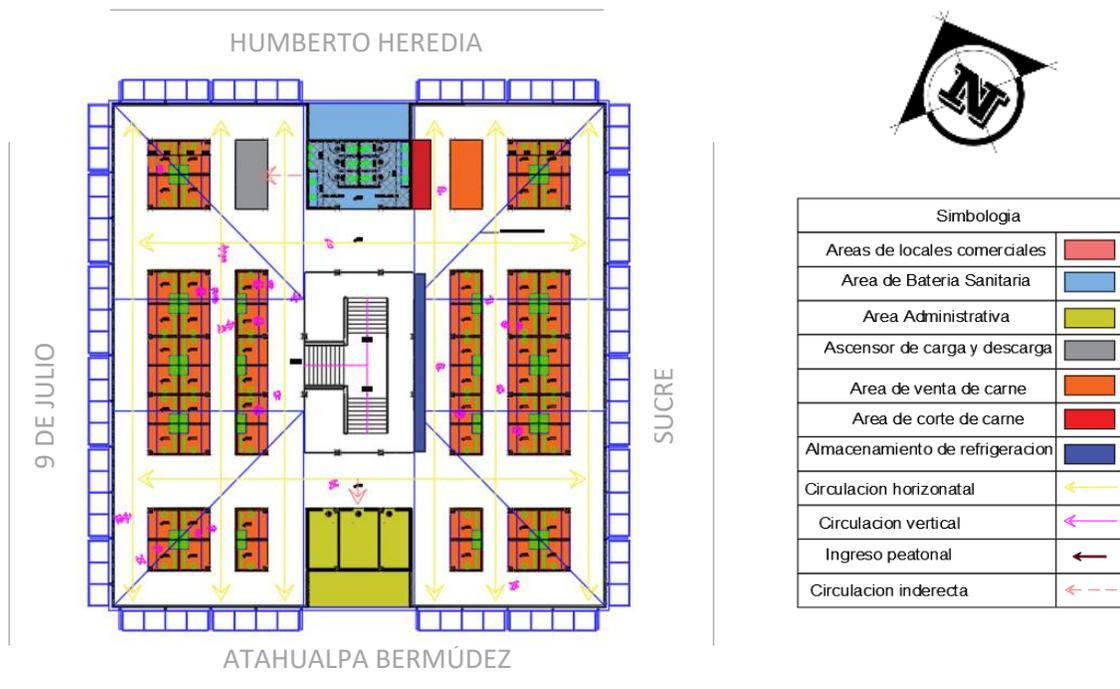
Nota. Elaborada por Molina y Veintimilla (2023)

Se observó en cada uno de los equipamientos de comercio que tienen la tipología número 1, según la clasificación propuesta por (Neufert, 2013) en relación a la disposición de los puestos de venta en el mercado de abasto, tiene implicaciones arquitectónicas significativas. Esta tipología, que coloca los puestos de venta en el centro del mercado, refleja una organización

espacial que puede tener importantes consecuencias tanto en la funcionalidad del mercado como en la experiencia de los usuarios.

Desde una perspectiva arquitectónica, esta disposición implica que el núcleo del mercado, donde se encuentran los puestos de venta, es el elemento central en términos de diseño y distribución espacial. Esto significa que la arquitectura y la planificación del mercado deben estar orientadas hacia la creación de un espacio central eficiente y atractivo que acomode a los comerciantes y a los compradores de manera óptima. Los aspectos relacionados con la iluminación, la ventilación, la circulación de personas y la organización de los puestos adquieren una importancia crítica en este contexto.

Figura 24 Planta arquitectónica del segundo nivel - Mercado de Abasto



Nota. Facilitada por el personal del área de gestión territorial del municipio del cantón Santa Ana. Editada por Molina y Veintimilla (2023)

Discusión de resultados de la ficha n° 2

	Elaboración de Ficha de Observación Universidad San Gregorio de Portoviejo Tema: Análisis urbano arquitectónico de los equipamientos de comercio minorista del Cantón Santa Ana.	N° 2	
Nombre del mercado	Mercado de Marisco		
Ubicación	calle 9 de Julio y av malecon		
Año de construcción	Año 2000		
Area de construcción			
Número de puestos de venta	48		
Criterio arquitectónico comercial	Criterios de configuración espacial	Norma Técnica ecuatoriana(NTE) y la INEN	Fotografías del equipamiento
1. ¿Se encuentra ubicada en parte central de la ciudad?	1. ¿Las entradas y escaleras que dan acceso a las distintas áreas están en buen estado?	1. ¿El mercado cuenta con un ingreso para personas con discapacidades?	  
Si <input type="checkbox"/> No <input checked="" type="checkbox"/>	Si <input type="checkbox"/> No <input checked="" type="checkbox"/>	Si <input type="checkbox"/> No <input checked="" type="checkbox"/>	
2. ¿Emplea un diseño para la permanencia de los usuarios?	2. ¿La escala del mercado es adecuada?	2. ¿El mercado cuenta con correcta ventilación natural y artificial?	
Si <input type="checkbox"/> No <input checked="" type="checkbox"/>	Si <input type="checkbox"/> No <input checked="" type="checkbox"/>	Si <input type="checkbox"/> No <input checked="" type="checkbox"/>	
3. ¿Posee puestos de ventas atractivos y atraen gente?	3. ¿Los puestos de venta están correctamente distribuidos?	3. ¿El equipamiento tiene áreas de carga y descarga?	
Si <input type="checkbox"/> No <input checked="" type="checkbox"/>	Si <input checked="" type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>	Si <input type="checkbox"/> No <input checked="" type="checkbox"/>	
4. ¿Existe parqueadero vehicular?	4. ¿El recorrido del mercado es de fácil tránsito?	4. ¿El mercado cuenta con correcta iluminación natural y artificial?	
Si <input type="checkbox"/> No <input checked="" type="checkbox"/>	Si <input checked="" type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>	Si <input type="checkbox"/> No <input checked="" type="checkbox"/>	
5. ¿El equipamiento posee una buena vialidad?	5. ¿El tipo de forma se adecúa a la de un mercado?	5. ¿Presenta espacios destinados al acopio de residuos sólidos?	
Si <input type="checkbox"/> No <input checked="" type="checkbox"/>	Si <input checked="" type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>	Si <input type="checkbox"/> No <input checked="" type="checkbox"/>	
6. ¿El equipamiento cuenta con servicios básicos?		6. ¿El mercado cuenta con servicio de limpieza y desinfección ?	
Si <input checked="" type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>		Si <input type="checkbox"/> No <input checked="" type="checkbox"/>	
7. ¿Posee materiales incombustibles?		7. ¿Facilidad de acceso y evacuación?	
Si <input type="checkbox"/> No <input checked="" type="checkbox"/>		Si <input checked="" type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>	
8. ¿Está diseñado en una retícula estructural?		8. ¿Está diseñado lejos de un área propensas a inundaciones ?	
Si <input type="checkbox"/> No <input checked="" type="checkbox"/>		Si <input type="checkbox"/> No <input checked="" type="checkbox"/>	

El mercado de mariscos de la ciudad de Santa Ana enfrenta una serie de desafíos arquitectónicos y de planificación que afectan su funcionalidad y atractivo para los usuarios. En primer lugar, su ubicación periférica, alejada del centro de la ciudad y de otros establecimientos

minoristas, plantea una barrera significativa para los usuarios que buscan realizar compras de manera conveniente. Esta lejanía puede generar incomodidad y desincentivar la visita al mercado, lo que afecta su capacidad para atraer clientes.

Uno de los problemas más críticos es el estado deteriorado de la cubierta y de la estructura metálica es otra preocupación importante. Las filtraciones de agua y el deterioro estructural no solo amenazan la integridad del mercado, sino que también representan un riesgo para la seguridad de quienes lo visitan. El agua que se filtra puede causar daños a la infraestructura y aumentar el peligro de accidentes. Además, la percepción de un espacio en deterioro puede disuadir a los visitantes de regresar al mercado.

Otro punto a notar es la falta de ventilación adecuada. La insuficiente circulación de aire en el interior del mercado puede dar lugar a una acumulación de olores desagradables y humedad, creando un entorno incómodo y poco higiénico tanto para comerciantes como para clientes. Además, esto puede acelerar la descomposición de los productos marinos, lo que afecta negativamente la calidad de los alimentos ofrecidos.

Los puestos de ventas que dan una mala impresión estética y la falta de higiene en el equipamiento son aspectos críticos que afectan tanto la percepción de calidad como la seguridad alimentaria. La apariencia descuidada y desordenada de los puestos puede influir negativamente en la decisión de los usuarios de realizar compras en el lugar. Además, la falta de limpieza en los utensilios y equipos utilizados para manipular los productos marinos plantea preocupaciones graves sobre la seguridad alimentaria, aumentando el riesgo de contaminación cruzada y la propagación de enfermedades transmitidas por alimentos.

La falta de estacionamiento vehicular, accesibilidad para discapacitados, áreas de carga y descarga, y la ausencia de un espacio destinado al acopio de residuos sólidos son problemas adicionales que dificultan la operación eficiente del mercado y la comodidad de los usuarios.

Estos aspectos son esenciales para garantizar la accesibilidad universal y la gestión adecuada de los recursos y desechos.

Finalmente, la ubicación del mercado en una zona propensa a inundaciones representa un riesgo adicional tanto para la seguridad de las personas como para la preservación de los productos marinos. Se requiere una atención especial para abordar esta vulnerabilidad y garantizar la seguridad de todos los involucrados.

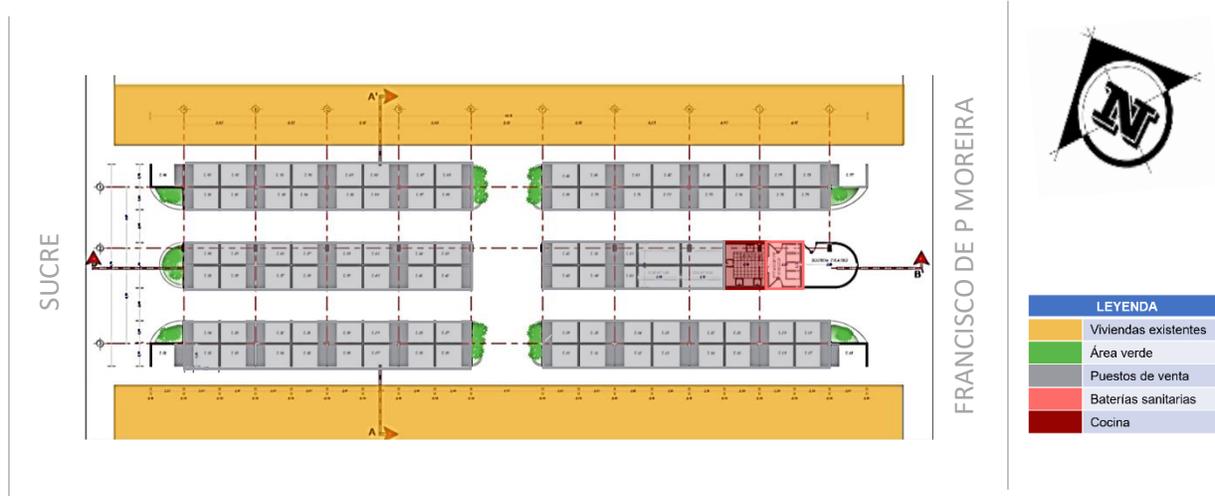
Discusión de resultados de la ficha n° 3

		Elaboración de Ficha de Observación		3		
		Universidad San Gregorio de Portoviejo				
		Tema: Análisis urbano arquitectónico de los equipamientos de comercio minorista del Cantón Santa Ana.				
Nombre del mercado		Mercado de Ferias Libres				
Ubicación		Calle Atahuelpa Bermudex y Francisco de Paula Moreira				
Año de construcción						
Area de construcción						
Número de puestos de venta						
Criterio arquitectónico comercial		Criterios de configuración espacial		Norma Técnica ecuatoriana(NTE) y la INEN	Fotografías del equipamiento	
1. ¿Se encuentra ubicada en parte céntrica de la ciudad?		1. ¿Las entradas y escaleras que dan acceso a las distintas áreas están en buen estado?		1. ¿El mercado cuenta con un ingreso para personas con discapacidades?	  	
Si <input checked="" type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>	Si <input checked="" type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>	Si <input checked="" type="checkbox"/>		No <input type="checkbox"/>
2. ¿Emplea un diseño para la permanencia de los usuarios?		2. ¿La escala del mercado es adecuada?		2. ¿El mercado cuenta con correcta ventilación natural y artificial?		
Si <input checked="" type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>	Si <input checked="" type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>	Si <input checked="" type="checkbox"/>		No <input type="checkbox"/>
3. ¿Posee puestos de ventas atractivos y atraen gente?		3. ¿Los puestos de venta están correctamente distribuidos?		3. ¿El equipamiento tiene áreas de carga y descarga?		
Si <input checked="" type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>	Si <input checked="" type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>	Si <input checked="" type="checkbox"/>		No <input type="checkbox"/>
4. ¿Existe parqueadero vehicular?		4. ¿El recorrido del mercado es de fácil tránsito?		4. ¿El mercado cuenta con correcta iluminación natural y artificial?		
Si <input checked="" type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>	Si <input checked="" type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>	Si <input checked="" type="checkbox"/>		No <input type="checkbox"/>
5. ¿El equipamiento posee una buena vialidad?		5. ¿El tipo de forma se adecúa a la de un mercado?		5. ¿Presenta espacios destinados al acopio de residuos sólidos?		
Si <input checked="" type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>	Si <input checked="" type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>	Si <input checked="" type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>	
6. ¿El equipamiento cuenta con servicios básicos?				6. ¿El mercado cuenta con servicio de limpieza y desinfección ?		
Si <input checked="" type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>			Si <input checked="" type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>	
7. ¿Posee materiales incombustibles?				7. ¿Facilidad de acceso y evacuación?		
Si <input checked="" type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>			Si <input checked="" type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>	
8. ¿Está diseñado en una retícula estructural?				8. ¿Está diseñado lejos de un área propensas a inundaciones ?		
Si <input checked="" type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>			Si <input type="checkbox"/>	No <input checked="" type="checkbox"/>	

El mercado de ferias libres, ubicado en una zona céntrica de la ciudad, se distingue de otros mercados por su particular contexto arquitectónico. Su emplazamiento en una calle previamente ocupada por comerciantes, que fue cerrada para su construcción sin una

documentación absoluta por parte del gobierno municipal, plantea desafíos arquitectónicos y urbanos notables. Este enfoque divergente, si bien ofrece una ubicación estratégica en el corazón de la ciudad, también ha generado tensiones con los residentes locales, quienes se han visto afectados por el cierre de la calle y la transformación de su entorno cotidiano. Esto subraya la importancia de un análisis exhaustivo y una planificación arquitectónica meticulosa que considere no solo la funcionalidad del mercado, sino también su integración armoniosa en el tejido urbano existente y el bienestar de los habitantes locales. Esta situación ejemplifica cómo las decisiones arquitectónicas y urbanísticas pueden tener un impacto significativo en la vida de la comunidad y destaca la necesidad de un enfoque más participativo y transparente en la toma de decisiones relacionadas con la construcción de equipamientos urbanos.

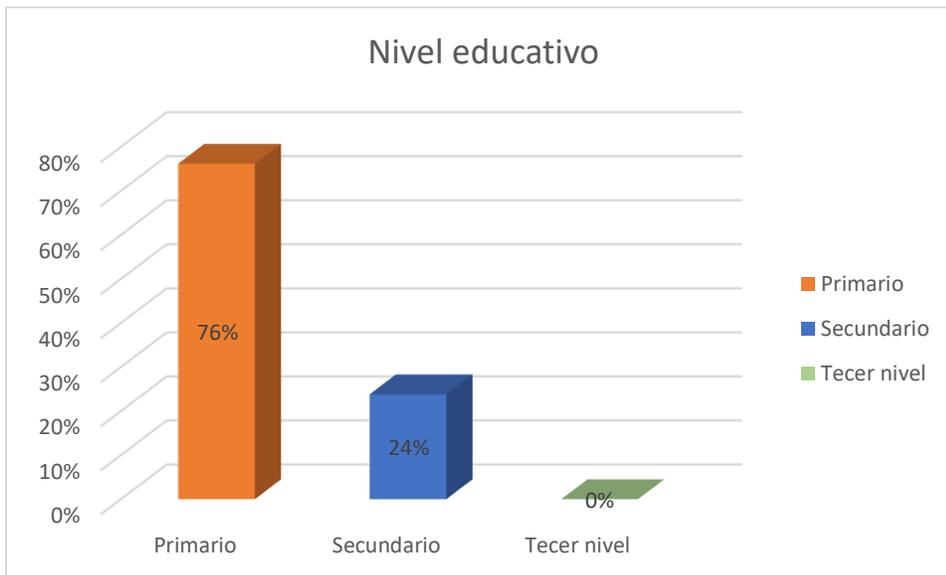
El mercado, construido recientemente, destaca por su diseño cuidadosamente planificado que ofrece a los consumidores un ambiente propicio para realizar sus compras con comodidad. La disposición de los puestos de venta es eficiente y diversificada, brindando una amplia variedad de opciones. La presencia de dos accesos, tanto en la calle Sucre como en la calle Francisco de P. Moreira, garantiza una accesibilidad adecuada desde diferentes puntos de la ciudad. Además, la inclusión de pequeñas rampas para discapacitados en las aceras demuestra un enfoque en la accesibilidad universal. Sin embargo, se observa una discrepancia con la presencia de una cocina en el interior, que parece estar desvinculada de la temática de ventas de legumbres. La buena ventilación natural, gracias a la generosa altura de la cubierta, junto con la iluminación natural que crea un ambiente confortable, realzan el aspecto arquitectónico de este mercado, mejorando la experiencia de compra de los usuarios y enfatizando la importancia del diseño en la funcionalidad y la estética de los espacios comerciales.

Figura 25 Plano arquitectónico del Mercado de ferias libres

Nota: Planta arquitectónica con sus respectivas zonas

Fase 2: Diagnosticar la satisfacción de los equipamientos en la calidad de vida de los usuarios, teniendo en cuenta sus necesidades.

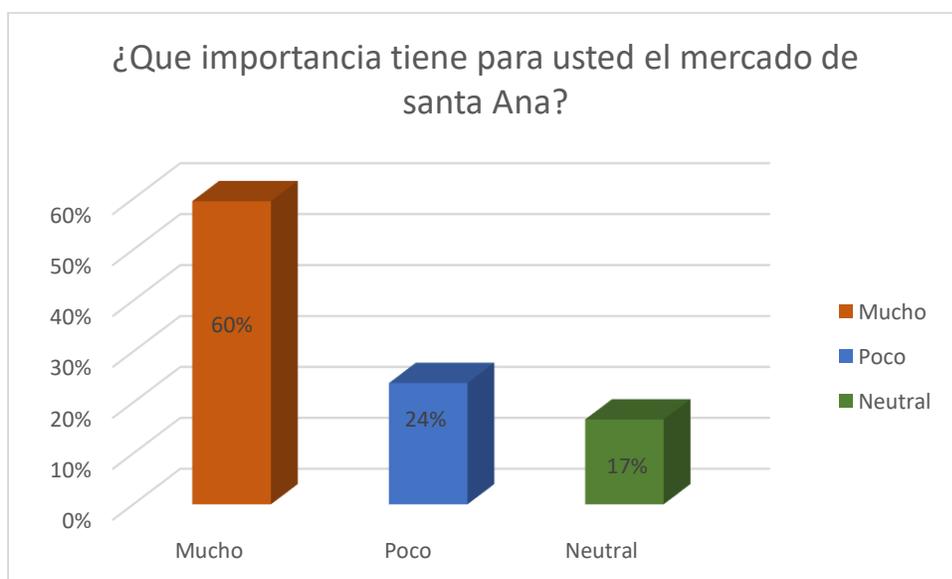
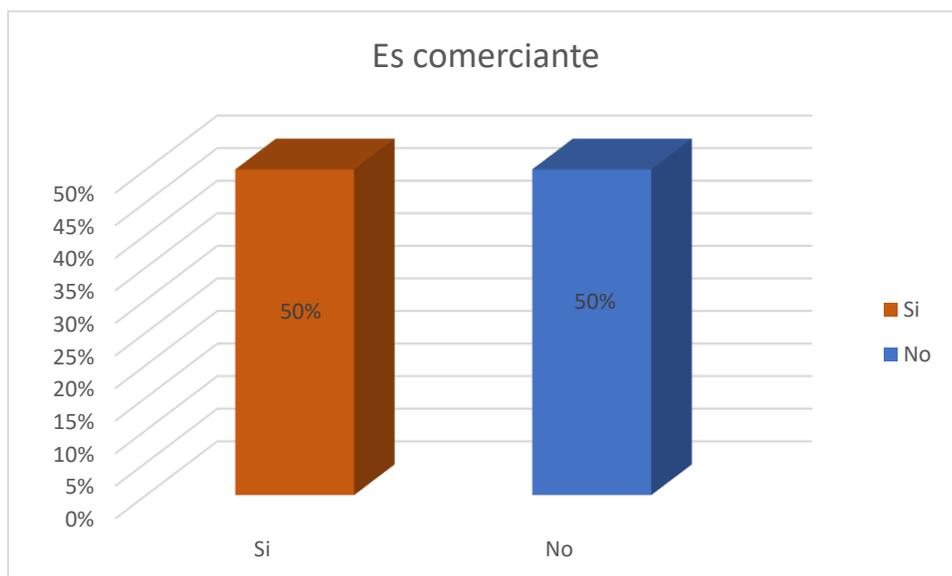
La ejecución exitosa de la Fase 2, representa un paso fundamental desde una perspectiva arquitectónica. A través de la encuesta a los 42 usuarios y las entrevistas con las autoridades pertinentes, hemos obtenido valiosa información que no solo refleja la percepción de los usuarios, sino que también proporciona una comprensión más profunda de las necesidades y desafíos asociados con estos equipamientos. Este enfoque integral no solo enriquece nuestra comprensión de la relación entre el diseño arquitectónico y la calidad de vida, sino que también allana el camino para la implementación de mejoras significativas y la optimización de los equipamientos urbanos, con el objetivo de maximizar su impacto positivo en la comunidad y elevar los estándares de diseño arquitectónico para el beneficio de todos los usuarios y habitantes del área.

Figura1

Nota: Elaborado por Veintimilla y Molina (2023)

Esta situación revela un conjunto de desafíos significativos desde una perspectiva arquitectónica y educativa en el casco central de Santa Ana. La baja escolaridad de la población, con individuos que no han completado la educación básica, refleja una limitación fundamental en términos de comprensión y adaptación a cambios, especialmente en un entorno donde las dinámicas de los equipamientos de comercio minorista están evolucionando. Esta falta de educación también incide en la falta de conocimiento sobre las normativas y reglamentos específicos que rigen estos espacios, lo que a su vez contribuye a la incapacidad de los usuarios para comprender cómo debería ser adecuado un equipamiento minorista y cómo interactuar de manera efectiva con él.

Figura 2 y Figura 3

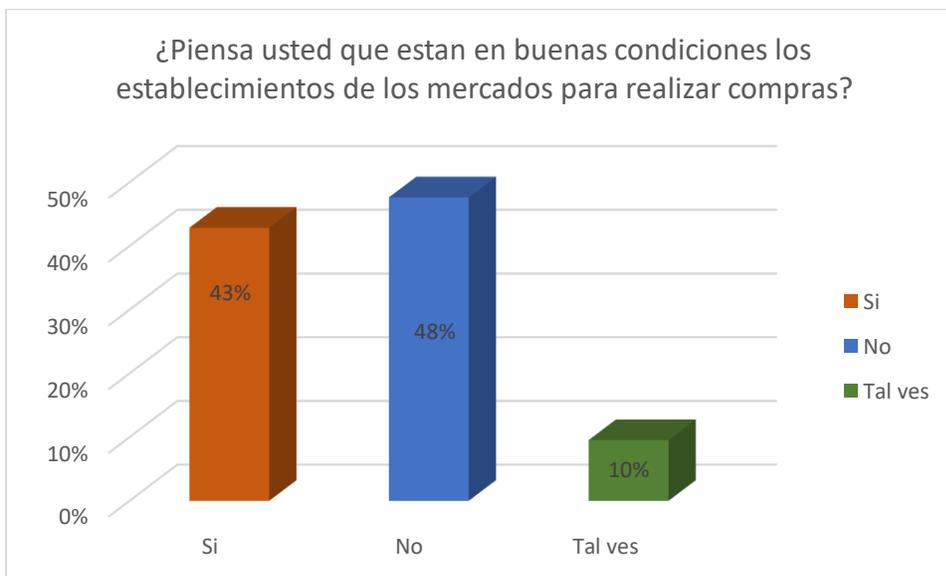


Nota: Elaborado por Veintimilla y Molina (2023)

La recopilación de datos de 42 usuarios, de los cuales se pudo entrevistar a 21 comerciantes, proporciona una perspectiva valiosa sobre la percepción de los equipamientos comerciales en el cantón Santa Ana. Resulta evidente que la importancia atribuida a estos lugares varía significativamente entre los comerciantes y los compradores o visitantes. Para los comerciantes, estos establecimientos representan no solo lugares de trabajo, sino también sus

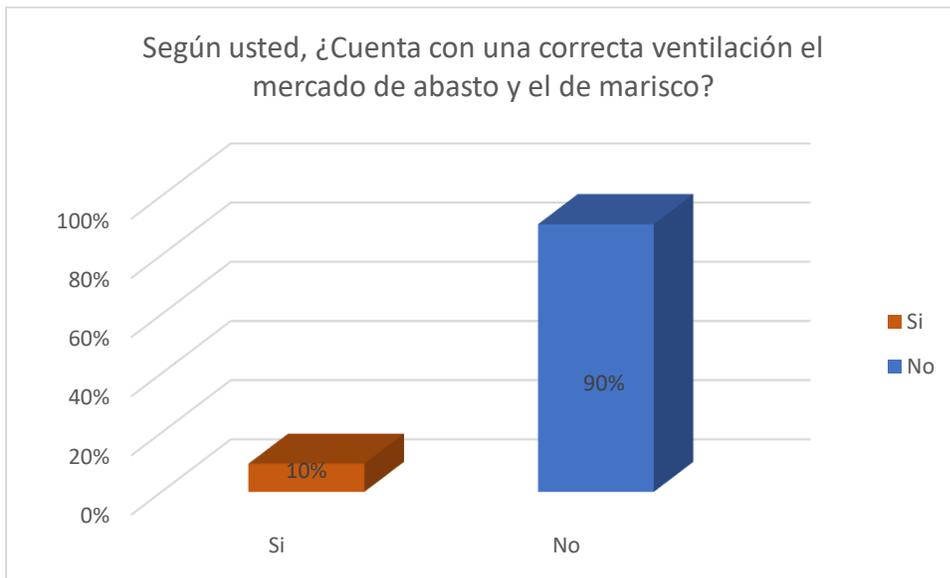
fuentes de ingresos y sustento económico, lo que subraya su interés en que estos espacios sean funcionales, rentables y atractivos para los clientes. Por otro lado, la falta de comodidad y satisfacción experimentada por los compradores o visitantes sugiere que los equipamientos actuales pueden no estar cumpliendo con sus expectativas o necesidades. Esta discrepancia en la percepción entre comerciantes y usuarios plantea la necesidad de un enfoque integral en la mejora de los equipamientos minoristas, que no solo considere los intereses comerciales, sino también las expectativas y la comodidad de quienes frecuentan estos lugares.

Figura 4



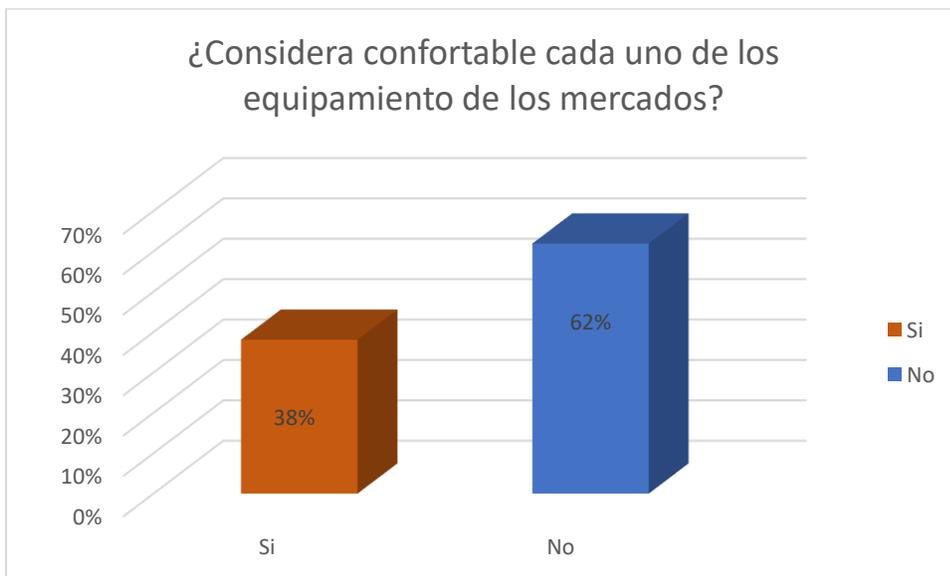
Nota: Elaborado por Veintimilla y Molina (2023)

Figura 5



Nota: Elaborado por Veintimilla y Molina (2023)

Figura 6



Nota: Elaborado por Veintimilla y Molina (2023)

Figura 7

Nota: Elaborado por Veintimilla y Molina (2023)

Existe una visión esclarecedora de la percepción de los ciudadanos y comerciantes con respecto a los establecimientos de mercado en el área estudiada. La figura 4 refleja una división significativa en la opinión pública, donde la mayor parte de personas consideran que los establecimientos no están en buenas condiciones, mientras que la otra parte tiene una opinión más favorable, aunque se sitúa en un rango intermedio entre "bueno" y "malo". Esta polarización de opiniones sugiere una falta de consenso sobre la calidad de los equipamientos y la necesidad de abordar las preocupaciones existentes.

La figura 5 señala un problema central relacionado con la comodidad y la funcionalidad de los mercados: la falta de ventilación natural y artificial. La mayoría de los encuestados reconoce la presencia de inconvenientes en los mercados de abasto y mariscos debido a esta carencia. Esto incluye no solo la incomodidad para los comerciantes al trabajar en un entorno poco ventilado, sino también la generación de malos olores que afectan negativamente la experiencia de los usuarios. Esta falta de ventilación se asocia directamente con la percepción

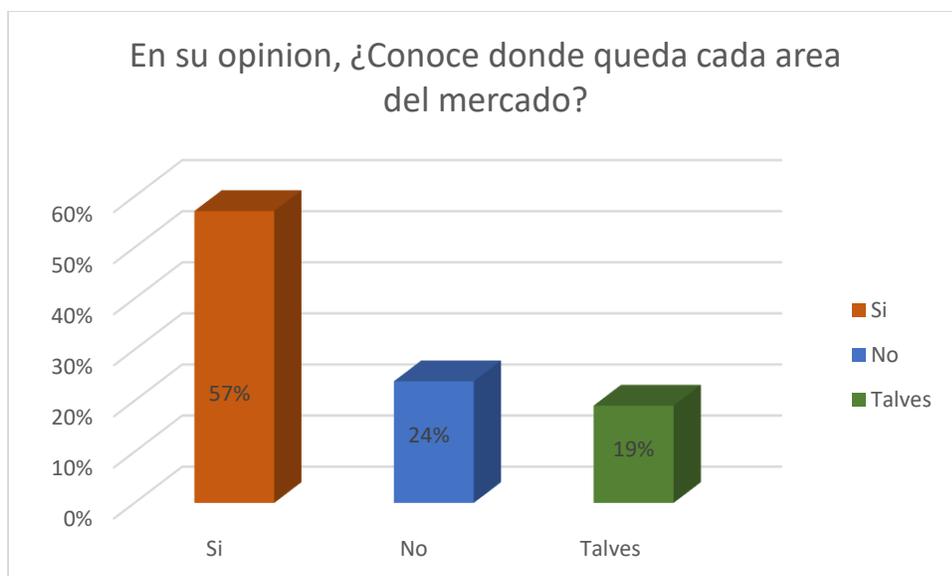
de que los establecimientos no son confortables para el público, como indica la figura 6, donde la mayor parte de los encuestados comparte esta opinión.

En cuanto a la figura 7, que aborda el conocimiento de las normas de higiene y la percepción de cómo debería ser un mercado moderno, los resultados son reveladores. No todos creen que se cumplen estas normas, y otros no tienen idea al respecto, es evidente que existe una falta de información o conocimiento por parte de los ciudadanos sobre los estándares de higiene y calidad en los mercados. Esto indica una necesidad de mejorar la educación y la conciencia pública en este aspecto.

Figura 8 y Figura 9



Nota: Elaborado por Veintimilla y Molina (2023)



Nota: Elaborado por Veintimilla y Molina (2023)

Los datos presentados reflejan la relevancia fundamental que tienen los mercados de mariscos, abasto y legumbres en la vida de los residentes del cantón Santa Ana. El hecho de que los usuarios visiten regularmente los establecimientos es para sus negocios y que otro grupo lo haga para consumo personal, subrayando la importancia de estos establecimientos en la economía y la vida cotidiana de la comunidad. Además, el conocimiento de los ciudadanos que tienen sobre la ubicación, el espacio y la disposición de productos en estos mercados es alentador, ya que indica que existe un nivel significativo de conciencia y familiaridad con estos espacios comerciales. Esto puede facilitar la interacción efectiva de los ciudadanos con los mercados y sugiere una base sólida para la comunicación y la educación sobre los servicios y productos disponibles en estos lugares. En conjunto, estos datos resaltan la importancia de mantener y mejorar la funcionalidad y accesibilidad de los mercados, ya que desempeñan un papel vital en la vida y los medios de subsistencia de la comunidad de Santa Ana.

Entrevistas

Entrevista para el personal del municipio de Santa Ana

La entrevista se la realizó al arquitecto e ingeniero Miguel Suarez, que pertenece al área de obras pública.

Se enfatizó que la capacidad funcional del mercado se basa en las necesidades de la población local. Esto es fundamental, ya que un mercado debe diseñarse para satisfacer las necesidades de un residente o usuario.

La elección de un modelo de la sierra ecuatoriana como referencia para el diseño de los equipamientos, a pesar de su ubicación en la costa, refleja una perspicaz fusión de enfoque arquitectónico local y experiencia externa en la planificación y gestión de mercados. Este enfoque implica una consideración minuciosa de las particularidades climáticas y culturales específicas de la zona costera. El autor indica que la capacidad actual del mercado no se está utilizando en su totalidad, esto podría deberse a una serie de razones, como cambios en la demanda o problemas en la gestión.

Y se dio mención un proyecto de remodelación que incluye aspectos de gestión territorial y mejoras en la movilidad peatonal, como rampas, escaleras eléctricas y ascensores. Y sobre el mercado de mariscos, se adiciona un proyecto, con el objetivo de complementar los mercados existentes y la comodidad de los usuarios. Esto sugiere es consolidar y mejorar la presentación del servicio en un solo lugar.

Entrevista para el personal del municipio de Santa Ana

La entrevista se la realizó al abogado Herly Mendoza, encargado de la comisaria municipal, la oficina se encuentra ubicada en la segunda planta del Mercado de Abasto.

Describe el desarrollo de un mercado de abasto que originalmente se creó para la venta de carne y productos relacionados, con el tiempo, el mercado se ha diversificado para incluir

tiendas de ropas y comidas. También se menciona que en la planta alta se ubica la oficina de comisaria municipal, y que cada mercado tiene su propio inspector responsable del orden y cumplimiento de las normas municipales.

El autor expone la idea de mejorar los accesos del mercado y la parte superior, convertirlo en espacio de anclaje como una sucursal bancaria, con una ubicación estratégica de cajeros automáticos de cualquier bando, donde la persona pueda retirar dinero sin ningún problema y así lograr atraer más visitantes.

CAPÍTULO V

Conclusiones y Recomendaciones

Conclusiones

La presente investigación tuvo como objetivo general analizar las condiciones existentes de los equipamientos de comercio minorista para la venta de productos, realizando una investigación de campo sobre su uso y funcionamiento de las edificaciones del Cantón Santa Ana y así para crear lineamientos urbanos arquitectónicos.

Teniendo en consideración la población del sector céntrico de la ciudad, estimada en 22,299 habitantes según el último censo de población y vivienda de 2010 por parte del (GAD S. A., 2023), se reconoce que el equipamiento comercial es uno de los componentes urbanos más diversificados y adaptados a las necesidades específicas de cada localidad. No obstante, se han establecido estándares que reflejan la situación actual y se basan en referencia a estándares internacionales. En la siguiente tabla se detallan indicadores para cada categoría de equipamiento, teniendo en cuenta tanto la población total a atender como las extensiones mínimas necesarias para cada categoría. Estos criterios cuantitativos sirven como referencia para determinar la oferta de equipamiento requerida según las características demográficas de la ciudad o centro poblado. Esta metodología, como se presenta en (SISNE, 2011), proporciona una base sólida para la planificación arquitectónica y urbana, asegurando que los equipamientos se adapten de manera adecuada a las demandas de la población y contribuyan a mejorar la calidad de vida en el entorno urbano.

Tabla 4 Población a servir por mercados

Categoría	Rango Poblacional	Terreno mínimo (m ²)
Mercado Mayorista	Mayor a 200,000	2,000
Mercado minorista	Mayor a 10,000	800
Centro de acopio	Mayor a 50,000	10,000
Camal municipal	Mayor a 20,000	8,000
Terminal pesquero	Mayor a 400,000	8,000
Campo ferial	Mayor a 200,000	20,000

Nota: Elaborada por Sistema Nacional de Estándares de Urbanismo

Según investigaciones llevadas a cabo por el (SISNE, 2011), un mercado minorista es capaz de atender a una población de hasta 122,249 habitantes, siempre que se encuentre dimensionado de manera adecuada. Además, se establece que la superficie mínima requerida para un mercado minorista es de 800 m², y su radio de influencia debe abarcar entre 1200 y 1500 metros. Estos criterios proporcionan un marco de referencia esencial para la planificación y diseño de equipamientos comerciales, asegurando que estén en sintonía con las necesidades de la población y su entorno urbano.

Para el efecto se concluye que las condiciones existentes de los equipamientos de comercio minorista para la venta de productos no se encuentra conforme a lo que expresa la constitución del estado ecuatoriano y el SISNE sobre el comercio justo como medio de acceso a bienes y servicios de calidad, así como también se visualizó el incumplimiento de las normas INEN sobre la calidad del producto, en lo referente al mejoramiento continuo de las empresas, permitiendo su competitividad y velando por la seguridad y salud del consumidor, y también el incumplimiento de uno de los objetivos del GAD cantonal, que es “brindar servicios públicos de calidad, promover el desarrollo sostenible y mejorar la calidad de vida de los ciudadanos del cantón”.

En relación a los objetivos específicos se pudo identificar la situación actual de los equipamientos de comercio minorista existentes en el Cantón Santa Ana, los cuales mediante observación en sitio, se pudo detectar que se encuentran en condiciones adversas para ser utilizados conforme a las normas de salubridad y de estructura debido a que data de 1992, presentando una estructura y modelo antiguo, que no está a la par con la modernidad y estándares apropiados conforme el crecimiento de la población y las necesidades de la misma, al encontrarse distribuido en dos lugares diferentes, en uno se encuentran todo lo referente a lo cárnico junto con legumbres, y en el otro lugar, lo que corresponde a los mariscos. De igual manera los equipamientos presentan franco deterioro y la falta de mantenimiento, observándose el techo y sus paredes limitadas en su funcionalidad.

Al referirse sobre el diagnóstico del equipamiento y la satisfacción en la calidad de vida de los usuarios, cabe recalcar que conforme a sondeos y entrevistas a la comunidad, de igual forma no brinda satisfacción a la población del cantón, en primer lugar por la presencia de tiendas de ropa, combinadas con la venta de alimentos, lo cual resulta contraproducente, y así mismo la parte estructural deja mucho que desear al encontrarse con una cubierta en franco deterioro, que al momento de presentarse lluvias, causa un caos por la humedad y el agua que se filtra.

Las molestias que ocasiona, la ubicación del mercado central que se encuentra en un lugar no apropiado, generando múltiples dificultades a sus habitantes, en el sentido de circulación, bien sea peatonal o vehicular, porque los comerciantes se ubican en las veredas de las calles en que se encuentra el mercado, de igual manera, el ruido es una gran molestia para quienes habitan cerca del mismo y los malos olores que ocasiona la falta de ventilación dentro del mercado, principalmente en el de mariscos.

Los lineamientos urbanos arquitectónicos del equipamiento del mercado de Santa Ana, tienden a presentarse no conforme lo establecen las normas técnicas ecuatorianas y la INEN, como son los requisitos relativos a la infraestructura, localización, diseño y construcción;

principalmente en cuanto a los accesos, que no son inclusivos; luego la iluminación y ventilación, no se cumple con este requisito, al igual que en cuanto a salubridad, no hay un lugar de acopio de los residuos sólidos diarios y peor aún un horario fijo y establecido para la limpieza del lugar. También se pudo observar que el mercado no cuenta con parqueadero vehicular y no existe un área para carga y descarga de los productos de los comerciantes.

Recomendaciones

Una vez emitidas las conclusiones del trabajo de investigación, se hace necesario la presentación de recomendaciones que permitan mejorar, cambiar, y/o equipar un mercado de comercio minorista para la venta de productos, en el cantón Santa Ana, de la Provincia de Manabí, teniendo en cuenta los lineamientos arquitectónicos necesarios para alcanzar un equipamiento conforme las necesidades de sus habitantes.

Sobre las condiciones del equipamiento del comercio minorista, se recomienda que el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón, considere el cumplimiento de lo que expresa la constitución del Ecuador, en cuanto a la existencia de un mercado para sus habitantes, en condiciones adecuadas, y así mismo brinde servicios públicos de calidad y promueva el desarrollo sostenible y mejore la calidad de vida de los ciudadanos del cantón.

Así mismo, se recomienda buscar el financiamiento para reestructurar o construir un nuevo mercado en el cantón Santa Ana, puesto que tiene muchos años en servicio y no presenta modernidad en su equipamiento, unificando en un solo lugar el mercado de abastos, legumbres y de mariscos. Siempre aplicando las leyes y normativas concernientes a la construcción en Ecuador y teniendo en cuenta, principalmente los accesos y la creación de negocios de anclaje que atraigan mayor número de consumidores.

Para la satisfacción de los equipamiento en la calidad de vida de los usuarios, teniendo en cuenta sus necesidades, se recomienda considerar una organización más acorde con la

situación y ubicar a las tiendas de ropa, en un sector que no afecte a la salubridad de los alimentos, y considerar la construcción de un nuevo mercado para el cantón, en virtud del deterioro en que se encuentra su cubierta, y al construirlo, que se lo haga en un sector que no afecte mayormente a sus habitantes, en el sentido del ruido y se haga respetar cada cubículo para que no se desorganicen los comerciantes, ubicándose en las veredas del mercado.

Al haber concluido que es necesario la construcción de un nuevo mercado minorista para la ciudadanía del cantón Santa Ana, se recomienda que se observen y cumplan los lineamientos urbanos arquitectónicos para el equipamiento del mismo, considerando las normativas existentes, como lo concerniente a vialidad, sugiriendo no olvidar la inclusión en sus accesos; la ventilación, cuyo volumen de aire se define según el área y el número de usuarios en la misma; la iluminación, que bien pudiera darse conforme a un estudio solar; recolección de desechos, parqueadero, etc., que con seguridad le darán una mayor expectativa a los propios habitantes y a los turistas que visiten el cantón, al adoptar un diseño que permita la afluencia y movilización interna de visitantes, que garanticen un buen servicio.

Esta investigación permitió develar la situación actual del mercado minorista del cantón Santa Ana, y se pretende que sus resultados sean considerados por el Gad Cantonal y de cierta manera, también contribuya a que cantones que se encuentran en igual o similar situación, puedan adoptar la propuesta planteada.

CAPÍTULO VI

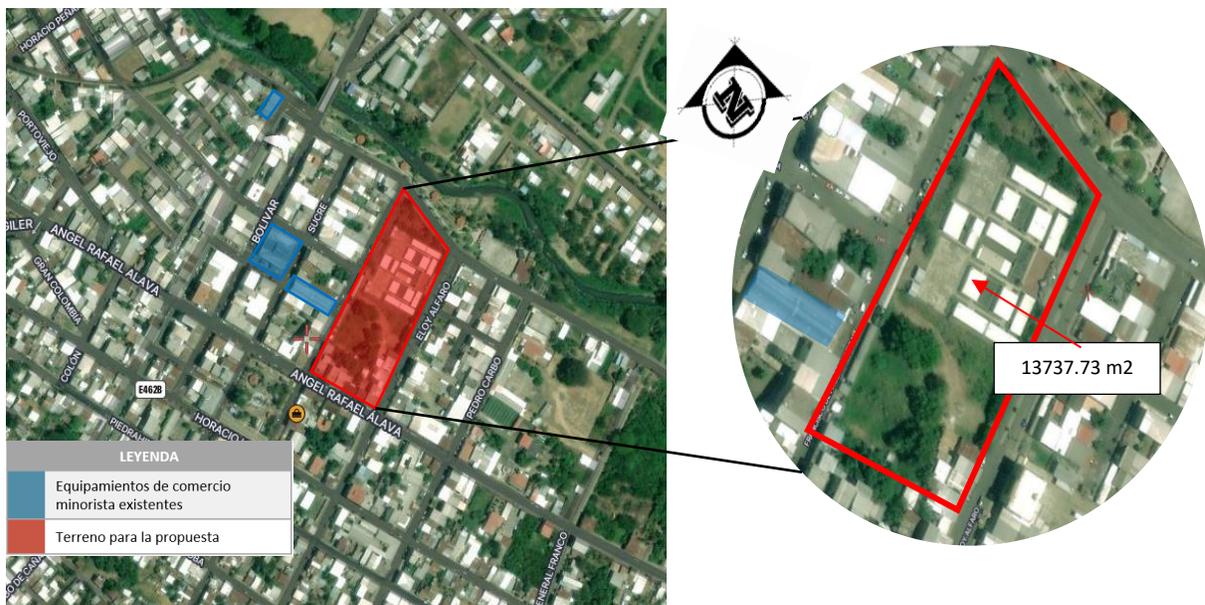
Propuesta

Nuestra propuesta funcionara para todas los comerciantes y habitantes dándoles enfoque que interese en la economía. Durante el transcurso de nuestra tesis, quedo claro que los habitantes necesitaban un nuevo mercado para darle otro enfoque al centro urbano de la ciudad, utilizando tecnología moderna que este acorde a la identidad del cantón de Santa Ana.

Para implementar este nuevo diseño de mercado nos ayudamos con el análisis de todos los equipamientos tanto el de marisco, feria libre, abastos, con el fin de obtener ideas que generen una propuesta arquitectónica y que satisfaga las necesidades del cantón en términos arquitectónicos.

Terreno elegido para la construcción del Mercado de Santa Ana unificado

Figura 26 Ubicación del terreno para la propuesta



Nota: Elaborado por Veintimilla y Molina del 2023

La elección del terreno en el corazón del casco central de la ciudad, delimitado por las calles Ángel Rafael Álava, Eloy Alfaro, Francisco de P. Moreira y la calle del Malecón, para la construcción de esta propuesta, destaca una decisión arquitectónica que busca un equilibrio entre la ubicación estratégica y las dimensiones generosas del sitio. Este espacio urbano presenta un potencial significativo para el diseño de un mercado moderno unificado, aprovechando su acceso céntrico y su extensión para crear un entorno arquitectónico funcional y atractivo, y destacando lo que recomienda (SISNE, 2011) de que un terreno para dicha construcción debe ser mayor a los 800 m². La elección de esta ubicación no solo refuerza la relación entre el mercado y la ciudad, sino que también demuestra la capacidad de la arquitectura para revitalizar el tejido urbano al ofrecer soluciones que se adaptan a las necesidades contemporáneas de la comunidad, contribuyendo así a la dinámica y al desarrollo sostenible de la ciudad.

Figura 27 Fachada principal de la Propuesta del Mercado Santa Ana



Nota: Fachada principal de la propuesta y área verde. Elaborado por Veintimilla y Molina del 2023

La iniciativa de incorporar jardines y árboles en los accesos del mercado desde el exterior representa un enfoque arquitectónico integral que trasciende la mera estética. Este diseño paisajístico cumple un papel fundamental al considerar la interacción entre el entorno construido y el entorno natural. No solo embellece los alrededores, sino que también aborda cuestiones arquitectónicas clave como la regulación de la temperatura ambiental, al proporcionar sombra y reducir la radiación solar directa, y la mejora de la calidad del aire al generar oxígeno puro. Además, esta incorporación de elementos naturales puede contribuir a la sostenibilidad urbana y al bienestar general de la comunidad, estableciendo un ejemplo de cómo la arquitectura puede ser un agente de cambio positivo en el entorno urbano.

Figura 28 Fachada frontal.





Nota: En los ingresos de la propuesta se colocaron rampas para personas discapacitadas y bancos para el descanso. Elaborado por Veintimilla y Molina (2023)

La inclusión de rampas de acceso que cumplen con las normas de la NEC en cada entrada del mercado es un ejemplo destacado de diseño arquitectónico centrado en la accesibilidad universal. Esta decisión va más allá de cumplir con regulaciones; representa un compromiso con la equidad espacial y la dignidad de todas las personas, independientemente de su capacidad física. Además, la instalación de grandes ventanales con vidrio templado constituye un enfoque consciente en la iluminación natural y la conexión entre el interior y el exterior, optimizando la entrada de luz y la sensación de amplitud en el espacio interior del mercado. Este enfoque arquitectónico holístico no solo mejora la experiencia de todos los usuarios, sino que también refleja una visión moderna y comprometida con la inclusión y la calidad del diseño urbano.

Figura 29 Fachada lateral izquierda

Nota: Área de carga y descarga de la propuesta. Elaborado por Veintimilla y Molina (2023)

En la concepción de nuestro proyecto para el nuevo mercado Santa Ana, hemos integrado una solución arquitectónica precisa y estratégica: la incorporación de un espacio destinado exclusivamente a la carga y descarga en el lado izquierdo del mercado, sobre la calle Eloy Alfaro. Este diseño no solo resolverá eficazmente el problema de la congestión vehicular asociada con la distribución de mercancías, sino que también demuestra una comprensión profunda de cómo la arquitectura puede mitigar las tensiones urbanas al optimizar la logística de un espacio comercial clave. Al proporcionar una zona dedicada para esta actividad, no solo mejoramos la operatividad interna del mercado, sino que también contribuimos a una circulación vehicular más fluida y segura en la vía pública, lo que en última instancia mejora la calidad de vida de la comunidad y realza la funcionalidad integral del mercado. Esta propuesta ilustra cómo

una visión arquitectónica bien pensada puede abordar cuestiones complejas de forma eficaz y beneficiar tanto a los comerciantes como a la comunidad en general.

Figura 30 Interior del mercado



Nota: Área de venta y compra de productos ubicado dentro de la propuesta. Elaborado por Veintimilla y Molina (2023)

Hemos introducido en nuestro diseño un enfoque que potencia la amplitud y la accesibilidad. Con la inclusión de una doble altura en el interior del mercado, y una cubierta a una altura de 10.15 metros, hemos creado un espacio más expansivo y atractivo para todo aquel que lo vaya a visitar. La disposición estratégica de los compartimentos en la planta baja, destinados a legumbres, mariscos y productos cárnicos, optimiza la funcionalidad y la organización del mercado, mientras que la ubicación central de la rampa de acceso al área del comedor en la segunda planta prioriza la inclusión de personas con discapacidad, destacando la preocupación por la equidad espacial en el diseño. Esta propuesta no solo mejora la eficiencia operativa, sino que también crea un entorno arquitectónico que fomenta la interacción y la

comodidad de los usuarios, promoviendo una experiencia más enriquecedora para los habitantes.

Figura 31 Renders del pequeño parque



Nota: Renders del parque ubicado en la parte frontal de la propuesta. Elaborado por Molina y

Veintimilla (2023)

Nuestra propuesta arquitectónica para el mercado en Santa Ana aborda de manera innovadora la carencia de áreas verdes en el entorno urbano. La creación de un pequeño parque en la parte frontal del mercado no solo responde a una necesidad evidente de espacios públicos de calidad, sino que también refleja una visión arquitectónica que prioriza la calidad de vida de los habitantes. Al diseñar mobiliario específico para este espacio, estamos no solo añadiendo elementos funcionales, sino también expresando un compromiso con la estética y la cohesión del entorno urbano. Esta iniciativa no solo se traduce en un lugar para la distracción y la relajación, sino que también promueve la interacción social y la revitalización del tejido urbano, evidenciando cómo la arquitectura puede ser un agente de cambio positivo en la comunidad al abordar de manera integral las necesidades de un entorno en constante evolución.

Figura 32 Parte posterior de la propuesta del mercado





Nota: Renders de la parte posterior de la propuesta donde se encuentra ubicado el parqueadero con su respectiva garita. Elaborado por Veintimilla y Molina (2023).

La inclusión de un parqueadero como parte integral del diseño arquitectónico de estas instalaciones es esencial no solo desde el punto de vista funcional, sino también urbanístico. Este espacio no solo satisface una necesidad práctica al permitir que las personas lleguen con sus vehículos y estacionen de manera conveniente, sino que también contribuye a una planificación urbana más efectiva al gestionar el flujo de automóviles de manera eficiente. Ubicado estratégicamente en la calle Ángel Rafael Álava, el acceso vehicular se convierte en un componente clave del diseño, asegurando no solo la comodidad de los visitantes sino también la armonía en la movilidad urbana. Esta inclusión demuestra cómo la arquitectura puede ser una herramienta para abordar las necesidades contemporáneas de una comunidad al crear soluciones prácticas y eficaces que benefician tanto a los usuarios individuales como al entorno urbano en su conjunto.

Figura 33 Interior del Mercado Santa Ana



Nota: Renders de la rampa de acceso a la planta alta de la propuesta. Elaborado por Veintimilla y Molina (2023).

Una rampa interna permitirá que las personas con discapacidad lleguen a la segunda planta, con materiales de hormigón y vidrio templado para dar mayor seguridad al usuario.

Figura 34 Área de locales de comida



Nota: Renders del patio de comida del mercado. Elaborado por Veintimilla y Molina (2023)

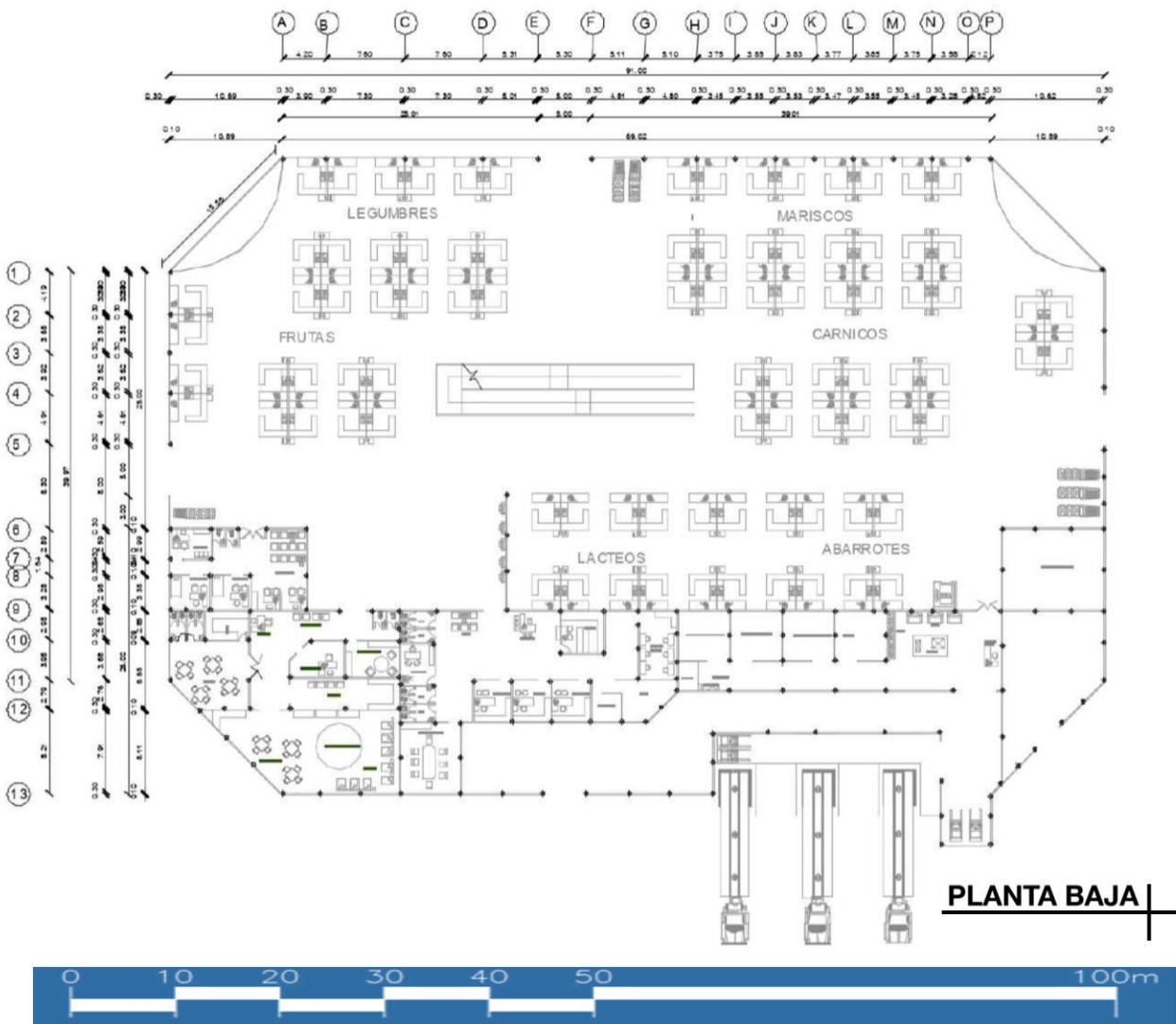
La incorporación de un patio de comida en la planta alta del diseño nuevo del mercado es una estrategia arquitectónica sumamente recomendable y versátil. Este espacio no solo diversifica las opciones culinarias disponibles, brindando a los clientes una gama amplia de sabores y preferencias gastronómicas del cantón, sino que también desempeñará un papel crucial como generador de negocios de anclaje. La presencia de restaurantes y puestos de comida atraerá a un número significativo de visitantes al lugar, lo que, a su vez, impulsará la actividad económica en el mercado en su conjunto. Desde una perspectiva arquitectónica, la planificación cuidadosa de esta área es esencial para garantizar un flujo eficiente de clientes, un ambiente cómodo y atractivo, y la integración adecuada de las cocinas y los espacios de servicio. Además, el diseño del patio de comida puede enriquecer la experiencia del usuario al crear un ambiente agradable y propicio para la socialización, lo que contribuye a la vitalidad y la atracción del mercado como un destino urbano dinámico y multifacético.

Figura 35 Fachada principal de la propuesta



*Nota: En la propuesta implementamos una nueva fachada, dándole un especial énfasis a la cubierta y a los amplios ventanales, otorgando una buena ventilación natural al establecimiento.
Elaborado por Veintimilla y Molina (2023).*

Figura 36 Planta arquitectónica del mercado Santa Ana (propuesta-planta baja)



Nota: Plano arquitectónico de la planta baja del mercado. Elaborada por Molina y Veintimilla (2023)

Figura 37 Planta arquitectónica del mercado Santa Ana (propuesta-planta alta)



Nota: Plano arquitectónico de la planta alta del mercado. Elaborada por Molina y Veintimilla

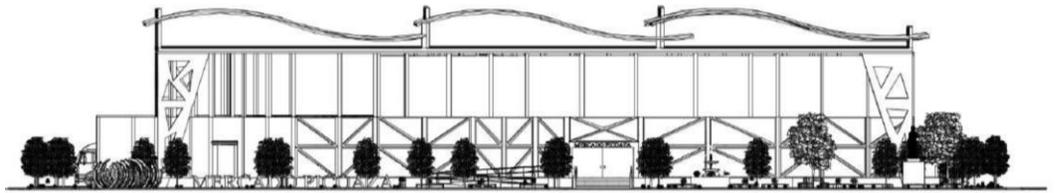
(2023)

Figura 38 Implantación de la propuesta del mercado de Santa Ana

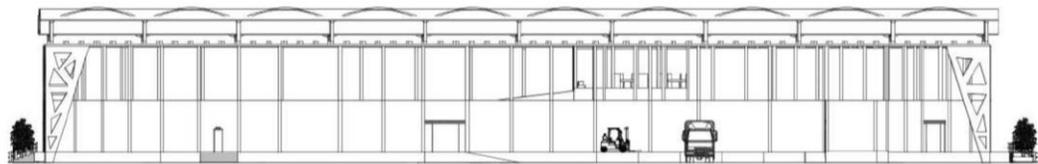


Nota: Elaborada por Molina y Veintimilla (2023)

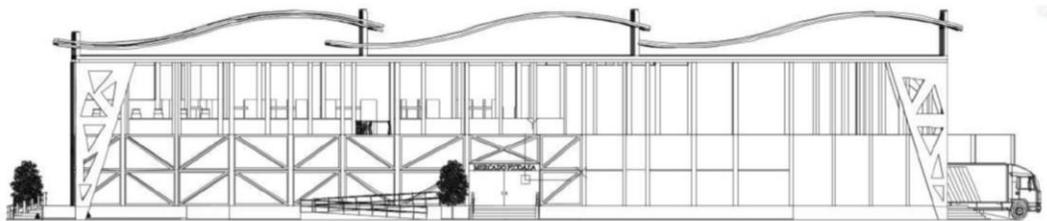
Figura 39 Fachadas de la propuesta del mercado de Santa Ana



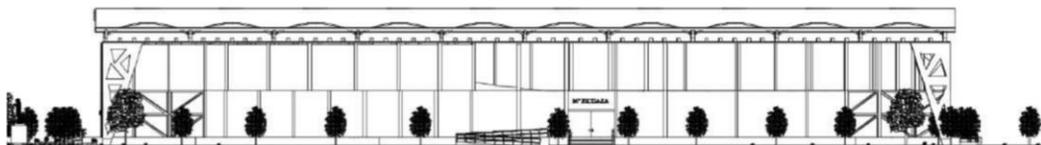
POSTERIOR



LATERAL IZQUIERDA



FRONTAL



LATERAL DERECHA



Nota: Fachadas de cada uno de los lados del mercado. Elaboradas por Molina y Veintimilla

Referencias Bibliográficas

ACE, R. d. (12 de Marzo de 2020). Red de conocimientos electorales ACE.

<https://aceproject.org/ero-en/regions/americas/EC/ecuador-constitucion-2020/view>

Albornoz , B. (2020). BAQ 2010. *Rehabilitacion y reciclaje del Ecuador*.

<https://arquitecturapanamericana.com/rehabilitacion-del-mercado-9-de-octubre/>

Alvares , N., & Daniela Elizabeth. (19 de 02 de 2020). *Posgrado de Tesis de grago PUCE*.

<http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/20433>

Architectures, C. (2014). <https://www.archdaily.cl/cl/758755/mercado-cachan-croixmariebourdon-architectures>

Arias, F. G. (2012). *Introducción a la metodología científica, 6ta.* <https://acortar.link/0bpquS>

Armstrong, P. K. (2012). *Marketing.* <https://acortar.link/Ckwvlw>

Cantero. (2007). <https://www.revistasecauned.com/index.php/ciriec/article/download/78/120>

Chile, C. d. (17 de Mayo de 2023). *Edificio del mercado Central de Santiago.* <https://www.monumentos.gob.cl/monumentos/monumentos-historicos/edificio-mercado-central-santiago>

Chiriboga, D., & Qishpe, C. (31 de 10 de 2019). *Mercado interculturalidad.* <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7591772>

Cootad. (2019). *Cootad.* <https://acortar.link/2XFc8>

Crespi Vallbona, M. y. (2016).

<http://www.pasosonline.org/Publicados/14216/PASOS47.pdf#page=101>

de Pádua, A. B. (2012). <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180721630006>

Ecuador, O. P. (2016). *Manual para el reconocimiento y la certificación de mercados saludables*.

https://www.salud.gob.ec/wp-content/uploads/2021/03/Manual_Mercados_Saludables_final-25.04.2016.pdf

GAD , S. (Agosto de 2019). *Gobierno Autonomo Centralizado de Santa Ana Manabi*.

<https://issuu.com/gadsantaana.ccss/docs/revistafinalweb>

GAD, d. P. (2021). Así Será el Nuevo Mercado Central de Portoviejo. *Revista de Manabí*.

<https://revistademanabi.com/2021/03/15/asi-sera-el-nuevo-mercado-central-de-portoviejo/>

GAD, S. A. (2023). *Municipio de Santa Ana*. <https://santaana.gob.ec/>

GADM. (2016). *Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Santa Ana*.

<https://santaana.gob.ec/wp-content/uploads/2019/10/ORD.-PUBLICADA-EN-REGISTRO-OFICIAL-DE-ACTIVIDADES-DE-COMERCIO-2016.pdf>

Guamán, B., Pérez, M., Mendoza, J., & Cándido, R. (2020). *El Desarrollo Urbano Sostenible y los Mercados de Abastos: El Ejemplo de la Cooperativa de Servicios Nuestra Señora de*

Africa(TENERIFE) <http://ciriec.es/wp-content/uploads/2020/09/COMUN-012-T9-ROMAN-GUZMAN-et-al-ok.pdf>

Hernandez, A. A. (2016). <http://www.redalyc.org/pdf/4559/455946719006.pdf>

INEN. (2013). *Instituto Ecuatoriano de Normalización*. <https://acortar.link/CfkPoZ>

Lachica, G. (2019). <https://www.mercadomunicipalsp.com/>

LAHORA. (16 de noviembre de 2007). *La hora*. <https://www.lahora.com.ec/noticias/mercado-de-santa-ana-en-50/>

Laje, M. Á. (2021). *Expreso.ec de Diario Extra*. <https://acortar.link/YLHXBB>

- López, P. R. (2020). *Evolución tipológica del mercado de abastos en Madrid*.
https://oa.upm.es/57918/1/TFG_20_Ramos_Lopez_Paula.pdf
- Marín, N. O. (junio de 2018). *Los Mercados de Abastos como Productos Turísticos Emergentes: El Caso Sevilla*. <https://acortar.link/GHZUnl>
- Medina Viteri, G. A., & Ulpo Carrera, D. J. (Marzo de 2018). *Repositorio de la Universidad Tecnica de Ambato* . <http://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/27409>
- Morales, F. C. (2020). *Economipedia*. <https://acortar.link/qUS1UT>
- Morató, R. P. (2015). *Max Paredes, el comercio popular y la apropiación del espacio público*.
<https://www.redalyc.org/pdf/4261/426143427003.pdf>
- Neufert, E. (2013). *Arte de proyectar en arquitectura*. (16ª edición, 8ª tirada).
https://www.academia.edu/44243325/Neufert_EL_ARTE_DE_PROYECTAR_EN_ARQUITECTURA_Texto_AF
- ODS Territorio Ecuador . (noviembre de 2019). *Buenas Prácticas de la Sociedad Civil para el Cumplimiento de los ODS. Panorama Sostenible Anual* . <https://acortar.link/JN3QWA>
- Palma, N. (21 de Octubre de 2021). Un mercado al estilo de centro comercial se inaugurará en Portoviejo a mediados de octubre. *El universo*. <https://acortar.link/bzPc19>
- Ripol, A. R. (2006). *Los mercados minoristas como valor de las ciudades*.<https://acortar.link/5kn797>
- Rodas, L. A. (2016). <https://glifos.unis.edu.gt/digital/tesis/2016/49847.pdf>
- Rodas, P. (2018). *Reavilitacion del mercado 27 de febrebro cuenca*.
<http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/8263>

SAE. (2018). *Servicio de Acreditacion Ecuatoriano*. <https://www.acreditacion.gob.ec/>

Salazar, R. E. (2022). <https://acortar.link/UYIcX0>

SISNE. (2011). *Sistema Nacional de Estandares de Urbanismo*. <https://acortar.link/NXCymv>

Suarez , L. (25 de Abril de 2016). *Universidad catolica de santiago de Guayaquil* .
<http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/5787>

territorial, C. S. (2017). *Plan de desarrollo y ordenamiento territorial del cantón Santa Ana*.

<https://acortar.link/y7C3Z7>

Urquijo, F. (2020). *Arquitectura de Mercados. Hoja Santa* ,
[https://www.tdx.cat/bitstream/10803/127187/1/Tesis%20Isabela%20de%20Renter%C3%ADa%20\(1\).pdf](https://www.tdx.cat/bitstream/10803/127187/1/Tesis%20Isabela%20de%20Renter%C3%ADa%20(1).pdf)

ANEXOS



