



Análisis del Mercado Central del cantón Jipijapa y su relación con el Espacio Público

Jamil A. García y Luis A. Parrales

Carrera de Arquitectura, Universidad San Gregorio de Portoviejo

Análisis de caso previo a la obtención del título de Arquitectos

Mgs. Arq. Juan C. Mera Cedeño.

Marzo 2021

Certificación del director del Análisis de Caso

En mi calidad de director/a del Análisis de Caso titulado: Análisis del Mercado Central del cantón Jipijapa y su relación con el Espacio Público, realizado por los estudiantes Jamil Andre García Suárez y Luis Antonio Parrales Franco, 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. Juan Carlos Mera Cedeño

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 Jamil Andre García Suárez y Luis Antonio Parrales Franco, 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. Andrea Bonilla Ponce
Presidente del Tribunal

Arq. Betsy Moretta
Miembro del Tribunal

Arq. Ana Lavalle
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.



Jamil Andre García Suárez

Autor



Luis Antonio Parrales Franco

Autor

Dedicatoria

En el camino para culminar esta etapa académica, me acompañaron personas a las cuales dedico este trabajo, a mis padres, María Elena Suárez y Andrés García, pilares fundamentales en mi vida y apoyo incondicional en todo momento, por todos sus esfuerzos y dedicación, a mis hermanas Gema y Nicol García, por aconsejarme y alentarme a seguir mejorando, a mi sobrino Emilio, y a mi compañera de vida, María Laura Bernal, por estar conmigo en cada noche de desvelo, motivarme a no decaer y levantarme en cada tropiezo.

A mi abuelita Rosa, aunque no esté con nosotros siempre me cuidó y apoyó, y sé que desde donde esté, lo sigue haciendo, a mis abuelos paternos, Maguita y Rene por todo su apoyo y amor brindado.

Es a todos ellos a quienes dedico esta culminación y a su vez esta nueva etapa, que sin duda sé que estarán ahí para apoyarme y animarme a mejorar cada día.

Jamil Andre García Suárez

Dedicatoria

Con mucho amor dedico este trabajo lleno de esfuerzo y dedicación a mis padres, Truman Pinales y Guadalupe Franco, quienes han sido la fuente de inspiración en todo el transcurso de mi carrera, y siempre me han brindado su apoyo incondicional. A mi querida hermana, quien siempre me ha acompañado en situaciones difíciles, brindándome su cariño y afecto en toda circunstancia.

Luis Antonio Pinales Franco

Agradecimiento

Agradezco a mis padres por siempre estar conmigo en todo momento, a mis familiares y amigos que brindaron su apoyo en cada momento que lo necesitaba.

A mis compañeros de curso, que juntos logramos culminar una de muchas metas que nos esperan por delante, a todos los docentes que fueron parte de mi formación universitaria y compartieron sus conocimientos, experiencias y que estuvieron prestos a enseñar cada vez que una duda surgía, al Arq. Juan Carlos Mera Cedeño, quien, como tutor, brindó su tiempo y dedicación sin importar el día, nos aconsejó y nos impartió sus conocimientos.

A la Universidad San Gregorio de Portoviejo, por brindarme los conocimientos necesarios para mi formación como un profesional ético y de valores.

Jamil Andre García Suárez

Agradecimiento

Agradezco principalmente a Dios por permitirme tener y disfrutar de mi familia, en especial a mis padres, de los que siempre voy a estar agradecido por la educación que me brindan. A mi familia que, a pesar de la distancia, siempre me han brindado todo su apoyo incondicional.

A mi hermana, quien es el principal motivo a seguir adelante en mi vida profesional.

A mis abuelitos que, aunque ya no están conmigo, sé que desde el cielo están orgullosos de la meta que he cumplido.

A todos mis compañeros de curso que formaron parte de esta meta y se convirtieron en mi segunda familia.

A la Universidad San Gregorio de Portoviejo por abrirme sus puertas para cumplir una de mis metas.

A mis profesores por compartir sus conocimientos y experiencias en todos los niveles de carrera, en especial a mi tutor el Arq. Juan Carlos Mera Cedeño, quien nos guió con su conocimiento y dedicación para la realización de esta investigación.

Luis Antonio Parrales Franco

Resumen

El comercio es una de las actividades que le genera dinamismo, valor, y vitalidad a una ciudad, por lo tanto, los equipamientos urbanos que brindan estos servicios son indispensables para contribuir con el desarrollo socio-económico y brindar una mejor calidad de vida a sus habitantes. Es por esto que, en el análisis del Mercado Central del Cantón Jipijapa, se estudió el estado del actual equipamiento comercial, las actividades que se realizan dentro y fuera de este; formales e informales, tanto como las condiciones y la relación que existe entre el espacio público y el mercado. Las metodologías aplicadas en la investigación estuvieron enfocadas en determinar si el mercado contaba con las condiciones necesarias para su funcionamiento, en qué medida era pertinente su reubicación y cuánto ha afectado el comercio informal al espacio público. Mediante la aplicación de las técnicas de recolección de datos, se evidencia que, el mal manejo y la falta de cuidado de los equipamientos comerciales, como el Mercado Central, sumado al mal uso del espacio público por parte del comercio informal, conllevan al deterioro y a una pérdida de identidad de los espacios urbanos. Por lo cual se concluye que, se debe destinar espacios de comercio seguro, que cumplan con las condiciones necesarias para sus actividades, mediante una planificación previa, y que integre al espacio público como un medio de libre circulación y de interacción socio-cultural, mas no de ocupación comercial.

Palabras claves: comercio, mercado, equipamiento comercial, comercio informal, comercio formal y espacio público.

Abstract

Commerce is one of the activities that generates dynamism, value, and vitality to a city, therefore, urban facilities that provide these services are essential to contribute to socio-economic development and provide a better quality of life for its inhabitants. For this reason, in the analysis of the Central Market of Jipijapa Canton, we studied the state of the current commercial equipment, the activities that take place inside and outside the market; formal and informal, as well as the conditions and the relationship that exists between the public space and the market. The methodologies applied in the research were focused on determining whether the market had the necessary conditions for its operation, to what extent its relocation was pertinent and how much informal commerce has affected public space. Through the application of data collection techniques, it is evident that the poor management and lack of care of commercial facilities, such as the Central Market, coupled with the misuse of public space by informal trade, lead to the deterioration and loss of identity of urban spaces. Therefore, it is concluded that safe commercial spaces should be allocated, that comply with the necessary conditions for their activities, through prior planning, and that integrates the public space as a means of free circulation and socio-cultural interaction, but not of commercial occupation.

Key Words: trade, market, commercial equipment, informal trade, formal trade and public space.

Índice

Introducción	21
Capítulo I: El Problema	22
Planteamiento del Problema	22
<i>Delimitación del área de estudio</i>	<i>27</i>
Justificación	28
<i>Justificación urbano-arquitectónica</i>	<i>28</i>
<i>Justificación social.....</i>	<i>28</i>
<i>Justificación académica.....</i>	<i>29</i>
Objetivos	30
<i>Objetivo General</i>	<i>30</i>
<i>Objetivos específicos</i>	<i>30</i>
Capítulo II: Marco Teórico.....	31
Antecedentes de la Investigación	31
Marco Histórico	32
Marco Referencial.....	38
<i>Referencias nacionales</i>	<i>39</i>
<i>Referencias internacionales</i>	<i>41</i>
Marco Conceptual.....	44
<i>Equipamiento urbano-comercial.....</i>	<i>44</i>
<i>Los Mercados</i>	<i>44</i>
<i>Clasificación de los mercados</i>	<i>45</i>
<i>Según su fusión.....</i>	<i>45</i>

Mercado mayorista.	45
Mercado minorista o detallista.	46
Mercado tipo feria.	46
Mercados especializados, supermercados.	46
<i>Según su ubicación</i>	47
Mercado urbano.	47
Mercado rural.	47
<i>Según su situación geográfica</i>	47
Mercado de barrio.	47
Mercado local.	48
Mercado municipal o central.	48
Mercado zonal o regional.	48
Mercado nacional.	48
Mercado internacional.	48
<i>El comercio</i>	48
<i>El comercio formal</i>	49
<i>El comercio informal</i>	49
Vendedores ambulantes.	50
<i>Itinerante.</i>	50
<i>Lugar fijo.</i>	50
Asentamientos, Ferias y Mercados informales.	50
<i>El espacio público</i>	51
<i>Los mercados centrales y su relación con el espacio publico</i>	52

<i>Critica arquitectónica</i>	52
<i>Diagnostico urbano</i>	53
Marco Legal	54
Capitulo III: Marco Metodológico	60
Nivel de investigación	60
Diseño de investigación	60
<i>Tipos de investigación</i>	60
Técnicas e instrumentos de recolección de datos	61
Ficha de observación técnica	61
<i>Determinación del Sistema de estudio</i>	67
<i>Análisis de los Factores condicionantes</i>	67
<i>Análisis interno del sistema de estudio</i>	68
<i>Análisis de los valores y significado</i>	69
Técnicas de procesamiento y análisis de datos	70
Encuesta	70
<i>Encuesta aplicada a los comerciantes del Cantón Jipijapa</i>	72
<i>Encuesta aplicada a los usuarios del Mercado Central del Cantón Jipijapa</i>	73
Población y muestra	76
Técnicas de procesamiento y análisis de datos	77
Relevamiento de planos de diagnóstico urbano	77
Técnicas de procesamiento y análisis de datos	78
Capítulo IV: Resultados y Discusión	79
Ficha Técnica de Observación - Critica Arquitectónica	79

<i>Determinación del Sistema de Estudio</i>	79
<i>Análisis de los Factores Condicionantes</i>	79
Factores Sociales	79
Factores Políticos – Jurídicos	80
Factores Ideológicos	80
Condicionantes Tecnológicos	81
<i>Análisis interno del sistema de estudio</i>	82
Organización Espacial	82
Relación Función – Forma	82
Articulación entre los espacios	88
<i>Códigos espacio-ambientales</i>	89
<i>Códigos formales</i>	92
Ejes, Jerarquía, Directriz	92
Ritmo, Armonía, Pautas	93
Proporción y Orientación	93
Escala y Carácter	93
<i>Análisis de los valores del significado</i>	93
Encuestas	95
<i>Censo de comerciantes</i>	95
<i>Formularios</i>	96
Encuesta aplicada a los comerciantes del cantón Jipijapa	97
Encuesta aplicada a los usuarios del Mercado Central del Cantón Jipijapa	104

Comparación entre las respuestas de los comerciantes y los usuarios Mercado	
Central del Cantón Jipijapa.....	111
Relevamiento de planos de diagnóstico urbano	115
Capítulo V:Conclusiones y Recomendaciones.....	124
Conclusiones	124
Recomendaciones	126
Capítulo VI: Propuesta.....	127
Delimitación de la Propuesta	127
Objetivo de la Propuesta	128
Alcance de la propuesta.....	128
Criterios de diseño	128
Lineamientos para espacios de uso público	132
Programación arquitectónica	136
Propuesta funcional	137
Propuesta formal.....	142
Sistema constructivo	149
Relación con el espacio publico.....	151
Referencia bibliográfica	155
Anexos	162

Índice de figuras

Figura 1: <i>Mercado Central del cantón Jipijapa</i>	22
Figura 2: <i>Amanzanamiento del Centro del Cantón Jipijapa</i>	24
Figura 3: <i>Comercio sobre la Calle Colón</i>	25
Figura 4: <i>Hitos relevantes del cantón</i>	26
Figura 5: <i>Ubicación del Mercado Central del Cantón Jipijapa</i>	27
Figura 6: <i>Palacio municipal de Jipijapa</i>	33
Figura 7: <i>Edificio de la Propiedad Municipal</i>	34
Figura 8: <i>Centro de Abasto</i>	35
Figura 9: <i>Mercado Central del Cantón Jipijapa</i>	37
Figura 10: <i>Palacio municipal de Jipijapa</i>	38
Figura 11: <i>Feria Libre de la Ofelia</i>	39
Figura 12: <i>La Bahía Guayaquil</i>	40
Figura 13: <i>Mercado de Santa Caterina</i>	42
Figura 14: <i>Centro Comercial Abasto</i>	43
Figura 15: <i>Diagrama de Diseño de Investigación</i>	60
Figura 16: <i>Diseño de Ficha de observación técnica</i>	64
Figura 17: <i>Diseño de encuesta dirigida a los comerciantes</i>	74
Figura 18: <i>Diseño de encuesta dirigida a los usuarios</i>	75
Figura 19: <i>Vista interna del ala oeste del Mercado Central del Cantón Jipijapa</i>	81
Figura 20: <i>Vista exterior del Mercado Central del Cantón Jipijapa y su entorno</i>	82
Figura 21: <i>Planta Baja del Mercado Central del Cantón Jipijapa</i>	83
Figura 22: <i>Vista exterior de locales formales y comerciantes informales</i>	84

Figura 23: <i>Plano de Accesos Directos e Indirectos del Mercado Central del Cantón Jipijapa</i> .	85
Figura 24: <i>Vista de ingresos de la parte posterior del equipamiento</i>	86
Figura 25: <i>Planta Alta del Mercado Central del Cantón Jipijapa</i>	87
Figura 26: <i>Vista interna de local de abarrotes del Mercado central del Cantón Jipijapa</i>	87
Figura 27: <i>Vista de Oficina de Administración de Mercados Municipales</i>	89
Figura 28: <i>Vientos y asoleamientos Mercado Central del Cantón Jipijapa</i>	90
Figura 29: <i>Vista interna de locales comerciales</i>	91
Figura 30: <i>Vista frontal del Mercado Central del Cantón Jipijapa</i>	92
Figura 31: <i>Resultado de la pregunta 1</i>	97
Figura 32: <i>Resultado de la pregunta 2</i>	98
Figura 33: <i>Resultado de la pregunta 3</i>	99
Figura 34: <i>Resultado de la pregunta 5</i>	100
Figura 35: <i>Resultado de la pregunta 6</i>	101
Figura 36: <i>Resultado de la pregunta 7</i>	102
Figura 37: <i>Resultado de la pregunta 9</i>	103
Figura 38: <i>Resultado de la pregunta 1</i>	104
Figura 39: <i>Resultado de la pregunta 5</i>	105
Figura 40: <i>Resultado de la pregunta 6</i>	106
Figura 41: <i>Resultado de la pregunta 7</i>	107
Figura 42: <i>Resultado de la pregunta 8</i>	108
Figura 43: <i>Resultado de la pregunta 9</i>	109
Figura 44: <i>Resultado de la pregunta 10</i>	110
Figura 45: <i>Comparación entre la pregunta 2 y la pregunta 4</i>	111

Figura 46: <i>Comparación entre la pregunta 3 y la pregunta 10</i>	112
Figura 47: <i>Comparación entre la pregunta 4 y la pregunta 8</i>	113
Figura 48: <i>Genius Loci</i>	115
Figura 49: <i>Movimiento Quietud</i>	117
Figura 50: <i>Análisis Sensorial</i>	120
Figura 51: <i>Áreas Verdes</i>	121
Figura 52: <i>Determinación de los espacios verdes y arbolado existentes en la zona urbana</i>	122
Figura 53: <i>Etnografía</i>	123
Figura 54: <i>Esquema de los locales de verduras</i>	131
Figura 55: <i>Esquema de los locales de carnes</i>	131
Figura 56: <i>Zonificación propuesta</i>	138
Figura 57: <i>Circulación propuesta</i>	139
Figura 58: <i>Emplazamiento de la propuesta</i>	139
Figura 59: <i>Planta arquitectónica del bloque 1</i>	140
Figura 60: <i>Planta arquitectónica del bloque 2 y 3</i>	140
Figura 61: <i>Planta arquitectónica administración</i>	141
Figura 62: <i>Planta arquitectónica baños públicos</i>	141
Figura 63: <i>Palacio de Cristal de Guayaquil</i>	142
Figura 64: <i>Centro Cultural Itchimbia</i>	143
Figura 65: <i>Glorieta del Parque Central de Jipijapa</i>	143
Figura 66: <i>Fachada frontal</i>	144
Figura 67: <i>Fachada lateral izquierda</i>	144
Figura 68: <i>Fachada lateral derecha</i>	145

Figura 69: <i>Fachada posterior</i>	145
Figura 70: <i>Intercepción calle Sucre y Colon</i>	145
Figura 71: <i>Ingreso principal</i>	146
Figura 72: <i>Intercepción calle Sucre y Juan Montalvo</i>	146
Figura 73: <i>Área de abarrotes y artículos varios</i>	147
Figura 74: <i>Área de frutas y legumbres</i>	147
Figura 75: <i>Patio de comidas</i>	148
Figura 76: <i>Plaza central</i>	148
Figura 77: <i>Configuración estructural</i>	149
Figura 78: <i>Detalles constructivos</i>	150
Figura 79: <i>Corte longitudinal</i>	150
Figura 80: <i>Corte transversal</i>	151
Figura 81: <i>Propuesta de regeneración urbana</i>	152
Figura 82: <i>Entorno inmediato del equipamiento</i>	153
Figura 83: <i>Vista aérea sureste</i>	154
Figura 84: <i>Vista aérea noreste</i>	154
Figura 85: <i>Aplicación de encuestas</i>	162
Figura 86: <i>Entrevista con el adm. del Mercado Central</i>	162
Figura 87: <i>Recorrido por los exteriores del mercado</i>	163
Figura 88: <i>Recorrido por parque central</i>	163
Figura 89: <i>Encuesta aplicada comerciantes</i>	164
Figura 90: <i>Encuesta aplicada usuarios</i>	165
Figura 91: <i>Ficha de observación técnica</i>	166

Índice de tablas

Tabla 1: *Cuadro resumen de comerciantes del Mercado Central del canton Jipijapa..... 95*

Tabla 2: *Cuadro de áreas 137*

Introducción

El presente análisis de caso está enfocado en determinar las condiciones del equipamiento comercial, tanto en sus aspectos funcionales, formales y constructivos, así como la relación directa que tiene con el espacio público y sus afectaciones en el mismo. Por lo tanto, se escoge al Mercado Central ubicado en el cantón Jipijapa, parroquia San Lorenzo, Provincia de Manabí, Ecuador, como área de estudio.

El comercio informal es uno de los puntos relevantes de la investigación, es este quien quebranta el uso del espacio público, altera la relación compra-venta entre el cliente y el comerciante formal, e incumple con las regulaciones y las normativas impuestas por los entes administrativos municipales. Sin embargo, este tipo de comercio es parte de la dinámica comercial diaria, que, en conjunto con el comercio formal, contribuyen al desarrollo socio económico del cantón.

Otro de los puntos más destacados es sobre el estado del Mercado Central, una edificación que no da cabida a la totalidad de comerciantes, y las condiciones en las que se encuentra no son las adecuadas, por lo tanto, la reubicación de este equipamiento ha sido anunciada por la municipalidad del cantón.

Como respuesta a las problemáticas encontradas dentro del análisis realizado por medio de técnicas de recolección de datos, se propone el diseño de una plaza comercial, la cual estará implantada en el mismo predio donde se encuentra actualmente el Mercado Central, esto con la finalidad de no perder el potencial económico del sector ni perjudicar a la comunidad. Este diseño integrará al espacio público como parte del equipamiento comercial, permitiendo conectar el exterior con el interior de una forma directa, y de esta manera fomentar el comercio formal y seguro en espacios con las condiciones necesarias para realizar sus actividades.

Capítulo I

El Problema

Planteamiento del Problema

Los mercados y ferias, tanto formales como informales, son fundamentales en los sistemas de abastos urbanos; por su multifuncionalidad y su relación con el espacio público, conjugan una dinámica economía, social y cultural, que fortalecen el desarrollo de una ciudad.

La investigación de la Dra. Norma Jaramillo, sobre el comercio y espacio, menciona sobre las prácticas sociales en torno a un objeto en disputa en donde “las categorías clásicas utilizadas para definir el espacio público se encuentran en crisis como producto de una transformación en las prácticas y relaciones sociales que le otorgan nuevos significados y funciones” (Jaramillo, 2007).

La problemática surge por el escaso mantenimiento en el equipamiento comercial y la falta de ordenamiento del espacio público por parte del ente administrativo del cantón; a lo que responde la inconformidad de los comerciantes, tanto por la escasez de módulos internos como por el deterioro de la infraestructura del mercado central, entre otras inconformidades; lo cual, motiva a diferentes comerciantes a que se apoderen de aceras y calles aledañas a este, para realizar sus actividades laborales.

Figura 1

Mercado Central del cantón Jipijapa



Nota. Portal web Mapio, (2020). <https://mapio.net/pic/p-18198230/>

El Mercado Central del cantón data de los años 60 y se mantiene hasta la actualidad; este no ha recibido intervención alguna, deteriorándose al pasar de los años. El Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial [PDOT] del 2015 del cantón Jipijapa menciona que:

Se debe mejorar el ordenamiento y control del comercio informal, ya que muchos realizan sus actividades comerciales ofertando sus productos sobre las calles sin conservar las normas básicas de higiene y calidad. En el mercado municipal que se encuentra frente al parque central es menester realizar una nueva propuesta de reordenamiento de dicho centro comercial para mejorar el ornato del centro de la ciudad. Es notable destacar que se han construidos cubículos en algunas zonas de mercado, lo que ha permitido que muchos comerciantes expendan sus productos de una mejor manera. (Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo, 2015)

Según el diagnóstico del PDOT del cantón, el equipamiento del mercado representa el 1,45% de todo el equipamiento urbano que comprenden las siguientes las actividades comerciales: venta de alimentos (243 comercializadores), construcción (31 locales), despensas y abarrotes (141 locales), los cuales se encuentran desordenados, no han tenido mantenimiento alguno, y a su vez no se respetan los puestos de abarrotes que se ubican en los exteriores del mercado.

La imagen del entorno urbano es descuidada y genera bajo autoestima en la colectividad; al encontrarse en un área totalmente concurrida, se generan aglomeraciones y se sumerge en un caos concurrente, algo que afecta de forma socio-económica y por ende al desarrollo del cantón.

En los alrededores del mercado central del cantón Jipijapa, así como en varias manzanas adyacentes donde se encuentran diversos equipamientos urbanos, tanto recreativos como educativos, se ve reflejada la actividad comercial ambulatoria, la cual afecta a los comerciantes

formales, y a su vez, crea una alteración en el espacio público, generando conflictos y rivalidades entre los mercaderes que expenden sus productos.

La informalidad dentro del comercio es una de las problemáticas que motivan a la investigación, ya que esta actividad no formalizada es la principal causante del mal uso del espacio público.

El comercio informal es una categoría más amplia que dentro de sus múltiples modalidades agrupa al comercio ambulatorio. Se llama comercio ambulatorio a la actividad comercial que se desarrolla en las calles, ya sea de forma cambiante o en un lugar fijo ocupado durante determinadas horas del día. (González, 2011)

La intervención en las 17 manzanas que conforman el centro de la ciudad, como se observa en la figura 2, ha provocado el desalojo de comerciantes hacia otros puntos estratégicos propuestos por el Gobierno Autónomo Descentralizado [GAD] Municipal, con el fin de definir un orden en el comercio; sin embargo, estos fueron ubicados en áreas alejadas del centro del cantón, causando molestar tanto en los comerciantes como en la ciudadanía.

Figura 2

Amanzanamiento del Centro del Cantón Jipijapa



Nota. Manzanas Intervenidas en la regeneración urbana, Fuente: Esquema elaborado por autores del análisis, (2020).

Gran parte de las aceras que se intervienen, acogían a los comerciantes, tanto de la zona urbana como rural. Entre estas se encuentra la calle Sucre, sobre el tramo de acera de la Escuela Francisca Vera Robles, la cual la ocupaban los comerciantes que se dedican a la venta de ropa, al igual que las calles Santisteban y Av. 10 de agosto, que rodean el equipamiento y se ubican comerciantes de venta de legumbres y cárnicos.

La calle Juan Montalvo era ocupada por los comerciantes de la zona rural cada domingo en la feria libre, la cual se ubicaba frente a la Unidad Educativa Particular Redemptio, como se observa en la figura 3. Esta vía se volvía concurrida, por vehículos y peatones, al igual que la calle Colón, donde sobre sus laterales se encuentran los mercados de frutas y legumbres 7 de septiembre y 13 de octubre.

Figura 3

Comercio sobre la Calle Colón



Nota. Se puede apreciar el equipamiento educativo, Unidad Educativa Particular Redemptio,

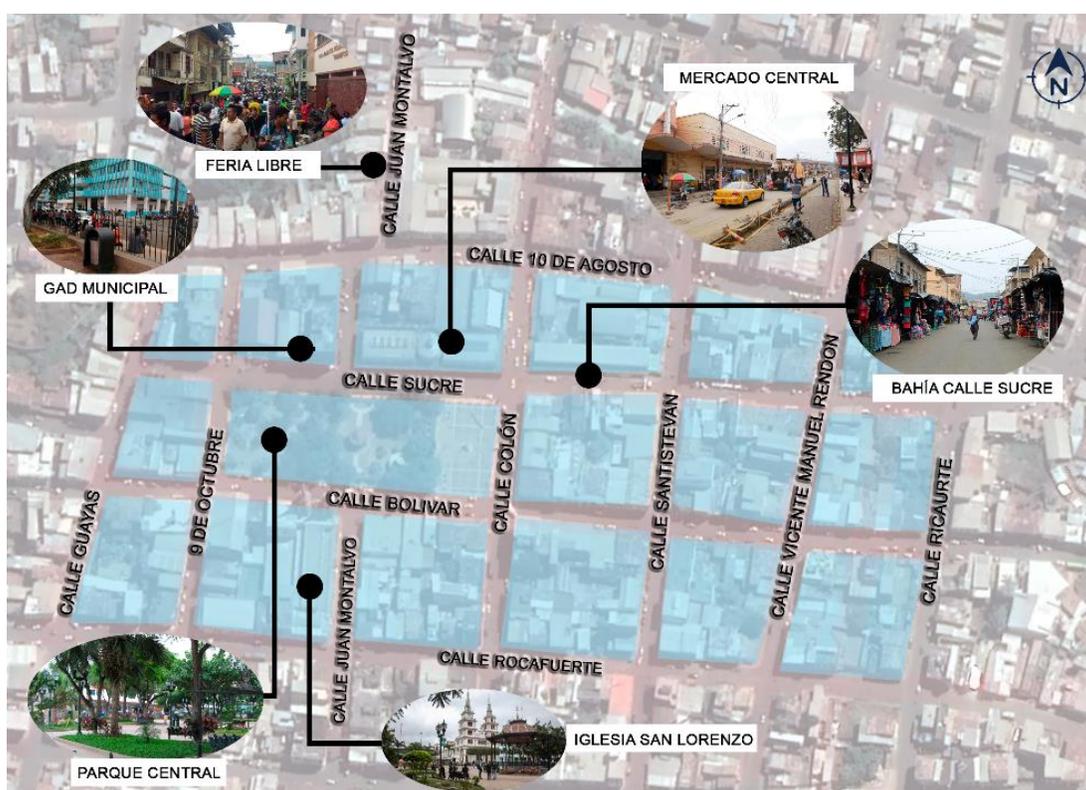
Fuente: portal web Mapio, (2020). <https://mapio.net/pic/p-18198587/>

En la actualidad, en la calle Febres Cordero, vía posterior a la Escuela Daniel López, se ubica la feria libre, como se observa en la figura 4, se sitúan los comerciantes de la zona rural y en

este caso, solo se da cada sábado de 4:00 am a 11:00 pm, en donde se acoge a la comunidad para el abastecimiento de productos, al igual que comerciantes mayoristas ubicados en los patios del sr. Alberto Heredia, que han sido alquilado por el GAD Municipal del cantón. Sobre la calle Avilés, junto al predio ya nombrado, se ha tomado aquel lado para generar módulos, los cuales serán ocupados por comerciales que estaban situados en las aceras de la Escuela Francisca Vera Robles; dichos módulos llevan el nombre de Bahía Alejo Lazcano.

Figura 4

Hitos relevantes del cantón

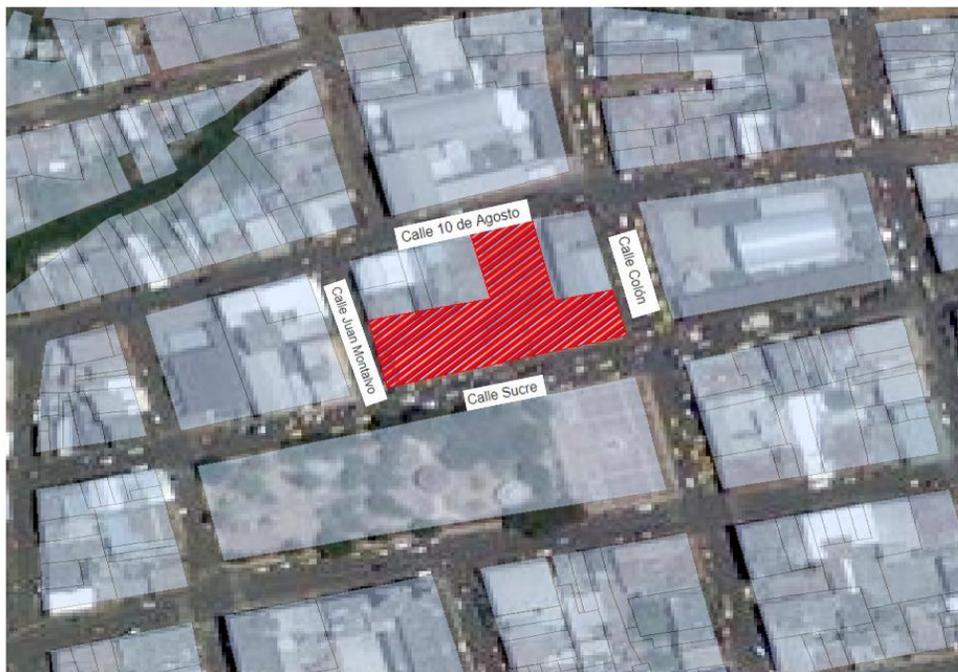


Nota. Esquema de las principales calles y equipamientos urbanos de la ciudad, Fuente: Esquema elaborado por autores de análisis, (2020).

Delimitación del área de estudio

Figura 5

Ubicación del Mercado Central del Cantón Jipijapa



Nota. Elaborado por autores del análisis, (2020).

El Mercado Central se encuentra ubicado en la parroquia San Lorenzo del Cantón Jipijapa, provincia de Manabí, Ecuador, sobre las calles 10 de agosto, calle Colón, Calle Sucre y Calle Juan Montalvo.

Jipijapa se encuentra ubicado al sur de la provincia de Manabí; al norte de este se encuentra Montecristi, al este 24 de Mayo, al sur Paján y al oeste Puerto López.

Justificación

Justificación urbano-arquitectónica

Los equipamientos comerciales, principalmente los mercados centrales, son los puntos de referencia para el abastecimiento de la población local. De este depende gran cantidad del comercio de alimentos, por ende, el estado de estas edificaciones debe ser óptimo y mantener condiciones de salubridad y de seguridad para la ciudadanía. Es indispensable contar con un equipamiento apto para esta actividad que le garantice un espacio de trabajo formal a los comerciantes. Sin embargo, el mercado central del cantón Jipijapa, siendo un equipamiento comercial, no cumple con las características dadas para su óptimo funcionamiento. Según el artículo publicado en la página plataforma urbana, que habla de la renovación del centro y algunos barrios de la ciudad, se menciona que:

El corazón y alma de los barrios o centros urbanos son precisamente los mercados públicos. Los mercados actúan como ancla para las empresas vecinas, fomentan el desarrollo y pueden llegar a mejorar el valor inmobiliario. Las ferias atraen nueva vida al sector, animan a los clientes a gastar mayor cantidad de dineros, pero no solo en ese lugar, sino también en los locales y empresas cercanas. (Barrientos, 2011)

El espacio público pierde su interpretación de un “espacio para todos” cuando se privatiza y no cumple con su actividad inicial. Los puestos ambulantes sumados a una edificación deteriorada conllevan a problemas de orden en el territorio.

Justificación social

El comercio cumple un papel fundamental en el núcleo de desarrollo de la ciudad, una actividad diaria que genera ingresos a las familias de las comunidades e impulsa el crecimiento de la economía local de las ciudades.

La doctora Ana Espinosa, en su tesis doctoral sobre el comercio como herramienta estructuradora del territorio, menciona lo siguiente:

El comercio es una de las actividades urbanas más influyentes en la ordenación espacial y social de las ciudades. Como actividad claramente indisoluble al hecho urbano, ha tenido una gran capacidad para adaptarse a los cambios que las ciudades y la sociedad iban experimentando, por lo que se le puede otorgar a esta actividad un papel muy importante en la actual configuración de los espacios urbanos. (Espinosa, 2007)

En un artículo publicado en la revista DEARQ, revista de arquitectura, donde se habla sobre la actividad comercial y el espacio público urbano, se destaca que:

La actividad comercial ha sido históricamente, y sigue siendo hoy en día, una de las bases sobre las que se asienta la formación de la ciudad. Además de los criterios geográficos y defensivos, la mayor parte de los asentamientos urbanos ha surgido al calor de las necesidades y los intereses comerciales, las transacciones, los intercambios y el trueque de toda clase de bienes de consumo. (S. García, 2015)

La problemática es evidente, la mala administración de los equipamientos comerciales y la falta de mantenimiento, conllevan a una informalidad en el área central del cantón y la relación entre el equipamiento comercial urbano y el espacio público se deteriora con el paso del tiempo. Es por ello que esta investigación se encamina al análisis de estos espacios Urbano-Arquitectónicos para brindar posibles soluciones que beneficien a los comerciantes y a la comunidad en general.

Justificación académica

Enmarcados dentro de los objetivos de la Universidad San Gregorio de Portoviejo, en formar profesionales humanistas, el presente trabajo de titulación tiene como finalidad contribuir

al desarrollo de la sociedad, dentro de sus líneas de investigación mediante la academia, con aportes que beneficien a la comunidad y a las futuras generaciones.

Así lo expone el Art. 350 de la Constitución de la República del Ecuador (Const., 2008, art. 350), el cual señala que el Sistema de Educación Superior tiene como finalidad la formación académica y profesional con visión científica y humanista; la investigación científica y tecnológica; la innovación, promoción, desarrollo y difusión de los saberes y las culturas; la construcción de soluciones para los problemas del país, en relación con los objetivos del régimen de desarrollo.

Objetivos

Objetivo General

Analizar la Infraestructura Arquitectónica del Mercado Central del cantón Jipijapa, y su relación con el espacio público, a través de herramientas de investigación urbano-arquitectónicas, proporcionando soluciones ante la problemática presentada.

Objetivos específicos

- Realizar un análisis crítico-arquitectónico de la infraestructura del Mercado Central del cantón Jipijapa y su relación con el espacio público.
- Establecer un análisis cuantitativo y cualitativo de las actividades de comercio que se realizan en el Mercado Central del cantón Jipijapa y su entorno inmediato.
- Determinar el uso de suelo y las actividades en torno al Mercado Central del cantón Jipijapa, a través de relevamiento de planos de diagnóstico urbano.

Capítulo II

Marco Teórico

Antecedentes de la Investigación

Desde los inicios de las civilizaciones hasta la actualidad, el comercio ha sido uno de los agentes principales en el desarrollo social y económico de los pueblos y ciudades, donde lo público y lo privado, sea de los centros urbanos o sectores rurales como mercados de abastos o ferias libres, vinculan actividades ya sean productivas, agrícolas o todas aquellas relacionadas a una labor mercantil; tal como lo menciona el arquitecto Hernán Elguera en su artículo sobre las estrategias de formulación de los mercados de abasto:

Los mercados de abasto cumplen un importante papel histórico sociocultural, incluso en el desarrollo de las ciudades, donde la comercialización de alimentos cumple un papel vital en su sostenibilidad; conocemos sus orígenes en el espacio público, generando un espacio de socialización. (Elguera, 2018)

Si se habla de comercio y desarrollo socio-económico de las ciudades, la principal relación que se encuentra está en los mercados centrales de las urbes, ya que estos reúnen dichas características, son puntos comerciales que dinamizan las actividades económicas y que se vinculan en un entorno social, donde se involucra al espacio público como un articulador entre ellos. El arquitecto Sergio García hace una referencia sobre importancia de la incidencia social de estos equipamientos comerciales y el espacio público:

La ciudad es una experiencia colectiva e interactiva entre ciudadanos “verdaderos artífices de la ciudad” sobre un lugar con identidad propia. Cuando esa interacción se reduce solo a lo mercantil, no estaríamos haciendo otra cosa que crear un nuevo contenedor comercial virtual “sin formalización arquitectónica” sobre el espacio público. (S. García, 2015)

Muchas veces los equipamientos comerciales, específicamente los mercados centrales en el Ecuador, son catalogados como lugares descuidados y de poco aseo, por tal motivo los consumidores migran a otro tipo de comercio como los supermercados.

Marco Histórico

En una entrevista realizada el día Lunes 07 de diciembre del 2020 al Sr. Enrique Manuel Segovia Garcés, investigador y geógrafo del Cantón Jipijapa, relató los siguientes sucesos históricos:

Recordando la historia de nuestra ciudad a mediados del siglo XIX, es decir por los años de 1850, llegó a Jipijapa el señor Manuel San Lucas, oriundo de la población de Daule, el mismo que perteneció a una familia dedicada a la agricultura y al comercio de dicho lugar. Al llegar a nuestra localidad, se convierte en un personaje dedicado al comercio, tal como lo hacían sus respetables familias una vez que se radicó definitivamente en Jipijapa; formó su hogar muy honorable, y al haberse ganado el aprecio y consideración de toda la ciudadanía, por su talento y sus virtudes dentro de la sociedad a través de su comercio, fue un gran exportador de café, cacao, tagua, paja toquilla, entre otros productos agrícolas, en donde su centro comercial se convirtió en uno de los más importantes de la provincia de Manabí; además, ocupó elevados cargos públicos y en todos ellos hizo una labor loable, digna de admiración y de manera desinteresada y patriótica, dejando como recuerdo imperdurable de su memoria el bello palacio municipal y el centro de abastos, que fue construido con parte de los recursos económicos del municipio y de sus recursos personales, familiares y de amigos. Ambos edificios se los conoció hasta la década de los setenta del siglo XX; este ilustre ciudadano ejerció la presidencia del Municipio de Jipijapa, por primera vez el 30 de septiembre de 1879 hasta el 11 de octubre de 1879, ocupando

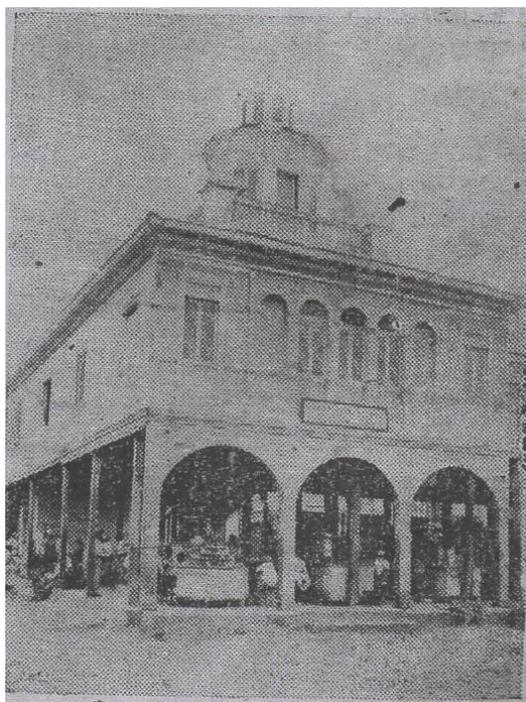
luego por 13 ocasiones más la presidencia, según consta en los archivos históricos de la Secretaría Municipal. Su último periodo fue del 20 de diciembre de 1904 al 28 de junio de 1905. Este edificio fue considerado como uno de los más emblemáticos e históricos de la provincia, como de igual manera otro construido a pocos metros del Municipio, que también era de su propiedad, el Liceo Daniel López, donde en los bajos funcionó el centro de abastos o mercado, tal como se muestra en las figuras 5 y 6. El edificio posteriormente fue demolido en su parte superior, dejando a la intemperie el centro de abasto, es decir, sin techo.

Figura 6

Palacio municipal de Jipijapa



Nota. Vista del palacio municipal de Jipijapa y de fondo el centro de abastos 1875. Fuente: Sr. Enrique Manuel Segovia Garcés, (2020).

Figura 7*Edificio de la Propiedad Municipal*

Nota. Vista del edificio de la propiedad municipal en cuyos altos funciona el Liceo de varones “Daniel López” y el cual estaba situado en la plaza principal de jipijapa 1875. Fuente: Sr. Enrique Manuel Segovia Garcés, (2020).

En el año de 1873, el concejo municipal de ese entonces presidido por el jefe político del cantón don Flavio García e integrado por los señores; Manuel Zavala, Adolfo H. Campozano, Manuel A. Pincay y Vicente Bermúdez, acordaron cubrir con hojas metálicas la escuela de niñas. Este local educativo fue consumido por las llamas en el terrible incendio ocurrido el 26 de octubre a las 3 de la tarde en el año de 1887, en ese periodo se ordenó poner las hojas metálicas a la plaza de abastos.

Figura 8*Centro de Abasto*

Nota. Central comercial que abasteció a el cantón 1965. Fuente: Sr. Enrique Manuel Segovia Garcés, (2020).

Centro de abasto que sirvió a la comunidad jipijapense hasta aproximadamente 1965. Muchas personas de la época aún lo recuerda, porque en los años sesenta laboraban prestigiosos comerciantes que fundaron la sociedad de abastecedores del Mercado Central de Jipijapa, allá por los años de 1938, siendo su primer presidente el Sr Gilberto Villacreses, tomando una nueva y principal aventura, los señores comerciantes se reunieron para que les construyan un nuevo mercado moderno y funcional, con el apoyo de la cámara de Comercio e Industrial de Jipijapa, que fue fundada el 29 de enero de 1939, siendo su primer presidente el Sr Marco Antonio Dueñas Mendoza y que posteriormente habría agregado en su gestión el Sr. Oswaldo Santana Bustamante como presidente de la Cámara de Comercio.

Los gestores verdaderos para su construcción fueron los ciudadanos jipijapenses que poseían sus locales comerciales dentro del centro de abastos, conocidos antes como mesones, siendo ello los señores; Claudio Norberto Morán PARRALES, nacido en el año de

1936 en esta ciudad de Jipijapa, Ricardo Morán Reyes, Ulbio Delgado Guerrero oriundo de Montecristi, radicado en Jipijapa, Cástulo Carvajal, Guale Menéndez, Salvador Pilay, Juan Chele, Néstor Gutiérrez, Obdulio Riofrío, Jonás Villafuerte, César Ross, Miguel Macías, José Osejo Bustamante, Pompeyo Pincay, Sra. Eugenia de López, Sra. Quenapallo, madre de la Sra. Delia Sumba; Saúl Carvajal, José Luzardo, Félix Castro, Sr. Carlos Chong, Sr. Salazar en los años de 1959. Según datos en aquella época fue presidente del municipio de Jipijapa el Sr. Luis Bustamante desde el 15 de diciembre de 1959 hasta el 15 de junio de 1960 y luego se encargó de la presidencia el Sr. Ricardo Looor Choez hasta el 25 de diciembre de 1960. Según los datos obtenidos por Don Claudio Morán Parrales, se manifiesta que el mercado quedó construido la parte alta del edificio con su respectiva escalera, quedando sin construirse la parte baja que era la prioridad, solo estaban habilitadas las columnas. La construcción final estuvo a cargo de los ingenieros Hnos. Morán de la ciudad de Guayaquil, de ninguna relación familiar con el presidente de la institución. Los comerciantes que deseaban tener su local tuvieron que efectuar los gastos para la adquisición de material para su construcción, incluyendo las puertas enrollables adquiridas en la fábrica “INTAGO” de la ciudad de Guayaquil, así como hierro para culminar las columnas que se requerían; es decir, el Municipio de Jipijapa nunca culminó este trabajo. Para el cobro de los arriendos se llegó a un acuerdo entre ambas partes, una mensualidad de cuarenta sucres. Desde aquella época han pasado varias administraciones y nunca han dado el apoyo necesario para el mantenimiento y cuidado respectivo; en la época del alcalde Teodoro Andrade Almeida, se subieron los valores de los arriendos mensuales con el objetivo de reconstruir una parte del mercado y colocar en el piso el material de “Ital piso”, pero nunca se cumplió. En la época del Alcalde Ing. Johnny Cañarte

Castillo solo se procedió a arreglar la cubierta. En lo que respecta a darle una mejor apariencia a la fachada, el mantenimiento de la pintura no solo la realizaba el municipio, los gastos y trabajos corrían por cuenta de todos los comerciantes del mercado central que no recibían el apoyo institucional.

En este mercado solo quedan comerciantes descendientes de la Sra. Olaya Córdova de Cañarte, Ulbio Delgado Guerrero, Cástulo Carvajal, José Luzardo, Félix Castro Gutiérrez, y los señores que todavía viven, Don Marcos Roberto Chunda Garcés, Don Cristóbal Pin y el gestor Don Claudio Morán Parrales. Los demás están descansando en la gloria de Dios, por haber servido en parte a su noble y altiva ciudad de Jipijapa, Sultana del Café.

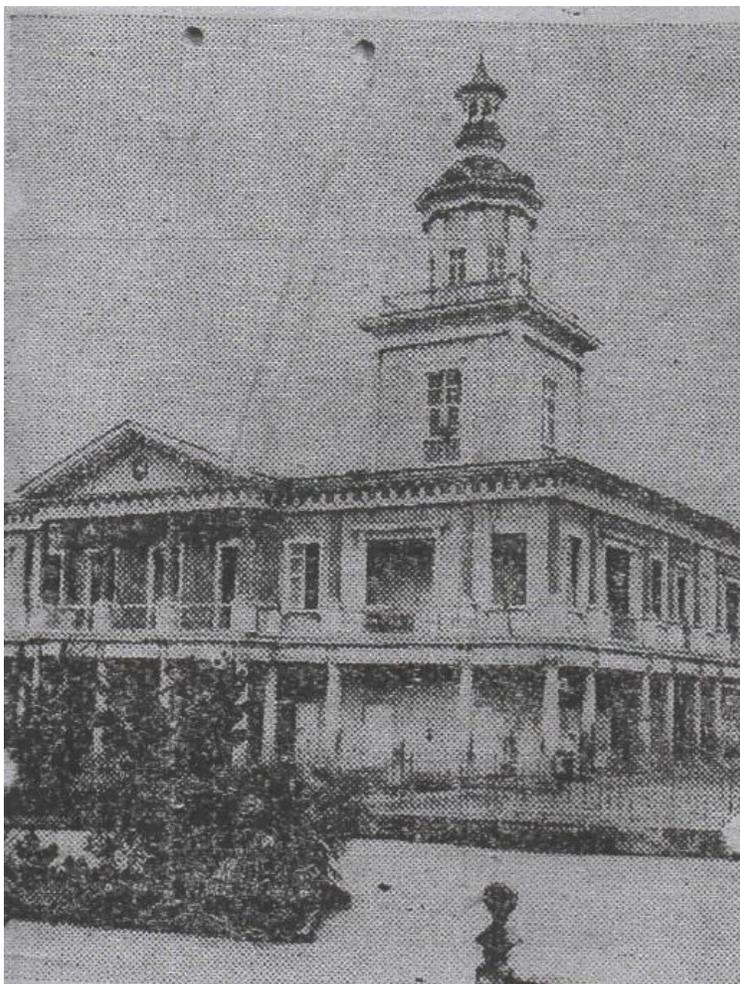
Figura 9

Mercado Central del Cantón Jipijapa



Nota. Actual mercado construido en el año de 1960 la planta alta y baja por los comerciantes.

Fuente: Sr. Enrique Manuel Segovia Garcés, (2020).

Figura 10*Palacio municipal de Jipijapa*

Nota. Este edificio de estilo moderno y presentación magnífica, es uno de los mejores edificios públicos con los que contaba la provincia de Manabí y fue construido por el patriota ciudadano Jipijapense, señor don Manuel San Lucas. Fuente: Sr. Enrique Manuel Segovia Garcés, (2020).

Marco Referencial

Dentro de la problemática en estudio, se encuentra un largo repertorio que deja en evidencia la importancia del buen estado de los equipamientos comerciales y su relación con el espacio

público, las consecuencias de las malas administraciones en estas edificaciones y las motivaciones de los comerciantes al recurrir en la informalidad.

Referencias nacionales

Los conflictos con los equipamientos comerciales y el espacio público se hacen presentes a nivel nacional, en la ciudad de Quito, suelen relacionarse muchas veces con lugares de inseguridad. Los barrios de El Carmen, La Victoria y La Ofelia son unos de los afectados por este tipo de conflicto social-urbano, el mercado de Cotocollao es uno de los menos atendidos. Estos conflictos generan que “los mercados se conviertan en lugares de degeneración urbana cuando en realidad al ser un equipamiento público deberían ser un punto seguro para el encuentro ciudadano” (Portalanza, 2018).

Desde el año 2014 en adelante la situación del terreno donde funciona la feria libre de La Ofelia no ha cambiado y sigue siendo ocupado por los feriantes tres días a la semana a pesar de la oposición de los vecinos y la preocupación municipal por el ornato y seguridad del sector de Cotocollao. (Martínez, 2014)

Figura 11

Feria Libre de la Ofelia



Nota. Comerciantes ambulantes en la feria libre del sector Cotocollao, Quito. Fuente: portal web Mapio (2020). <https://mapio.net/pic/p-30983109/>

Otro referente nacional es en la ciudad de Guayaquil, en el sector de La Bahía, donde históricamente grupos de comerciantes informales fueron reubicados y formalizados sobre la calle Colón hasta la calle Manabí. Este asentamiento comercial, que nace como comercio informal sobre el perímetro del Malecón Simón Bolívar, llegó a ser uno de los puntos referentes de comercio a nivel local y nacional, gracias a la intervención y el plan de reubicación y formalización. Sin embargo, en la actualidad, se siguen presentando problemáticas que involucran al espacio público, comerciantes informales se instalan en los alrededores del comercio formal, generando caos y conflictos entre los mercaderes. Entre las soluciones propuestas por las autoridades del cantón, se consideró reubicar a los comerciantes informales en una explanada para que realicen sus actividades comerciales sin que se generen conflictos ni se degrade el espacio público.

Figura 12

La Bahía Guayaquil



Nota. Comercio formal al interior de la Bahía. Fuente: diario El Comercio (2019).

<https://www.elcomercio.com/actualidad/navidad-aviva-comercio-bahia-guayaquil.html>

De igual manera, en el Mercado Central del cantón Jipijapa se ve reflejada la misma realidad, por un lado, la falta de cuidado y mantenimiento que reciben estos equipamientos comerciales y por otro, la informalidad que ocupa el espacio público. Esta última problemática ya fue atendida por las autoridades, reubicando a los comerciantes a sitios donde no interfieran con el espacio público y no afecte el comercio formal, sin embargo, la solución genera malestar y no se ha cubierto en su totalidad.

Referencias internacionales

A escala internacional se presentan diversos casos en donde los equipamientos comerciales no cuentan con la atención necesaria y esto influye en la realidad del espacio público.

Los mercados han sido elementos generadores de la ciudad europea y articuladores fundamentales de la vida urbana, puntos de conexión entre el mundo rural y el mundo urbano, espacios fundamentales de sociabilidad, intercambio y negociación. (Guardia, 2012)

Como referente internacional se encuentra el mercado de Santa Caterina, ubicado en Barcelona, España, fue inaugurado en 1848, una edificación que se acerca a los 175 años, el segundo mercado más antiguo de la ciudad. En 1998 se efectuó su primera remodelación, la cual culminó en el año 2005 cuando fue reinaugurado. La reapertura con el moderno mercado trajo consigo la inversión y la reactivación económica local.

Figura 13

Mercado de Santa Caterina



Nota. Imagen del mercado después de la reinauguración del 2005. Fuente: portal web Ok Apartament Barcelona (2020).

https://www.barcelonacheckin.com/es/r/guia_barcelona/mercados/mercado-santa-caterina-barcelona.php

Otro referente internacional es el Mercado de Abastos del Barrio Balvanera, ubicado en el centro histórico de Buenos Aires, Argentina. El mercado fue inaugurado en 1934 cerca de la zona portuaria comercial. En 1984 cerró sus puertas y fue trasladado a las periferias de la provincia, lo cual generó la pérdida de la potencia comercial y económica del sector. En 1999 el antiguo edificio donde se encontraba el mercado fue remodelado para convertirse en un centro comercial.

La falta de inversiones, tanto en el mercado como en el barrio, así como la apuesta municipal por un tipo de comercio más disperso, marcaron el declive de un área histórica de la ciudad que ni siquiera con la apertura del actual “Shopping del Abasto”, bastantes años más tarde, ha visto paliar su decadencia. (Medina, 2013)

Figura 14*Centro Comercial Abasto*

Nota. Imagen del ex mercado de abastos de la ciudad de Buenos Aires regenerado. Fuente: revista digital El Abasto (2019). <https://www.revistaelabasto.com.ar/aniversario-de-balvanera-y-guerra-de-malvinas-en-la-sede-comunal-3-parque-de-la-estacion-y-plaza-miserere/>

La propuesta de reubicar el Mercado Central del cantón Jipijapa ha sido frecuente, un nuevo mercado en las afueras de la ciudad parecería la solución más eficiente ante la problemática, sin embargo, tomando como ejemplo los referentes internacionales, se muestra la relevancia que tienen estos equipamientos dentro del tejido urbano, y específicamente en el sector donde se asienta.

La ubicación de los mercados en el tejido urbano de la ciudad es fundamental para entender las conexiones que pueden surgir con los elementos urbanos, constituyendo un nodo de carácter urbano y comercial que ha sido esencial desde la época medieval. (Flores, 2019)

Marco Conceptual

Equipamiento urbano-comercial

Según el arquitecto Guillermo Cortés, en su artículo sobre el equipamiento urbano, publicado en la revista Rizoma, se apunta sobre la gran importancia del equipamiento:

El equipamiento urbano determina los desplazamientos de muchas actividades cotidianas de la población, por lo cual su ubicación estratégica es de mayor importancia para acortarlos ... Prácticamente todas las necesidades ciudadanas son atendidas por el equipamiento urbano público o privado correspondiente. Son de diversos tipos, dependiendo de su ubicación y mixtura. El más tradicional es el de los centros de las cabeceras de los municipios que constituyen una zona conurbada, en donde predominan las funciones administrativa, recreativa, cultural, comercial y de culto. Otros están constituidos por grandes y medianos centros comerciales y recreativos, generalmente ubicados cerca de la convergencia de vías de comunicación importantes de la semi-periferia. Por otra parte, los centros de educación media y superior, clínicas y hospitales, centros recreativos o deportivos aislados y los parques medianos. Finalmente, los equipamientos comerciales y de servicios diversos a lo largo de algunas arterias principales. (Cortés, 2008)

Los Mercados

El doctor en antropología Francesc Medina, en su artículo donde realiza una comparación entre casos de mercados y el espacio público, menciona lo siguiente:

Los mercados son espacios comerciales de carácter universal. Son lugares donde se compra y se vende en pequeñas cantidades, principalmente alimentos, aunque no únicamente. El mercado es, además, el lugar privilegiado y simbólico para el producto fresco. Dispuestas

de manera visual y visible, las mercancías se exponen a los ojos del comprador o del visitante, ofreciendo toda una gama de colores y texturas, de aromas y olores penetrantes. (Medina, 2013)

El arquitecto Mauricio Cabas, en su artículo sobre el mercado público como elemento regenerador urbano de la ciudad, hace referencia a la importancia de la ubicación de estos equipamientos e indica lo siguiente:

Los mercados deben tener una localización aceptable tanto para vendedores como para compradores ... Se conocen muchos ejemplos de nuevos mercados que han sido construidos con ubicación inadecuada y nunca han sido usados. Sitios de mercado existentes, o lugares en donde compradores y vendedores se encuentran de manera informal (verbi gratia un lote de terreno al borde de la carretera), son generalmente, los mejores lugares para construir nuevos mercados porque son, con toda claridad, los sitios preferidos por los usuarios. (Cabas, 2019)

Clasificación de los mercados

Según su función

El arquitecto Leonardo García en su publicación sobre el Manual Elemental de Servicios Municipales, detalla la siguiente clasificación:

Mercado mayorista. Los mercados mayoristas tienen una función central en el acopio y la distribución al por mayor de alimentos y cuentan con una infraestructura que permite concentrar grandes volúmenes de productos en condiciones sanitarias y de inocuidad adecuadas. Los productos que llegan del productor al mayorista, por lo general mediante un intermediario, se revenden a consumidores intermedios (hoteles, restaurantes, etc.), a intermediarios, o, en algunos casos, a consumidores finales. (IICA, 2018)

Mercado minorista o detallista. Los mercados minoristas tienen la ventaja de generar un contacto más cercano y personal con los consumidores, y esto, para un vendedor con buena atención al cliente, puede llevar a lograr una buena reputación y la fidelización del cliente. Resaltan por tener bajo volumen de ventas. Son mercados en los que se venden los productos al por menor, es decir, en pequeñas cantidades, al consumidor final; incluyen supermercados, hipermercados, etc. (IICA, 2018)

Mercado tipo feria. Son lugares abiertos de comercialización, ocupados por los comerciantes, en su interior se distribuyen los puestos con diferentes grados de organización por concesión municipal, o por “toma” del espacio. En las ferias consideradas por el Municipio como “legales”, los usuarios pagan tarifas siempre inferiores a las de los mercados fijos; en las “ilegales” no se paga tarifa alguna. (Cazamajor, 1984)

Mercados especializados, supermercados. Un caso particular de mercados minoristas son las cadenas supermercadistas. Para los pequeños productores, aún asociados, suele resultar complicado sostener la gestión con estas cadenas, debido a que ellas cuentan con mucho poder de negociación, lo cual les permite imponer determinadas condiciones que suelen ser desventajosas: requieren altos volúmenes, el plazo de pago es largo, el productor cubre las pérdidas de producto por manejo y, principalmente, suelen tener criterios de calidad rigurosos de los productos frutihortícolas ... Aunque venden al detalle, los supermercados se comportan más como mercados mayoristas, porque realizan compras por volúmenes para negociar precios más bajos. (IICA, 2018)

Según su ubicación

Mercado urbano. Los mercados urbanos son, por lo general, de tipo detallista, donde la mayoría de los clientes o compradores son peatones y tienen su residencia a pocas cuadras, por esto las municipalidades deben estudiar la ubicación de tales instalaciones en lugares apropiados. La demanda y el tamaño de la ciudad determinarán la necesidad de establecer, posiblemente, más de un mercado minorista en la misma ciudad. También son mercados urbanos los establecimientos que tienen una mayor categoría, tales como los mercados centrales, los mercados de mayoreo y otro tipo de establecimientos semejantes, como los supermercados. (L. García, 2003)

Mercado rural. Los mercados rurales, por la situación, el entorno, las condiciones económicas y otros factores como la capacidad adquisitiva de los compradores, son mercados que tienen un nivel de especialización tal, que se caracterizan por ofrecer principalmente productos de primera necesidad ... La forma de comercializar puede ser la misma que la de los mercados urbanos o detallistas, pero en algunos casos existen formas tradicionales de compra y venta como intercambio de productos o trueque, lo que depende en gran medida de las costumbres de los pueblos. (L. García, 2003)

Según su situación geográfica

El arquitecto Alfredo Plazola, en su Enciclopedia de Arquitectura, hace referencia a la siguiente clasificación:

Mercado de barrio. Es el sitio donde se venden y se compran productos de consumo, su amplitud geográfica depende en gran parte de la naturaleza del producto, ya sean bienes instrumentales o bienes de consumo. Satisface las necesidades de las personas en cualquier nivel socio económico. (Plazola, 1994)

Mercado local. Es el que surte las demandas básicas de consumo diarios; en él se pueden seleccionar los alimentos. Como herencia de los mercados del pasado existe el diálogo entre comprador y vendedor por medio de regateo. (Plazola, 1994)

Mercado municipal o central. Es propiedad del gobierno, el cual renta o vende los locales del equipamiento. Para su construcción se estudian las áreas para resolver las necesidades de los vendedores y compradores mediante instalaciones adecuadas. Los vendedores típicos se dedican a la venta de verduras, frutas, abarrotes en general, etc. (Plazola, 1994)

Mercado zonal o regional. Es el que abastece a una zona en un radio de 1km; su tipo de venta es básicamente al menudeo, y cuenta con los siguientes giros principales: abarrotes y semillas, aves vivas, carnicerías, frutas, verduras, artículos de aseo del hogar, etc. (Plazola, 1994)

Mercado nacional. Por la variedad o exclusividad donde la comercialización de sus productos y su influencia se extiende por el territorio de un país. (Plazola, 1994)

Mercado internacional. Son aquellos que traspasan las fronteras de una nación y su venta se extiende a otros países. (Plazola, 1994)

El comercio

Eduardo Vélez, en su tesis sobre el comercio, donde habla sobre el comercio minorista y comercio mayorista, señala que:

Se denomina comercio a la actividad socioeconómica consistente en la compra y venta de bienes, sea para su uso, para su venta o para su transformación. Es el cambio o transacción de algo a cambio de otra cosa de igual valor. Por actividades comerciales o industriales entendemos tanto intercambio de bienes o de servicios que se afectan a través de un mercader o comerciante. (Vélez, 2008)

Según el Lic. Freddy Del Castillo, docente en la facultad de ciencias económicas, financieras y administrativas de la Universidad Técnica de Oruro; Bolivia, “una de las características del comercio es que se divide en dos ramas básicas: comercio formal y comercio informal” (Del Castillo, 2015).

El comercio formal

El Lic. Freddy Del Castillo, en su informe sobre la economía en Bolivia, explica el comercio formal como:

Aquel que se rige bajo las normas de comercio del país en donde se efectúa, por lo cual se ampara en los estatutos legales vigentes. El comercio formal requiere de reglas más claras y más justas para desarrollar su actividad. Es aquel que está registrado ante las autoridades y que reportan sus movimientos económicos. Pueden ser personas físicas o morales con actividad empresarial y que cuentan con un local comercial, una marca y una razón social o nombre. (Del Castillo, 2015)

El comercio informal

La economista Sara Ochoa, en su informe sobre la economía informal, menciona lo siguiente:

Para definir el comercio informal se hace especial hincapié en las condiciones laborales de la población. Lo importante en este enfoque es que existe un déficit de trabajo decente, esto es, en condiciones aceptables que puede asemejarse a lo que se llama empleo protegido. Por su parte, el empleo no protegido es la condición en la que se encuentran los trabajadores que no cuentan con seguridad social, servicios de salud u otras prestaciones. En esta visión del comercio informal no importa si las personas están laborando para empresas formales, sino que las relaciones de empleo sean informales. Este tema es de importancia en el

comercio informal puesto que las relaciones de empleo que se generan son en su gran mayoría empleos no protegidos. (Ochoa, 2004)

El arquitecto Sergio García advierte las características del comercio informal:

El comercio espontáneo e irregular ofrecido por todo tipo de vendedores callejeros representa la forma más primaria de explotación del potencial comercial del espacio público. Su ubicación se mueve por criterios de movilidad y afluencia de potenciales clientes: calles comerciales, paseos turísticos, alrededores de mercadillos regulares o entradas y accesos a mercados públicos tradicionales en el que las personas adaptan y transforman el espacio público según estos usos espontáneos. (S. García, 2015)

Según José María Chemes, en su informe sobre la economía y el comercio informal, “para entender el universo de lo que denominamos comercio informal, intentaremos una descripción previa de las modalidades que típicamente lo representan” (Chemes & Etchevarría, 2018).

Vendedores ambulantes. El comercio ambulante es tal vez la forma más primitiva de comerciar. En la actualidad esta actividad está ligada a situaciones de marginalidad cuyas causas pueden ser económicas, culturales y de legislación.

Estos pueden ser:

Itinerante. Los vendedores itinerantes recorren las calles con una pequeña cantidad de mercadería, no tienen capital ni crédito, por lo que sus operaciones son de pequeña cuantía y solo al contado.

Lugar fijo. La instalación en un lugar de la vía pública implica que el vendedor ha identificado un punto donde desarrollar su actividad en forma más favorable.

Asentamientos, ferias y mercados informales. Las limitaciones que la vía pública impone a los ambulantes llevan a estos a la búsqueda de alternativas que le permitan su

abandono. Estas limitaciones vienen dadas, fundamentalmente, por la falta de seguridad de los “derechos de dominio”, la baja productividad de la actividad originada en la diversificación necesaria dada la escala pequeña de las operaciones. La precariedad de sus instalaciones y su carácter transitorio le impide añadir servicios a sus clientes, por ejemplo, venta a crédito o reparaciones.

El espacio público

Sergio León, autor del artículo acerca de conceptos de espacio público, publicado en la revista EURE, resalta lo siguiente:

El espacio público de la ciudad, las áreas requeridas para la circulación, tanto peatonal como vehicular, las áreas para la recreación pública, activa o pasiva, para la seguridad y tranquilidad ciudadana, las franjas de retiro de las edificaciones sobre las vías, fuentes de agua, parques, plazas, zonas verdes y similares, las necesarias para la instalación y mantenimiento de los servicios públicos básicos, la instalación y uso de los elementos constitutivos del amoblamiento urbano en todas sus expresiones, para la preservación de las obras de interés público y de los elementos históricos, culturales, religiosos, recreativos y artísticos, para la conservación y preservación del paisaje y los elementos naturales del entorno de la ciudad, los necesarios para la preservación y conservación de las playas marinas y fluviales, los terrenos de bajamar, así como sus elementos vegetativos, arenas y corales y, en general, por las zonas existentes o debidamente proyectadas en las que el interés colectivo sea manifiesto y conveniente y que constituyan por consiguiente zonas para el uso y disfrute colectivo. (León, 1998)

Los mercados centrales y su relación con el espacio público

La doctora Ana Espinosa hace referencia a los cambios del espacio público ante la demanda comercial y manifiesta lo siguiente:

La complejidad que ha ido adquiriendo el modelo de distribución comercial en las economías de mercado en las últimas décadas ha motivado un cambio en las estrategias seguidas por las empresas del sector a todas las escalas, pero sobre todo ha supuesto una transformación espacial de los tradicionales espacios comerciales urbanos, de los propios establecimientos, e incluso de los productos o bienes de consumo. (Espinosa, 2007)

El arquitecto Sergio García informa sobre la relación que existe entre los equipamientos comerciales y las actividades en el espacio público y acota lo siguiente:

Los pequeños puestos de venta dispuestos en los espacios públicos “fundamentalmente calles y plazas” producen un intercambio comercial generador de una intensa actividad social que facilita el encuentro ciudadano. Esta es, precisamente, una de las más elogiadas características propias de la cultura urbana mediterránea. La combinación compacta de actividades heterogéneas contribuye a potenciar el intercambio y los flujos urbanos. En ese sentido, el comercio ha sido y continúa siendo una de las actividades que ha dado mayor sentido al espacio público urbano. (S. García, 2015)

Crítica arquitectónica

Según el arquitecto Antonio Miranda, la crítica “procedente del estudio de la coherencia de una obra en relación a una teoría previa, en relación a una serie de edificios considerados paradigmáticos, se convierte en comprobación de las condiciones de acercamiento de una obra a una verdad establecida” (Antonio et al., 2011).

El Lic. Fernando López al referirse sobre la crítica arquitectónica en su artículo menciona lo siguiente:

La crítica arquitectónica debe profundizarse hasta ampliar la visión que cuestiona los aspectos formales de la misma y extenderse hacia una visión más honda, al transitar a la arquitectura crítica. Una arquitectura crítica es consciente de sus implicaciones sociales, es capaz de leer el contexto en el que se inserta y cuida los aspectos urbanos, ecológicos y sociales, al hacer uso de las últimas tecnologías y elaborar presupuestos accesibles que permitan consolidar proyectos duraderos y efímeros con una clara significación y utilidad, en busca del equilibrio entre sus diferentes componentes y siguiendo las normas, pero cuestionándolas cuando sean obsoletas. Ésta es una labor de mucho tiempo, pero con alcances a corto y mediano plazos. (F. López, 2016)

Diagnóstico urbano

El licenciado Fernando López, docente en la facultad de arquitectura en la Universidad Nacional Autónoma de México, en su artículo sobre arquitectura, investigación y crítica, menciona lo siguiente:

Es un análisis que involucra reflexionar sobre la información dentro de la población en la que se realizará un trabajo y que incluye la obtención de elementos fotográfico-aéreos, cartografías de terreno y condiciones naturales, planos urbanos que muestren los elementos de dibujo, condiciones de vivienda, infraestructura, servicios, viabilidad, elementos socioeconómicos, marco jurídico-normativo, elementos socioculturales, diagnóstico ambiental. (F. López, 2016)

Marco Legal

Dentro del marco normativo internacional que regula las disposiciones para el espacio público, se hace referencia a la política de espacios públicos físico y la venta informal en Bogotá, en su Decreto 215 de 2005, Plan Maestro de Espacio Público menciona lo siguiente:

La política integral del espacio público físico, abordada como expresión de la aplicación del derecho a la ciudad, a la amplitud y a la complejidad de este atributo urbano, se basa en la generación, construcción, recuperación y mantenimiento del espacio público, tendientes a aumentar el índice de espacio público físico por habitante, los espacios de gestión social, su aprovechamiento económico, su calidad física y su contenido cultural y recreativo. (Delgado et al., 2008)

La Nueva Agenda Urbana aprobada en la Conferencia de las Naciones Unidas sobre la Vivienda y el Desarrollo Urbano Sostenible (Hábitat III) celebrada en Quito, Ecuador, el 20 de octubre de 2016, detalla en su planificación y gestión del desarrollo espacial urbano lo siguiente:

Apoyaremos la aplicación de políticas y planes de ordenación territorial integrados, policéntricos y equilibrados, alentando la cooperación y el apoyo recíproco entre ciudades y asentamientos humanos de diferentes escalas, fortaleciendo la función de las ciudades y localidades de tamaños pequeño e intermedio en la mejora de los sistemas de seguridad alimentaria y nutrición, proporcionando acceso a servicios, infraestructuras y viviendas sostenibles, asequibles, adecuadas, resilientes y seguras, facilitando vínculos comerciales eficaces en todo el espacio continuo entre zonas urbanas y rurales, y garantizando que los pequeños agricultores y pescadores estén asociados a mercados y cadenas de valor locales, subnacionales, nacionales, regionales y mundiales. Apoyaremos también la producción agropecuaria en las zonas urbanas, así como la producción y el consumo responsable, local

y sostenible y las interacciones sociales, mediante el establecimiento de redes propicias y accesibles de comercio y mercados locales como opción para contribuir a la sostenibilidad y la seguridad alimentaria. (Naciones Unidas, 2017)

Bajo lo estipulado en las normativas locales del cantón Jipijapa, se toman en consideración las siguientes ordenanzas con sus respectivos artículos:

- Ordenanza que regula la vía pública del cantón Jipijapa. (Consejo Municipal de Jipijapa, 1988)
 - Art. 1.- Se entiende como vía pública las calles, plazas, parques, pasajes, soportales, aceras, parterres y todos los lugares de posible tránsito y sus anexos; así como los caminos y carreteras que comunican a las poblaciones del cantón hasta seis metros a cada costado de la superficie de rodadura.
 - Art. 13.- Puestos que pueden ocupar la vía pública:
 - Fijos. – Se considerarán como puestos fijos a los kioscos instalados de conformidad con esta ordenanza y con la ordenanza de ornato y fábrica, los espacios ocupados en los soportales y aceras, o mesas y sillas de salones, restaurantes y bares, así como espacios ocupados por vitrinas y exposición de artículos, y los que se utilizan para descargar, secar, embalar y empacar productos agrícolas.
 - Puestos temporales. – Son puestos temporales los que se instalan periódicamente con motivo de determinadas fechas como navidad, carnaval, día de los difuntos, 8 de enero, 10 de agosto, 8 y 24 de septiembre, 15 de octubre, para la venta de artículos propicios para tales fechas.

- Puestos ocasionales. – Son aquellos que no revisten el carácter periódico y que se instalan por motivos especiales, como utilización de materiales de construcción para edificaciones.
- Art. 22. – Medidas máximas: las medidas máximas para la ocupación de la vía pública son:
 - Kioscos 2.00m de largo por 2.00m de ancho y 2.50m de alto.
 - Cajón para refrescos y batidos de frutas de 5.00m de largo por 1.00m alto.
 - Vitrina para venta de frutas y otra mercadería, 1.20m de largo por 1.60m de ancho y 1.50m de alto.
 - Vitrinas para exhibición de mercadería entre columnas o estantes, 2.00m de largo por 0.60m de ancho de 1.20m de alto.
 - Carretillas para la venta, 1.60m de largo por 1.00m de ancho.
- Art. 28. – Prohibición de vendedores ambulantes: los vendedores ambulantes no podrán estacionarse en ningún lugar por más tiempo que el indispensable para efectuar una venta.
- La ordenanza para la creación de la unidad de gestión, control y regulación de mercados municipales y ferias libres en el cantón Jipijapa. (Gobierno Autonomo Descentralizado del Canton Jipijapa, 2016)

Capitulo II

- Art. 8.- Arrendamiento. - Sin excepción de ninguna naturaleza, los locales comerciales existentes en los mercados municipales y demás inmuebles, serán entregados bajo la modalidad de contratos de arrendamientos anuales legalmente celebrados.

- Art. 12.- Obligatoriedad del arrendatario. - Es obligatorio de los arrendatarios mantener limpio su local, para lo cual colocarán un recipiente donde se clasificarán los tipos de desechos sólidos, orgánicos e inorgánicos.
- Art. 13.- Prohibición de transparencia. - El local entregado en arriendo es de carácter personal e intransferible, podrá permanecer cerrado durante la jornada comercial o como bodega.
- Art. 14.- Prohibición de duplicidad de arriendo y excepción. - Ningún comerciante podrá tener arriendo más de un local comercial, excepto cuando este sea pequeño e incómodo para la actividad comercial que ejerce y que deberá constar en el contrato de arriendo, y que previo informe favorable de la Unidad de Gestión, Control y Regulación de Mercados Municipales y Ferias Libres, se le asignará máximo dos tiendas contiguas, debiendo cancelar el canon de arriendo de cada local comercial.

Capítulo III

- Art. 16. Locales cerrados o abandonados.- Cuando un local comercial permanezca cerrado o abandonado por un lapso mayor de ocho días sin que el arrendatario haya solicitado permiso, dicho local se considerará disponible, en este caso el responsable de la Unidad de Gestión Control y regulación de Mercados Municipal y Ferias Libres, el comisario municipal competente y la asistencia de la policía, abrirá el local e inventariarán la mercadería y enceres que hubieran en él, actuando como testigo legal un notario público, para el desahucio respectivo de conformidad con la ley. El responsable de la Unidad de Gestión, Control y Regulación de Mercados Municipales y Ferias Libres, guardará bajo su responsabilidad y custodia los bienes del inventario y desahucio previo a un acta con intervención de un notario

público. En caso de no ser reclamada la mercadería y los bienes en el plazo de ocho días, se dispondrá el remate con las formalidades de ley, el producto del remate se depositará en la Tesorería Municipal para que el arrendatario o quien justifique tener derecho, retire el respectivo valor, deduciendo las pensiones de arriendo pendientes y el 25% por concepto de indemnización a la Municipalidad.

- Art. 20.- Evaluación de locales comerciales. -Concédase ocho días a partir de la aprobación en segundo y definitivo debate, la ordenanza de creación de la Unidad de Gestión, Control y Regulación de Mercados Municipales y ferias libres del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Jipijapa, para la evaluación y desocupación inmediata de tiendas o locales de propiedad municipal que están ocupadas bajo contrato de arriendo de forma expresa o tácita a favor de personas naturales o jurídicas, que afecten los ingresos fiscales de la municipalidad, que contravengan el propósito y funciones de los mercados, que ni cumplan con el objetivo del contrato y con los estipulados en los artículos 12 y 13 de la presente ordenanza, para lo cual se faculta al responsable de la Unidad y al Procurador Síndico Municipal, para que de forma conjunta hagan cumplir lo estipulado en esta normativa, apoyando por el comisario municipal de espacio y servicios públicos y con el concurso de la fuerza pública de ser necesario.
- Art. 21.- Deterioro o daños en la infraestructura. – Para garantizar el buen uso de locales arrendados y precautelar los bienes municipales sobre posibles deterioros que se ocasionaren en un local comercial o puestos en el mercado, los arrendatarios se responsabilizarán y comprometerán a cubrir todos los costos que demanden la reparación de las zonas en donde hubieren causado desperfectos, al suscribir el

contrato existirá una cláusula que determine lo señalado. Personal Técnico del Gad Municipal Jipijapa evaluará y cuantificarán los daños ocasionados y se emitirán el respectivo título de crédito para su cobro inmediato.

Capitulo IX

- Art. 58.- lugar, día y horario. - Las ferias libres funcionarán en los lugares y días que determinen las autoridades señaladas en el art 1 de esta ordenanza, en un horario de 05h00 hasta las 17h00.
- Art. 59.- Espacios para las ferias libres. - La ubicación de las ferias de comercio serán en los lugares específicos que se señalaren para el efecto, debiendo dejarse suficientes espacios para la libre circulación de las personas.
- Art. 63.- Vendedores ambulantes. - Se prohíbe la presencia de vendedores ambulantes al interior del mercado municipal, quienes en caso de incumplimiento serán sancionados con el retiro de la mercancía.

Los equipamientos comerciales y el espacio público se encuentran protegidos por normativas tanto internacionales, nacionales y locales, es competencia de los entes administrativos hacer prevalecer el cumplimiento de estas. Sin embargo, la fuerza social que ejercen las comunidades muchas veces son un factor de declive ante estas normativas, muchas de estas no han sido reformadas y no se ajustan a la realidad que se vive en la actualidad. Por lo tanto, los equipamientos comerciales y el espacio público seguirán siendo perjudicados ante la falta de normativas actualizadas y de su cumplimiento.

Capítulo III

Marco Metodológico

Nivel de investigación

El nivel de investigación será de tipo explicativa, ya que mediante este método indaga las causas del comercio informal y el mal uso del espacio público, al igual que el estudio de los efectos que genera el mal estado del Mercado Central del cantón Jipijapa.

Diseño de investigación

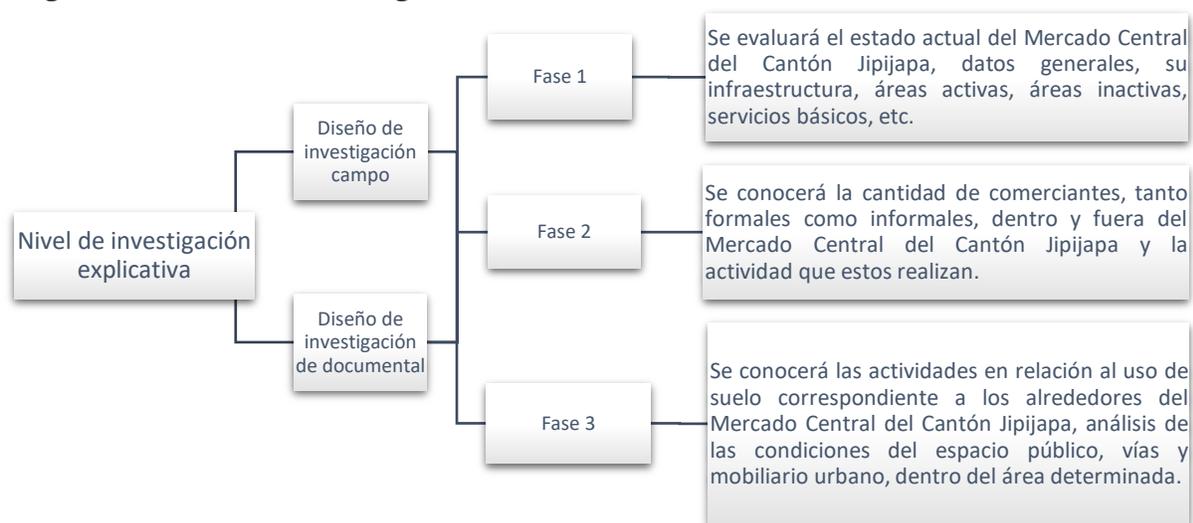
Tipos de investigación

Investigación de campo: obtención de datos e información mediante mecanismos de recolección en campo.

Investigación documental: recolección de información mediante citas a análisis previos o antecedentes bibliográficos.

Figura 15

Diagrama de Diseño de Investigación



Nota. Esquema elaborado por los autores del análisis, (2020).

Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Las técnicas a utilizar la para la obtención y recolección de datos serán las siguientes:

Ficha de observación técnica

Según un artículo publicado en la revista Xihmai, por los Lic. Guillermo Campos y Nallely Lule, se refieren a la observación como una técnica de estudio, la cual:

Es la forma más sistematizada y lógica para el registro visual y verificable de lo que se pretende conocer; es decir, es captar de la manera más objetiva posible, lo que ocurre en el mundo real, ya sea para describirlo, analizarlo o explicarlo desde una perspectiva científica. (Campos & Lule, 2012)

El Instituto Nacional de Estadística y Censo del Ecuador [INEC], en su informe sobre las Fichas Técnicas de Bienes y Servicios, publica lo siguiente:

La ficha técnica es un documento en forma de sumario que contiene la descripción de las características de un objeto, material, proceso o programa de manera detallada. Los contenidos varían dependiendo del bien, servicio o entidad descrita, pero en general suele contener datos como el nombre, características físicas, el modo de uso o elaboración, propiedades distintivas y especificaciones técnicas. (INEC, 2012)

Este tipo de técnica es aplicada a nivel nacional e internacional; el Ayuntamiento de Zaragoza, España, utiliza fichas técnicas en la Inspección Técnica de Edificaciones [ITE], la cual “es una Inspección obligatoria y periódica por el que deben pasar todos los edificios de más de 50 años, con el fin de garantizar su seguridad” (Ayuntamiento de Zaragoza, n.d.)

El Instituto Nacional de Patrimonio y Cultura del Ecuador [INPC] en su instructivo para fichas de inventario, informa que “la estructura de las fichas responde a los requerimientos de información de cada uno de los bienes” (INPC, 2011). Por lo tanto, mediante una visita de

observación en campo se tomará en consideración una descripción general del inmueble, su ubicación, datos técnicos, su relación con el entorno y un registro fotográfico. Este tipo de recolección de datos permite conocer el estado de las edificaciones construidas, sus características, materiales, detalles, infraestructura, etc.

La importancia de obtener información propicia, se basa en la realización de una ficha de observación con alcance a la crítica-arquitectónica, en donde se acogerán aspectos relevantes del Mercado Central del Cantón Jipijapa, que fortalecen al primer objetivo en particular, que se ha propuesto en el presente análisis de caso.

Para la estructuración de la ficha de observación se utilizarán parámetros proporcionados de dos autores del artículo de investigación suscrito por Jorge Mario López Pérez, sobre crítica y valoración de la arquitectura moderna, el método de Roberto Segre Prando e Ileana María Cárdenas Sánchez, del cual plantea en su introducción:

Se toma de referencia el trabajo de ellos porque organizaron y desarrollaron de forma congruente varios pasos que exige la crítica de la arquitectura, sin caer meramente en reflexiones o un limitado procedimiento lo cual marca la diferencia con otros autores y que se evidencia fundamentalmente en las obras *Crítica arquitectónica* y *Problemas de Teoría de la Arquitectura*. (J. López, 2016)

El segundo autor que se tomará como referencia para la conformación de la ficha de observación, es del tema *Análisis y Crítica en la Arquitectura*, elaborado por la Universidad Católica del Ecuador de Ibarra, del quien se han vinculados parámetros relacionados con el primer autor, para llegar a una elaboración de ficha de observación clara.

Para la ponderación del estado del equipamiento se tomarán como referencia los principios básicos de diseño para mercados que aborda el Arq. Alfredo Plazola en su Enciclopedia de Arquitectura.

Cabe recalcar que, para la ejecución de la ficha de observación, se hará levantamiento de la obra construida, a través de planos, bocetos y fotografías del Mercado Central del Cantón, para obtener información clara del equipamiento, y a la vez, establecer una crítica-arquitectónica coherente.

Para realizar el análisis crítico de una obra, evidentemente es necesario obtener información y datos a través de documentos, planos, bocetos, maquetas, fotografías, visitas al caso de estudio, entrevistas con los autores, propietarios o inversionistas y vecinos. Asimismo, será beneficioso vivir el espacio y recorrerlo, para tener un acercamiento fiel a la realidad ... De esta manera, el crítico tiene bases sólidas no especulativas para su labor, hallándolas en los documentos y el trabajo de campo para posteriormente procesarlas. (J. López, 2016)

Figura 16

Diseño de Ficha de observación técnica



CARRERA DE ARQUITECTURA		
Ficha Técnica de Observación		
Determinación del Sistema de Estudio		
Aspectos Generales		
Equipamiento:		Plano de Ubicación:
Provincia:		
Cantón:		
Cód. Catastral:		
Área:		
Perímetro:		
Año de Construcción:		
N.º de Pisos		
Altura de Pisos:		
Tipo de Escalera:		
N.º de Ingresos		Dirección:
Análisis de los factores condicionantes		
Circunstancias Generales		
Región	Zona	Ciudad
Factores Sociales		
Factores Políticos- Jurídicos		
Factores Ideológicos		
Condicionantes Tecnológicos		
Sistema Constructivo	Materia Prima	Equipo de Climatización
Políticas de Mantenimientos y Costos		

Análisis interno del sistema de estudio		
Códigos Funcionales		
Organización Espacial:		
Tipo de Organización	Circulaciones	Acceso
Organización Central <input type="checkbox"/>	Circulación Lineal <input type="checkbox"/>	Enrasados <input type="checkbox"/>
Organización Lineal <input type="checkbox"/>	Circulación Radial <input type="checkbox"/>	Adelantados <input type="checkbox"/>
Organización Agrupada <input type="checkbox"/>	Circulación Espiral <input type="checkbox"/>	Retrasados <input type="checkbox"/>
Organización Radial <input type="checkbox"/>	Circulación en Trama <input type="checkbox"/>	
Organización en Trama <input type="checkbox"/>	Circulación Rectangular <input type="checkbox"/>	
	Aproximaciones	Área de Manzana
	Aproximación Frontal <input type="checkbox"/>	
	Aproximación Oblicua <input type="checkbox"/>	
	Aproximación Espiral <input type="checkbox"/>	
		Área de Construcción
Dimensionamiento de equipamiento	Relación entre actividad y equipamiento	Ubicación de Ingresos
Jerarquías y Núcleos:		
Relación función-forma		
Articulación entre espacios		
Códigos espacio-ambientales		
Orientación del Equipamiento	Tipo de Ventilación	Tipo de Iluminación
	Ventilación Mecánica <input type="checkbox"/>	Iluminación Natural <input type="checkbox"/>
	Ventilación Natural <input type="checkbox"/>	Iluminación Artificial <input type="checkbox"/>
	Tipos de Ventilación Natural	Sistema de Iluminación
	Natural Cruzada <input type="checkbox"/>	Iluminación Directa <input type="checkbox"/>
	Natural Inducida <input type="checkbox"/>	Iluminación Indirecta <input type="checkbox"/>
	Efecto Chimenea <input type="checkbox"/>	Iluminación Difusa <input type="checkbox"/>
	Enfriamiento Evaporativo <input type="checkbox"/>	

Códigos Formales		
Concepto formal:		
Tipos de Agrupación	Relación de elementos	Volumetrías
Por Atracción <input type="checkbox"/>	Dirección <input type="checkbox"/>	Cuadrada <input type="checkbox"/>
Por Semejanza <input type="checkbox"/>	Posición <input type="checkbox"/>	Circular <input type="checkbox"/>
	Espacio <input type="checkbox"/>	Rectangular <input type="checkbox"/>
	Gravedad <input type="checkbox"/>	
Criterios y Ordenadores		
Simétrico <input type="checkbox"/>	Texturas	
Asimétrico <input type="checkbox"/>		
	Color	
Ejes, Jerarquía, Directriz		
Descripción	Esquema:	
Ritmo, Armonía, Pautas		
Descripción	Esquema:	
Proporción y Orientación		
Descripción	Esquema:	
Escala y Carácter		
Descripción	Esquema:	
Análisis de los valores del Significado		
Valor Social		
Valor Funcional		
Valor Tecnológico		
Valor Ideológico-Expresivo		

Nota. Elaborado por los autores del análisis, (2020).

Los ítems generales que conforman la ficha técnica de observación, están basados en la propuesta de Segre y Cárdenas, quienes enfocaron su metodología de análisis a la arquitectura en general, y de las cuales plantean cinco etapas a desarrollar:

Determinación del sistema de estudio

En esta sección de la ficha, se encuentran aspectos generales con respecto al equipamiento que se va a analizar, entre ellas están: equipamiento, provincia, cantón, código catastral, área, perímetro, año de construcción, número de pisos en este caso de la edificación, al igual que la altura de pisos, tipo de escalera, número de ingresos, un plano de ubicación y la dirección. Esta información es de suma importancia para poder conocer aspectos relevantes de la edificación.

Análisis de los factores condicionantes

En lo descrito por Jorge López, para el análisis de los factores condicionantes, se detallan los siguientes lineamientos:

Se trata de una fase decisiva en el análisis crítico de las obras arquitectónicas, porque son las circunstancias a las cuales el diseñador tendría que haber prestado atención en el proceso de diseño. Se clasifican en dos conjuntos: las circunstancias generales, conformada por la región, zona, y ciudad donde se ubica la edificación, así como los factores: sociales, políticos e ideológicos, que rigen al entorno del equipamiento. El segundo conjunto son las circunstancias específicas, que analiza los condicionantes de contexto social, político y económico. (J. López, 2016)

Según Wayne Attoe, es importante entender el contexto social, político y económico en el cual se planteó el diseño de la obra arquitectónica:

Para proporcionar la total comprensión de un edificio, se necesita otra clase de información descriptiva, o sea, información sobre el contexto social, político y económico dentro del

cual se diseñó el edificio. ¿Qué presiones se ejercieron sobre el diseñador y el cliente? ¿Qué oportunidades se capitalizaron? ¿Qué obstáculos se evitaron? (Attoe, 1982)

También se integran a este parámetro los condicionantes tecnológicos, lo cuales son comprendidos por el sistema constructivo, la materia prima, equipos de climatización existentes, políticas de mantenimiento y costos; todos estos aspectos serán descritos, basándose en el análisis del equipamiento en el ámbito constructivo, histórico y administrativo.

Análisis interno del sistema de estudio

Esta tercera fase abarca el análisis de los subsistemas de códigos arquitectónicos, en los cuales se especifica lo siguiente:

Adentrándose a los códigos funcionales, con la respuesta a las necesidades sociales o individuales, distribución de los espacios, sus relaciones, dimensionamiento, relación entre actividad y equipamiento, lo cual requiere revisar el programa arquitectónico. No obstante, hay otros parámetros que pueden cohesionarse al método en el análisis funcional, como ubicación de los ingresos, secuencia, frecuencia y contrastarlos con las necesidades y actividades. (J. López, 2016)

Para integrar todos los componentes a analizar, conformados por los códigos funcionales, también se toma de referencia el análisis y crítica en la arquitectura, propuesto por la Universidad Católica del Ecuador, el cual establece en su aspecto funcional el análisis de tipo de organización: central, lineal, agrupada, radial, y en trama; el análisis de las circulaciones: lineal, radial, espiral, en trama; el análisis de aproximaciones: frontal, oblicua, espiral; y el análisis de accesos: enrasados, adelantados, retrasados, ubicación de accesos. Este último se debe de realizar de manera gráfica, al igual que el dimensionamiento, y la relación existente entre la actividad del entorno y el equipamiento.

También en este mismo apartado se analiza la relación función-forma, al igual que la articulación entre espacios. Estos dos componentes se analizarán de manera gráfica descriptiva con observaciones críticas. Según el método de Segre y Cárdenas, los códigos formales incluirán “ criterios de composición formal y caracterización de la especificidad de la forma: tamaño, color, textura, volumen, etc. ” (Segre & Cárdenas, 1982)

El segundo fundamento que integra este parámetro lo incorporan los códigos formales, tomando como punto general el concepto formal, conformados por tipo de agrupación: por atracción o semejanza; relaciones de elementos: dirección, posición, espacio, gravedad; volumetrías: cuadrada, circular o rectangular; y, criterios y ordenadores: simétrico o asimétrico, textura y color.

Al igual que en la última parte del código funcional, se realizará un análisis gráfico descriptivo, en este caso se tomarán: ejes, jerarquía, directriz, ritmo, armonía, pautas, proporción, orientación, escala y carácter.

Análisis de los valores y significado

Según el método de Segre y Cárdenas para la crítica arquitectónica mencionado por Jorge López en su investigación, hay cuatro valores que se proponen:

El primero de ellos fue el valor social, concerniente a el carácter de la necesidad que satisface desde el punto de vista social: individual/colectivo; incluye el valor de uso para el colectivo social, grupo social o individuo, cuando existe coincidencia de intereses entre inversionista, el proyectista y el usuario; además, el valor de cambio para un grupo social cuando no existe coincidencia de intereses y se concibe la arquitectura como una mercancía para obtener ganancias de beneficio para el inversionista; el valor de participación del

colectivo social, que aplica particularmente a obras que solucionan necesidades de la colectividad.

El segundo valor considerado fue el funcional, establecido para conocer el nivel de solución a la necesidad funcional que satisface; la jerarquización de las funciones; nivel de solución en el uso físico-funcional.

El tercer valor fue el tecnológico, incluido para estimar el nivel de la tecnología aplicada; la adecuación de la respuesta técnico-constructiva; la utilización de los recursos de materia prima, mano de obra, planificación del mantenimiento y los parámetros técnico-económicos/costos.

El cuarto y último valor propuesto fue el ideológico/expresivo, que implicaba la integración o ruptura respecto al nivel de expresión artística dominante; representación o ruptura del sistema de valores del grupo social, y otros. (J. López, 2016)

Técnicas de procesamiento y análisis de datos

Para el procesamiento de los datos obtenidos en las fichas de observación técnica, se realizará una visita de campo al equipamiento comercial, donde por medio de un análisis crítico, se tomarán en cuenta los puntos más importantes y correspondientes para completar el formulario de la ficha, del cual se procederá a realizar una descripción detallada con registro fotográfico.

Encuesta

Según Manuel García en su libro que habla acerca de la realidad social, se define a la encuesta como:

Una investigación realizada sobre una muestra de sujetos representativa de una población más amplia, que se lleva a cabo en el contexto de la vida cotidiana, utilizando procedimientos estandarizados de interrogación, con el fin de obtener mediciones

cuantitativas de una gran variedad de características objetivas y subjetivas de la población.
(Garcia et al., 2016)

Es importante destacar que “este procedimiento de investigación posee, entre otras ventajas, la posibilidad de aplicaciones masivas y la obtención de información sobre un amplio abanico de cuestiones a la vez” (Casas et al., 2003). Por lo tanto, la recolección de datos a través de la encuesta permitirá cualificar y organizar según sus actividades que realizan; de esta manera se dará cumplimiento al segundo objetivo específico.

Para complementar la información recolectada en las encuestas se procederá a realizar un sondeo dentro del en el área de estudio a fin de cuantificar y determinar el número de comerciantes que realizan sus actividades dentro y fuera del Mercado Central del Cantón Jipijapa.

Se tomarán en consideración dos tipos de autores que van a intervenir en esta metodología: los comerciantes que realizan sus actividades dentro y fuera del Mercado Central del Cantón Jipijapa, y los usuarios que llegan dentro y fuera del Mercado Central del Cantón Jipijapa.

Para la estructuración de las encuestas, se tomará como referencia el documento emitido por The World Food Programme, el cual hace referencia a los tipos de encuestas de mercados, para comerciantes y usuarios.

Encuesta aplicada a los comerciantes del Cantón Jipijapa

Su estructura está organizada de la siguiente manera:

- **Tipología.** – en este primer punto se encuentra la pregunta 1 y 2, las cuales están destinadas a conocer si los comerciantes realizan sus actividades de manera formal o informal y según su puesto de venta, conocer si es un comerciante formal fijo o informal ambulante.
- **Actividad.** – en este segundo punto se encuentra la pregunta 3, la cual permitirá conocer qué tipo de actividades realizan los comerciantes dentro y fuera del equipamiento comercial, esto con la finalidad de conocer qué tipo de productos son los de mayor demanda y los flujos donde se concentra mayor cantidad de compradores.
- **Movilidad.** – en este tercer punto se encuentra a la pregunta 4, la cual determinará el recorrido que realizan los comerciantes para llegar a su puesto de venta, ya que muchos de los mercaderes se movilizan desde sectores rurales hasta el equipamiento comercial con dificultad.
- **Tiempo.** – en este cuarto punto se encuentran las preguntas 5 y 6, las cuales permitirán conocer el tiempo (meses o años) que los comerciantes han realizado sus actividades comerciales en sus puestos y que horarios destinan ellos al día para la venta de sus productos. Esto con la finalidad de determinar el tiempo que el comerciante formal ha utilizado el equipamiento comercial para sus actividades y el tiempo que el comerciante informal a ocupado el espacio público.
- **Normativa y opinión.** – en este quinto punto se encuentran las preguntas 7, 8, 9 y 10, con las cuales se determinará si los comerciantes tienen conocimiento de las normativas municipales que rigen el espacio público y si son conscientes de estar incurriendo en algún tipo de sanción, también permitirán conocer las opciones a cerca del comercio informal y

de una posible reubicación del mercado, todo esto con la finalidad de conocer la conformidad e inconformidad de los mercaderes sobre su situación actual.

Encuesta aplicada a los usuarios del Mercado Central del Cantón Jipijapa

Su estructura está organizada de la siguiente manera:

- **Tiempo.** – en este primer punto se encuentran la pregunta 1, la cual permitirá conocer con qué frecuencia van los usuarios del mercado central.
- **Movilidad.** – en este segundo punto se encuentra la pregunta 2, la cual determinará el recorrido que realizan los usuarios para llegar al mercado central.
- **Opinión.** – en este tercer punto se encuentran las preguntas de la 3 a la 6, con las cuales se conocerá la opinión que tiene los usuarios respecto a la reubicación del mercado y sobre el comercio informal.
- **Constructivo.** – en este cuarto punto se encuentran las preguntas de la 7 a la 8, con las cuales se averiguará cual es la opinión de ellos usuarios con respecto al estado del mercado central.
- **Formal.** – en este quinto punto se encuentran la pregunta de la 9, con la cual se sabrá la opinión de los usuarios respecto a la arquitectura del mercado central.
- **Funcional.** – en este sexto punto se encuentran la pregunta de la 10, con la cual se conocerá la opinión de los usuarios respecto a la distribución interna del mercado central.

Figura 17

Diseño de encuesta dirigida a los comerciantes

		UNIVERSIDAD SAN GREGORIO DE PORTOVIEJO	
		ENCUESTA APLICADA A LOS COMERCIANTES DEL CANTÓN JIPIJAPA	
La información recolectada en la siguiente encuesta será utilizada con fines académicos e investigación.			
1. ¿Cómo considera su actividad comercial?			
a. Formal	<input type="checkbox"/>	b. Informal	<input type="checkbox"/>
2. ¿Qué tipo de plataforma de ventas utiliza?			
a. Fijo	<input type="checkbox"/>	b. Móvil	<input type="checkbox"/>
c. Desmontable	<input type="checkbox"/>		
3. ¿Qué tipo de actividad comercial realiza usted?			
a. Vente de alimentos	<input type="checkbox"/>	b. Venta de comida	<input type="checkbox"/>
c. Venta de ropa	<input type="checkbox"/>	d. Venta de artículos varios	<input type="checkbox"/>
4. ¿Cuál es su recorrido para llegar a su negocio?			
a. De zona rural a urbana	<input type="checkbox"/>	b. De zona urbana a urbana	<input type="checkbox"/>
5. ¿Cuánto tiempo lleva ocupando su plataforma de venta?			
a. Menos de 1 año	<input type="checkbox"/>	b. 1 a 3 años	<input type="checkbox"/>
c. 3 a 5 años	<input type="checkbox"/>	d. Mas de 5 años	<input type="checkbox"/>
6. ¿En qué horarios realiza sus actividades comerciales?			
a. Entre las 07h00 y las	<input type="checkbox"/>	b. Entre las 13h00 y las	<input type="checkbox"/>
c. De 07h00 a 19h00	<input type="checkbox"/>		
7. ¿Conoce las ordenanzas municipales que regulan el comercio en el cantón?			
a. Si	<input type="checkbox"/>	b. No	<input type="checkbox"/>
8. ¿Por qué cree usted que se genera el comercio informal?			
a. Falta de empleo	<input type="checkbox"/>	b. Falta de conocimiento	<input type="checkbox"/>
c. Falta de disponibilidad de locales	<input type="checkbox"/>	d. Falta de interés	<input type="checkbox"/>
9. ¿Se siente a gusto en el lugar donde promociona su producto?			
a. Si	<input type="checkbox"/>	b. No	<input type="checkbox"/>
10. ¿Está de acuerdo con que el Mercado Central del Cantón Jipijapa sea reubicado?			
a. Si	<input type="checkbox"/>	b. No	<input type="checkbox"/>

Nota. Elaborado por los autores del análisis, (2020).

Figura 18

Diseño de encuesta dirigida a los usuarios

	UNIVERSIDAD SAN GREGORIO DE PORTOVIEJO ENCUESTA APLICADA A LOS USUARIOS DEL MERCADO CENTRAL DEL CANTÓN JIPIJAPA
La información recolectada en la siguiente encuesta será utilizada con fines académicos e investigación.	
1. ¿Con qué frecuencia usted realiza sus compras en el mercado central del cantón Jipijapa?	
a. Una vez al mes <input type="checkbox"/> c. Todos los días <input type="checkbox"/>	b. Una vez a la semana <input type="checkbox"/> d. Nunca <input type="checkbox"/>
2. ¿Cuál es su recorrido para llegar al mercado central del cantón Jipijapa?	
a. De zona rural a urbana <input type="checkbox"/>	b. De zona urbana a urbana <input type="checkbox"/>
3. ¿Está de acuerdo con que el Mercado Central del Cantón Jipijapa sea reubicado?	
a. Si <input type="checkbox"/>	b. No <input type="checkbox"/>
4. ¿Por qué cree usted que se genera el comercio informal?	
a. Falta de empleo <input type="checkbox"/> c. Falta de disponibilidad de <input type="checkbox"/> E. Otros <input type="checkbox"/>	b. Falta de conocimiento <input type="checkbox"/> d. Falta de interés <input type="checkbox"/>
5. ¿Cree usted que el comercio informal afecta al comercio formal?	
a. Si <input type="checkbox"/>	b. No <input type="checkbox"/>
6. ¿Cree usted que los puestos informales afectan al espacio público?	
a. Si <input type="checkbox"/>	b. No <input type="checkbox"/>
7. ¿Cree usted que el mercado cuenta con las condiciones necesarias para su funcionamiento?	
a. Si <input type="checkbox"/>	b. No <input type="checkbox"/>
8. ¿Cuáles cree usted que son los puntos más problemáticos del estado del Mercado Central del Cantón Jipijapa?	
a. Infraestructura en mal estado <input type="checkbox"/> c. Cubículos insuficientes <input type="checkbox"/> e. Todos los anteriores <input type="checkbox"/>	b. Mobiliarios internos en mal estado <input type="checkbox"/> d. Acabados deteriorados <input type="checkbox"/> f. Ninguno <input type="checkbox"/>
9. ¿Qué opina sobre la forma arquitectónica del Mercado Central del Cantón Jipijapa?	
a. Es agradable <input type="checkbox"/>	b. No es agradable <input type="checkbox"/>
10. ¿Cree usted que el mercado cuenta con una buena distribución y circulación interna?	
a. Si <input type="checkbox"/>	b. No <input type="checkbox"/>

Nota. Elaborado por los autores del análisis, (2020).

Población y muestra

El censo del 2010 realizado por el Instituto Nacional de Estadística y Censo [INEC] hace referencia a la población del cantón Jipijapa:

La población del Cantón Jipijapa es de: 71.083 habitantes; representa el 7.7% del territorio de la provincia de Manabí ... El 43,40% de su población reside en el área rural que corresponde a 30.851 habitantes y el 56,60% en el área urbana corresponde a 40.232 habitantes ... Su población ocupada por rama de actividades equivale al 18.2% en comercio al por mayor y por menor. (Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo, 2014)

Las encuestas se realizarán a los comerciantes formales e informales, dentro y de fuera del Mercado Central del Cantón Jipijapa.

Para medir el tamaño de la muestra una vez obtenida la cantidad de población finita, se aplicará la siguiente fórmula:

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

Donde:

N = Tamaño de población de casco comercial = 12.937 (18.2% de 71.083 hab.)

Z = Nivel de confianza 95% = 1.96

p = Probabilidad de éxito = 0.9

q = Probabilidad de fracaso = 0.1

e = Precisión 5% = 0.05

$$n = \frac{(12.937)(1.96_{\alpha}^2)(0.9)(0.10)}{(0.05^2)12.937 - 1 + (1.96_{\alpha}^2)(0.9)(0.1)}$$

Dando como resultado un total de 140 muestras (encuestas), de las cuales el 40% (56 encuestas) se deberían aplicar a los comerciantes del Mercado Central del Cantón Jipijapa y alrededores; el otro 60% (84 encuestas) se aplicará a los usuarios del Mercado Central del Cantón Jipijapa y exteriores. Se realizará un muestreo probabilístico en donde se escogerán comerciantes al azar.

Técnicas de procesamiento y análisis de datos

Para el procesamiento de los datos obtenidos en la encuesta, se organizará mediante preguntas cerradas y se clasificará la información obtenida para luego tabularla. Se realizará un análisis descriptivo, el cual a través de un procesamiento electrónico por medio del programa Microsoft Excel, se presentarán gráficos de pastel para evidenciar los porcentajes obtenidos en el procesamiento de datos.

Relevamiento de planos de diagnóstico urbano

La Arq. Elina Tessara, en su informe sobre el relevamiento y detección de patologías, señala lo siguiente:

El relevamiento ocupa desde siempre un lugar importante dentro de la arquitectura ...

Podríamos decir que es un elemento indispensable que compete a una vasta gama de trabajos de profesionales dedicados al tema y que abarca tanto el estudio del organismo arquitectónico y sus componentes, como de sitios y áreas urbanas (Tassara, 2004).

El relevamiento de planos permitirá reconocer el área de estudio y plasmar la información relevante del entorno urbano, por lo cual, “es necesario profundizar sobre las distintas técnicas que comprometen al relevamiento y cuáles serán las más adecuadas en la identificación de un conjunto completo de datos cualitativos y cuantitativos que incluya el estado y situación actual del edificio y su entorno” (Tassara, 2004).

La información recolectada en el relevamiento completará al diagnóstico urbano, ya que a partir de aquí se analizará el entorno del equipamiento. Para llevar a cabo este diagnóstico se tomará como referencia la metodología de análisis del contexto, abordada por la Dra. Laura Gallardo, la cual consiste en “comprender el contexto donde se ha desarrollado a partir de la unión de la teoría con la práctica, integrando distintas disciplinas: antropología, sociología, filosofía y arquitectura” (Gallardo, 2014). Esta metodología comprende el análisis del lugar, análisis del movimiento y la quietud, análisis de vías y aceras, análisis sensorial, elementos construidos y zonas verdes.

Esta metodología permitirá un diagnóstico urbano del área a estudiar, y de esta manera se dará cumplimiento al tercer objetivo específico.

Técnicas de procesamiento y análisis de datos

El procesamiento de los datos obtenidos en el relevamiento de planos de diagnóstico urbano se realizará mediante un análisis al entorno urbano del Mercado Central del Cantón Jipijapa. Para esto se realizará un registro del entorno directo con el equipamiento, tipos de vías, estado y medidas de vías y aceras, registro de la imagen urbana con relación al área de estudio, uso de suelo del área de estudio, accesibilidad al equipamiento comercial, áreas verdes naturales y construidas.

Capítulo IV

Resultados y Discusión

En el presente capítulo se mostrarán los resultados obtenidos mediante las técnicas aplicadas para la recolección de datos y su respectivo análisis.

Ficha Técnica de Observación - Crítica Arquitectónica

Mediante esta técnica se presentará el estado actual del Mercado Central del Cantón Jipijapa, por medio de una crítica arquitectónica y registro fotográfico.

Determinación del Sistema de Estudio

El equipamiento comprende un área de 2.359 m² con un perímetro de 257 m, adosándose a varias viviendas de usos mixtos que conforman la manzana.

Está conformado de 2 pisos, contando con una altura libre de 4.15 m en su planta baja y 3.50 m en planta alta. Su circulación vertical se da por medio de una escalera de ojo central, en donde se ubica un área de baño circular, el cual funciona como eje de recorrido, ubicándose en todo el centro de la escalera.

Análisis de los Factores Condicionantes

Se analizarán factores que influyen dentro y fuera del equipamiento, para poder establecer diferentes aspectos relevantes.

Factores Sociales

Es uno de los equipamientos que acogen a 135 comerciantes que se dedican a vender diferentes productos dentro y fuera de este.

La mayoría de la población del cantón se dedica al comercio formal o informal para generar ingresos económicos. Este mercado se encuentra ubicado en la zona céntrica del cantón, por lo que

es visitado y visto por la comunidad, interna y externa, y que necesitan algún producto o alimento para su consumo diario.

Factores Políticos – Jurídicos

En el cantón existen dos ordenanzas, una que regula la vía pública y otra que regula los mercados municipales y ferias libres del cantón, las cuales se encuentran descritas en el marco legal. Dichas ordenanzas son establecidas por la administración y se actualizan cada vez que se eligen nuevos mandatos.

Sin embargo, en una entrevista realizada al Téc. Sup. Edwin Venancio Fienco, administrador de Mercados Municipales, el día 19 de enero del 2021, se indicó que, “como en muchos cantones pasa, al igual que en este, aquellas ordenanzas no son respetadas, a pesar de que existan sanciones, los comerciantes siguen vendiendo en los exteriores del equipamiento, apoderándose en si del espacio público y creando un desorden en esta zona”.

Factores Ideológicos

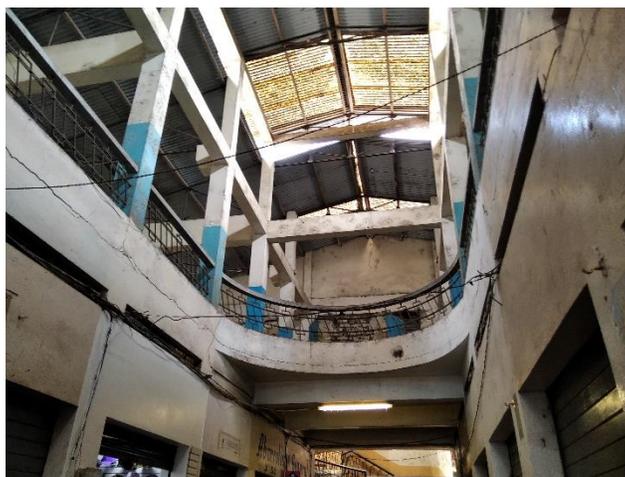
La construcción del equipamiento, nace de la necesidad de los comerciantes en tener un mercado moderno para poder vender sus productos. Este mercado contó con el apoyo de la administración municipal, que en ese tiempo era liderado por el Sr. Claudio Morán Parrales, pero debido a situaciones desconocidas, aquella administración hizo la entrega solo de la planta alta y de la escalera central del mercado, dejando en la planta baja únicamente las columnas, sin la construcción de ningún local. Esto dio inicio a que cada comerciante interesado en tener un local, lo construyera por su cuenta y para sus propios beneficios.

Condicionantes Tecnológicos

Está constituido por un sistema constructivo tradicional, sistemas de pórticos de hormigón armado, paredes de ladrillo, cubiertas de estructura metálica, madera y zinc, sus losas son macizas, y en ningunas de sus áreas cuentan con equipos de climatización.

Figura 19

Vista interna del ala oeste del Mercado Central del Cantón Jipijapa



Nota. Se puede apreciar la planta alta del equipamiento y su cubierta de estructura de madera y zinc. Fuente: Elaborado por los autores del análisis, (2021).

Todos estos componentes que lo conforman no han recibido mantenimiento alguno, por lo que se encuentran en deterioro; se pueden visualizar paredes y columnas con fisuras, filtraciones de agua en losas de piso y entre piso, causando que en épocas de lluvia la mayoría de áreas internas se humedezcan. Correspondiente a la situación actual que se vive por la pandemia COVID 19, se realiza la desinfección de todo el equipamiento cada domingo, los gastos son financiados por la administración del GAD Municipal del cantón.

Análisis interno del sistema de estudio

Organización Espacial

La organización de cada local es distribuida de forma lineal, generando una circulación lineal que se une hacia un punto central, sus accesos son enrasados, los cuales mantienen la misma continuidad formal de cada lado de sus ingresos, teniendo aproximaciones frontales en sus cuatro fachadas.

Las actividades que se realizan entorno al mercado son varias, a su costado oeste se ubica el edificio del GAD Municipal, y en sus manzanas adyacentes, se ubican, bancos, el parque central y equipamientos educativos, definiendo en sí, que es un área muy visitada por la comunidad a diario para el enfoque de varias actividades.

Figura 20

Vista exterior del Mercado Central del Cantón Jipijapa y su entorno



Nota. Elaborado por los autores del análisis, (2021).

Relación Función – Forma

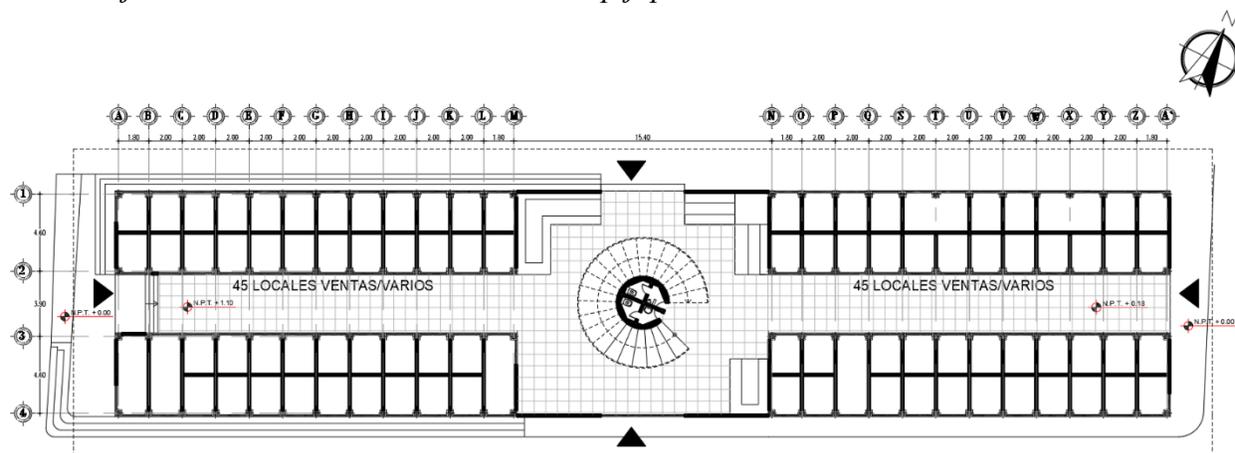
Antes de enfocarse en este análisis, se debe conocer que el Mercado abarca una forma rectangular y en una construcción de tal época y con el transcurso del tiempo, se fueron

construyendo los mesones ubicados en la parte lateral oeste y los comedores populares hacia el norte. Dicho esto, se analizará tanto al bloque principal, como los demás espacios, ya que en la actualidad forman parte del Mercado Central.

Función: la planta baja del Mercado se distribuye internamente por medio de un pasillo de 3.50 m de ancho por sus laterales, siendo esta medida totalmente adecuada para la circulación de las personas, según Plazola. Esta circulación crea un vínculo directo hacia cada local comercial.

Figura 21

Planta Baja del Mercado Central del Cantón Jipijapa



Nota. Planta Baja del Mercado Central, conformado por 90 locales comerciales. Fuente:

Elaborado por los autores del análisis, (2021).

En el centro del edificio se ubica una escalera que se conecta por medio de dichos pasillos, esta escalera tiene un punto central donde se ubica un baño totalmente reducido, tanto en planta baja como en planta alta.

En la parte exterior sur, se ubican locales que tienen contacto directo con las diferentes actividades que se realizan en el exterior, lo que provoca que la acera de este frente sea invadida por diferentes comerciantes informales como se muestra en las figuras 20 y 22. Su ingreso principal

se conecta de forma directa con una circulación circular, bordeando la escalera central que une a la planta alta.

Figura 22

Vista exterior de locales formales y comerciantes informales

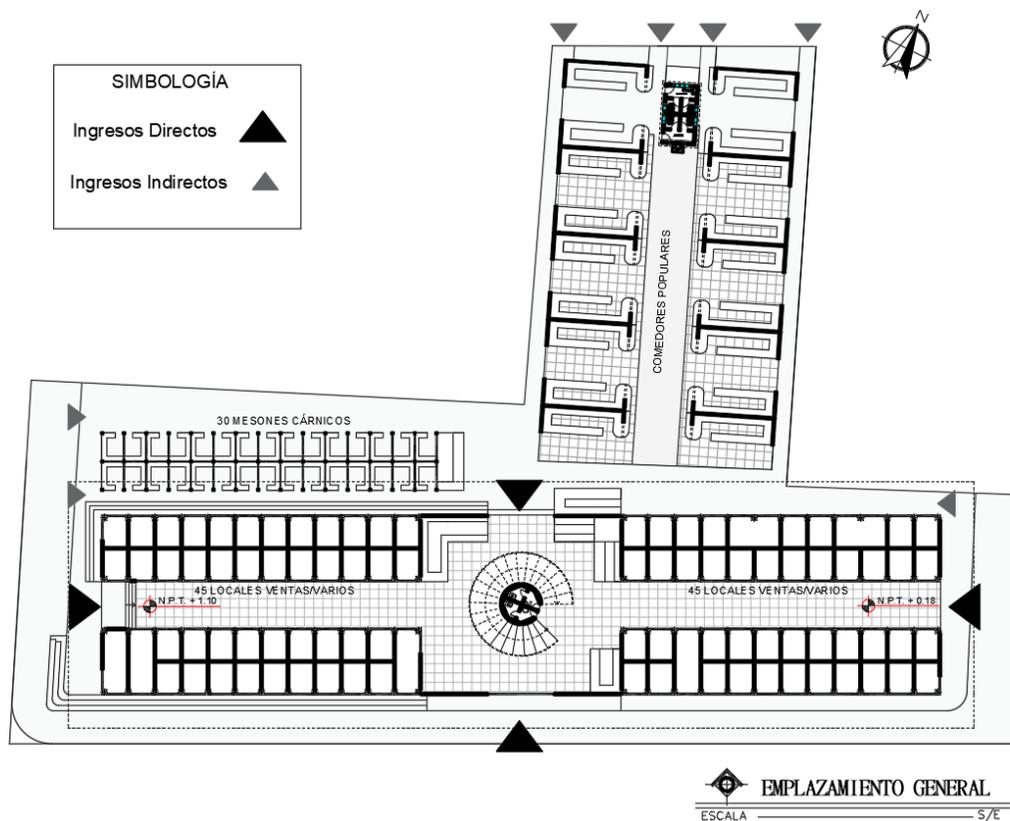


Nota. Elaborado por los autores del análisis, (2021).

El equipamiento cuenta con 11 ingresos, directos e indirectos, como se puede observar en la figura 21; de estos, 4 ingresos corresponden al equipamiento en sí, los demás se han creado arbitrariamente, debido a la implementación de los comedores populares y mesones que se construyeron después del modelo original del Mercado.

Figura 23

Plano de Accesos Directos e Indirectos del Mercado Central del Cantón Jipijapa



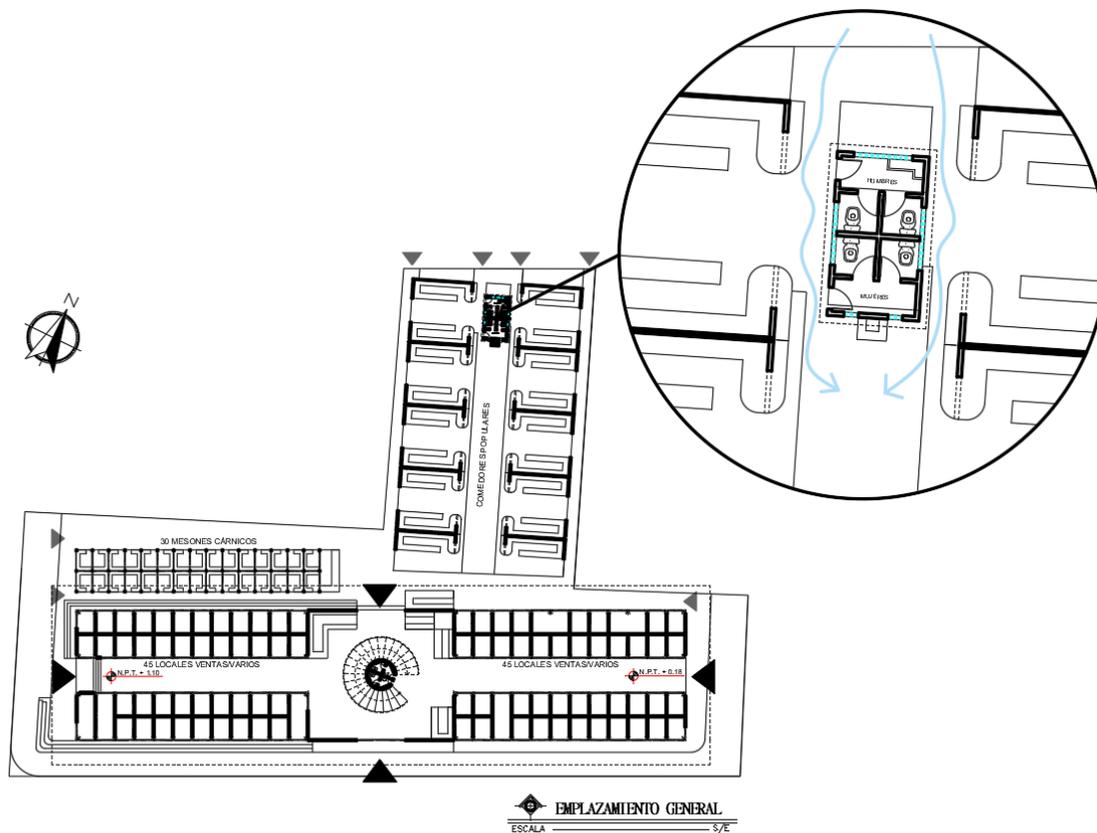
Nota. Elaborado por los autores del análisis, (2021).

En cuanto a los ingresos indirectos, se pueden notar dos que se ubican en la parte lateral oeste, y tienen un ancho de 1.80 m, dificultando la accesibilidad y libre circulación para poder comprar diferentes cárnicos o acceder a los otros locales internos.

La parte posterior cuenta con cuatro ingresos de 1.00 m de ancho, siendo estos totalmente estrechos para circular. Dos centrales pasan por un baño, como se observa en la figura 23, provocando malestar en las personas, debido a los malos olores que se perciben al pasar.

Figura 24

Vista de ingresos de la parte posterior del equipamiento



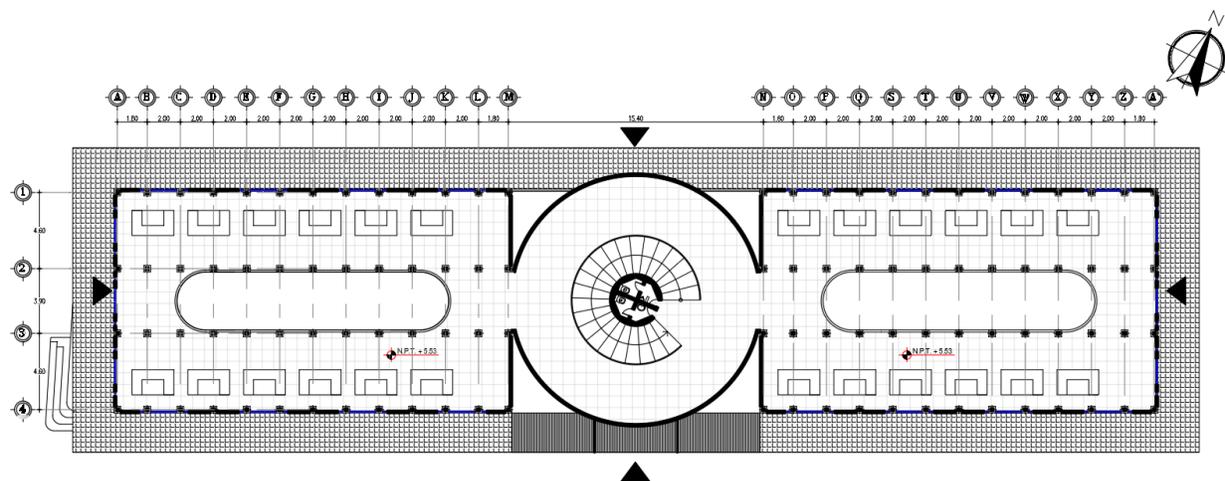
Nota. Elaborado por los autores del análisis, (2021).

Estos cuatro ingresos se vinculan con los 18 comedores populares que se distribuyen por un pasillo lineal.

La planta alta se distribuye de la misma manera que la planta baja, en esta se ubicaban mesones que se ocupaban para la venta de mariscos.

Figura 25

Planta Alta del Mercado Central del Cantón Jipijapa



Nota. Elaborado por los autores del análisis, (2021).

Cabe recalcar que, en la actualidad, este piso no es utilizado debido a que en administraciones anteriores se aumentó el espesor de la losa por causas desconocidas, lo cual provocó un exceso de carga en la planta alta.

Figura 26

Vista interna de local de abarrotes del Mercado central del Cantón Jipijapa



Nota. Se observa a simple vista la viga perimetral. Fuente: Elaborado por los autores del análisis, (2021).

Existen otros temas de interés que se deben abarcar para este análisis. Para acceder al equipamiento, se lo realiza mediante gradas irregulares y de diferentes alturas, convirtiéndose en barreras arquitectónicas para las personas, no existen rampas de accesibilidad en ninguno de sus accesos, por lo que lo convierte en un equipamiento poco inclusivo para personas con movilidad reducida.

Forma: su forma se interpreta a partir de un círculo central y tres naves, estas se pueden observar desde la vista superior, la cual se relaciona directamente con la función planteada. La única fachada a vista completa que se puede visualizar del equipamiento es la vista frontal que orienta a (norte, sur, este y oeste).

Articulación entre los espacios

De los espacios que se distribuyen en toda la planta baja (locales de abarrotes, cárnicos, legumbres, puesto de venta de pan, farmacia, comedores y demás productos) no existe agrupación ordenada alguna, solo los comedores se agrupan en una sola área, los otros espacios están totalmente desordenados.

Se conoce que este equipamiento no cuenta con oficinas administrativas definidas, sino que se utiliza un local para uso de la administración, siendo un espacio muy reducido para realizar esta actividad.

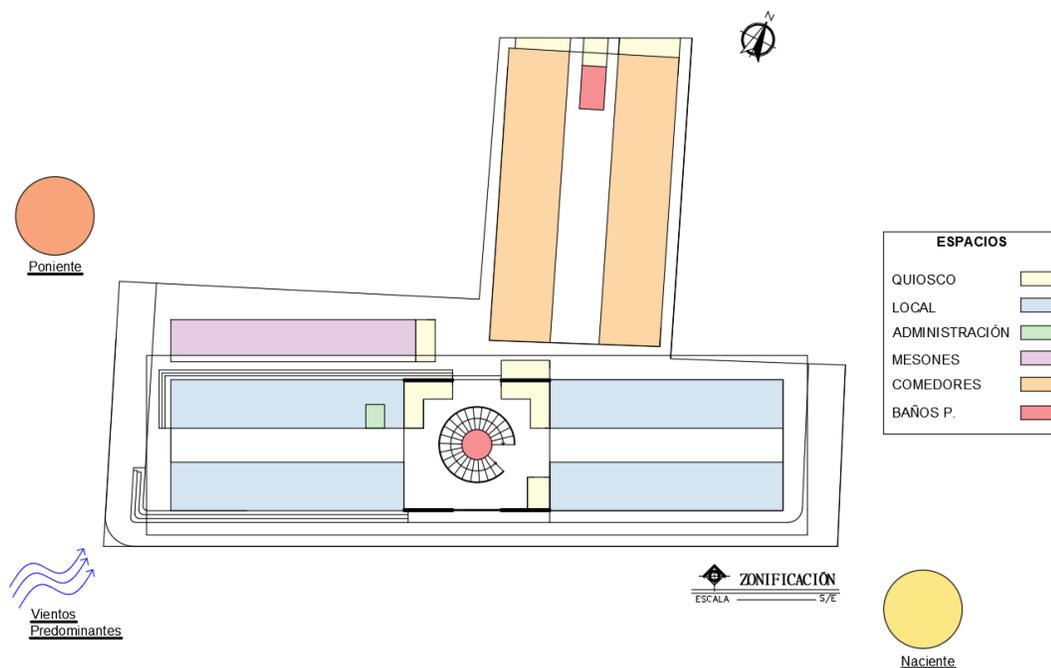
Figura 27*Vista de Oficina de Administración de Mercados Municipales*

Nota. Local que funciona como oficina administrativa. Fuente: Informe de la administración de los Mercados Municipales del Cantón Jipijapa, (2021).

Existen locales con medidas de 2.00 m x 2.50 m, mesones de 1.80 m x 2.00 m, comedores de 3.50 m x 6.10 m totalmente independientes, y puestos de legumbres de diferentes medidas que ocupan gran espacio del pasillo, dificultando la circulación interna entre los comedores y los mesones de cárnicos.

Códigos espacio-ambientales

En cuanto a la orientación del edificio, la parte frontal está orientada hacia el sur, aquellos locales ubicados en esta parte reciben luz natural directa del sol naciente, y luz poniente de forma indirecta en la parte lateral, ya que esta es bloqueada por el edificio del GAD Municipal que se encuentra al lado del equipamiento.

Figura 28*Vientos y asoleamientos Mercado Central del Cantón Jipijapa*

Nota. Elaborado por los autores del análisis, (2021).

El Mercado cuenta con ventilación natural gracias a sus ingresos amplios y abiertos, y por su cubierta a dos aguas que genera una ventilación con efecto chimenea, ya que estas se encuentran a doble altura.

El gran problema que se genera debido a la fluidez de vientos en las circulaciones, es debido a la ubicación baños públicos cerca de los comedores, como ya se ha mencionado anteriormente.

Este equipamiento no cuenta con alcantarillado, ni con alguna reserva de agua que abastezca a los baños que se encuentran en su interior.

Ninguno de sus locales cuenta con equipo de seguridad contra incendios, en especial extintores, según el reglamento de prevención, mitigación y protección contra incendios en su artículo 29 se indica lo siguiente:

Todo establecimiento de trabajo, comercio, prestación de servicios, alojamiento, concentración de público, parqueaderos, industrias, transportes, instituciones educativas públicas y privadas, hospitalarios, almacenamiento y expendio de combustibles, productos químicos peligrosos, de toda actividad que representen riesgos de incendio; deben contar con extintores de incendio del tipo adecuado a los materiales usados y a la clase de riesgo. (MIES, 2009)

En cuanto a la iluminación, la mayor relevancia es la de tipo natural. Incide en los pasillos que se vinculan hacia los locales, y en los comedores, al no tener ventanas exteriores en su planta baja, cada local interno debe tener un sistema de iluminación directo y artificial para poder trabajar con claridad, consumiendo energía en el transcurso del día y tarde, lo cual genera problemas de insuficiencia energética.

Figura 29

Vista interna de locales comerciales



Nota. Elaborado por los autores del análisis, (2021).

soporta. Tampoco cuenta con ninguna viga de apoyo, por lo que, podría colapsar y provocar graves accidentes.

Ritmo, Armonía, Pautas

En su vista frontal, se observan locales repetitivos de iguales dimensiones, generando ritmo y armonía, aunque esta percepción suele perderse por el desorden que se crea en el exterior, al ubicarse también puestos informales.

Proporción y Orientación

Tiene módulos son proporcionales en sus ventanas, sus alturas, y su ingreso principal. Su fachada principal está orientada hacia el sur.

Escala y Carácter

En cuanto a su escala se maneja un concepto de monumentalidad, a pesar de que existen equipamientos de más pisos en sus alrededores, pero lo que la caracteriza, es que este equipamiento ocupa toda la manzana, dándole un realce a su volumen. En cuanto al carácter, si no fuera por los locales al exterior, este simplemente parecería ser un equipamiento educativo.

Análisis de los valores del significado

Valor Social: Está ubicado en un área totalmente concurrida, esta zona acoge a gran porcentaje del cantón para realizar diferentes actividades.

Valor Funcional: Vínculo directo hacia cada local, un aspecto funcional que se puede rescatar al diseñar un nuevo proyecto de mercado.

Valor Tecnológico: El sistema constructivo que la conforma se encuentra en mal estado, sus sistemas de pórticos, paredes y cubiertas están en deterioro.

Valor Ideológico-Expresivo: El edificio tiene 60 años, es un equipamiento que ha generado fuentes de trabajo, involucrando a las demás viviendas que están a su alrededor, al convertirse de uso mixto, creando locales en sus plantas bajas.

El espacio público, como componente integrador entorno al Mercado, está siendo intervenido en la actualidad y ha sido objeto de comentarios negativos por parte de la comunidad.

Esta intervención se da en 17 manzanas que conforman el casco central del cantón, ampliando sus aceras de 2.00 m a 4.00 m, generando rampas de accesibilidad y ubicando arborización y mobiliario urbano, mas no se ha intervenido en el alcantarillado dentro de esta zona, pero debido a inconformidad de las personas, se inició con un nuevo proyecto, de mantenimiento del sistema sanitario, cambio de tuberías del alcantarillado e implementación de nuevos medidores de agua dentro de esta zona.

Encuestas

Censo de comerciantes

En el presente resumen se mostrará la cantidad de comerciantes formales e informales con sus respectivas actividades que se encuentran dentro y fuera del Mercado Central del Cantón Jipijapa.

Tabla 1

Cuadro resumen de comerciantes del Mercado Central del canton Jipijapa

COMERCIANTES FORMALES		COMERCIANTES INFORMALES	
MERCADO CENTRAL LOCALES FORMALES		PARTE INTERNA DEL MERCADO CENTRAL COMERCIANTES INFORMALES	
ABARROTES	19	ABARROTES	3
BAZAR	11	COMEDOR	1
BEBIDAS ENERGETIZANTES	3	FRUTAS Y LEGUMBRES	7
BODEGA	3	QUESO	2
CABINAS TELEFONICAS	1	VARIOS	1
CARNICOS	1	RES	6
CONVENIOS	1	CERDO	4
FARMACIA	1	POLLOS	1
FERRETETRIA	2	TOTAL:	25
FRUTAS Y LEGUMBRES	2	COMERCIANTES INFORMALES DEL ALA OESTE DEL MERCADO CENTRAL	
GRANOS Y CONDIMENTOS	3	ABARROTES	1
PELUQUERIA	2	BEBIDAS ENERGETICAS	1
PICANTERIA	1	BODEGA	4
PLASTICOS	5	CARNICOS	1
QUESO	3	COMEDOR	3
SERVICIO TECNICO	5	FRUTAS Y LEGUMBRES	9
VARIOS	7	PICANTERIA	1
TOTAL:	70	POLLOS	4
COMEDORES POPULARES DEL MERCADO CENTRAL		VARIOS	1
COMEDOR	18	TOTAL:	25
		COMEDORES INFORMALES ALREDEDOR DEL MERCADO CENTRAL	
		VARIOS	54
		Panaderia, frutas, granos, lacteos, jugos naturales, legumbres, artesanias, abarrotes, repuestos de cocina, zapatillas, entre otros....	
TOTAL COMERCIANTES FORMALES		88	
TOTAL COMERCIANTES INFORMALES		104	
TOTAL COMERCIANTES		192	

Nota. Informe trimestral por parte de la administración de Mercados Municipales de la ciudad de Jipijapa. Fuente: Elaborado por los autores del análisis, (2020).

Formularios

Mediante esta técnica se presentará la opinión tanto de los comerciantes como de los usuarios del equipamiento comercial.

Para la presentación de los resultados se dividió el proceso en tres partes:

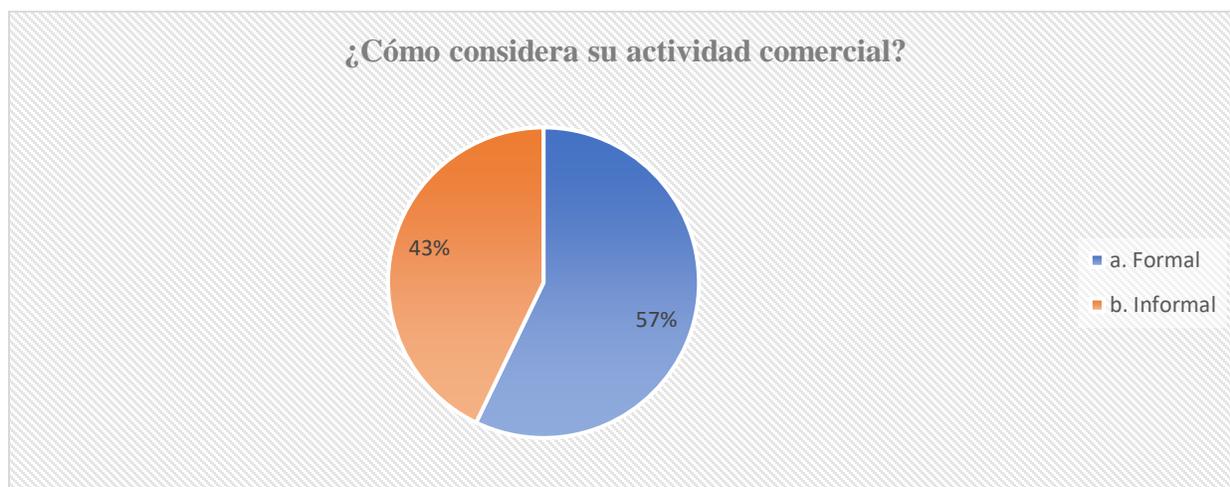
- Primero, se presentarán las respuestas de los comerciantes del Mercado Central y exteriores.
- Segundo, se presentarán las respuestas de los usuarios del Mercado Central y exteriores.
- Tercero, se presentarán las comparaciones entre las respuestas de los comerciantes y los usuarios a las preguntas que se encontraban repetidas en ambos formularios.

En el transcurso de la toma de encuestas, existieron dos factores que influyeron en los resultados de las mismas, el primero es el factor climático, ya que al momento de la aplicación de los formularios se presentaron fuertes lluvias en el cantón que ocasionaron que la presencia de comerciantes y usuarios disminuya. El segundo factor que influyó fue el de la pandemia por la Covid-19, razón por la cual los horarios de los comerciantes se han visto afectados y de igual manera la afluencia de usuarios al mercado.

Encuesta aplicada a los comerciantes del cantón Jipijapa

Figura 31

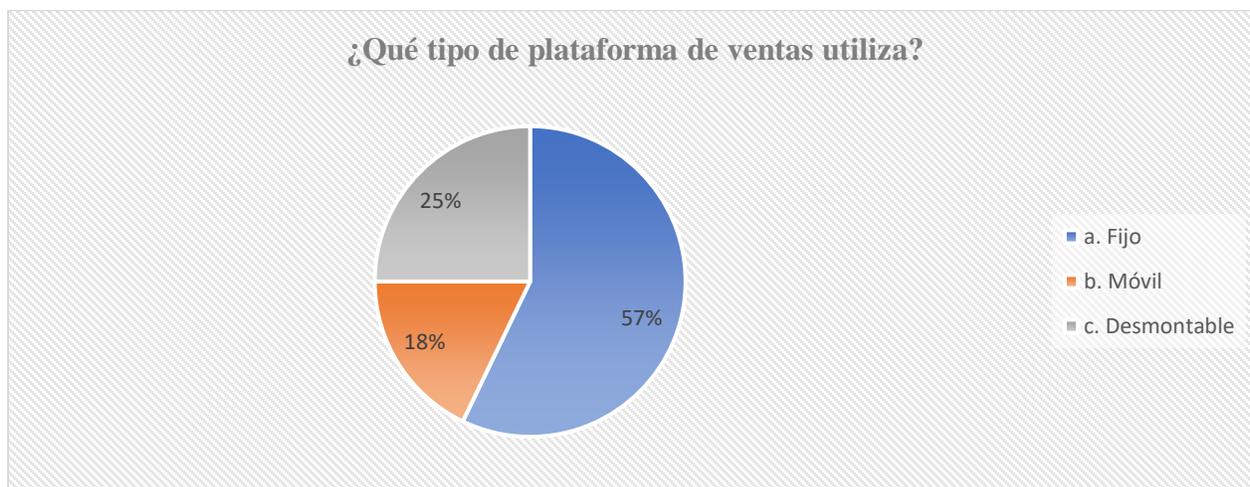
Resultado de la pregunta 1



Nota. Elaborado por autores del análisis, (2021).

Análisis e interpretación:

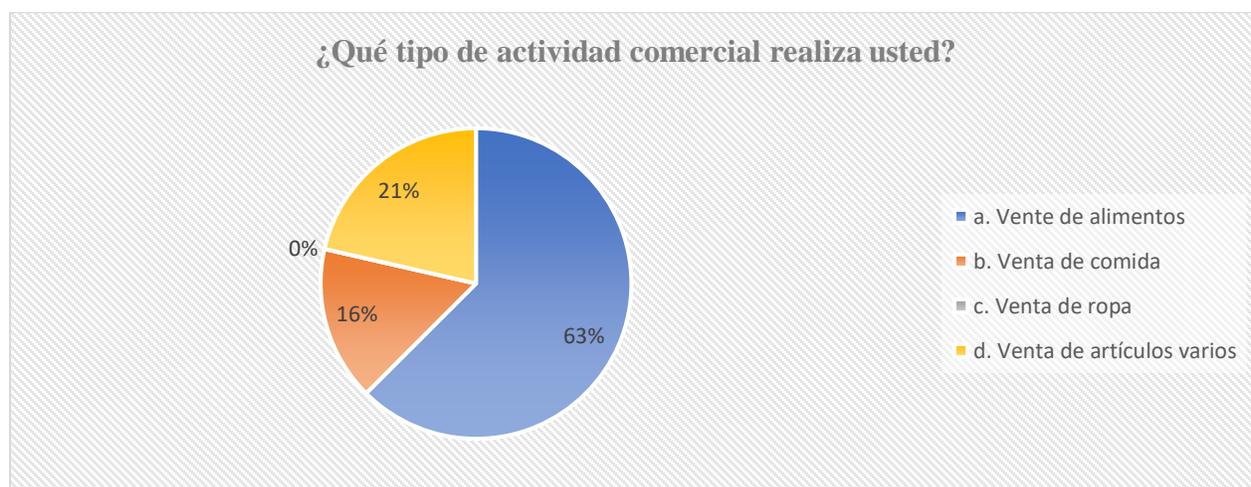
La mayor cantidad de comerciantes encuestados fueron vendedores formales, esto debido a que por la temporada invernal muchos de los comerciantes informales no se encontraban en el sitio. Sin embargo, como se puede apreciar en la figura 30, los comerciantes informales reflejan el 58% del total de comerciantes que realizan sus actividades dentro y fuera del mercado. Esto demuestra que pese a ser el comercio informal el de mayor índice, el comercio formal puede realizar sus actividades con mayor seguridad y de manera constante e ininterrumpida por el hecho de estar regulados y contar con un local fijo de ventas.

Figura 32*Resultado de la pregunta 2*

Nota. Elaborado por autores del análisis, (2021).

Análisis e interpretación:

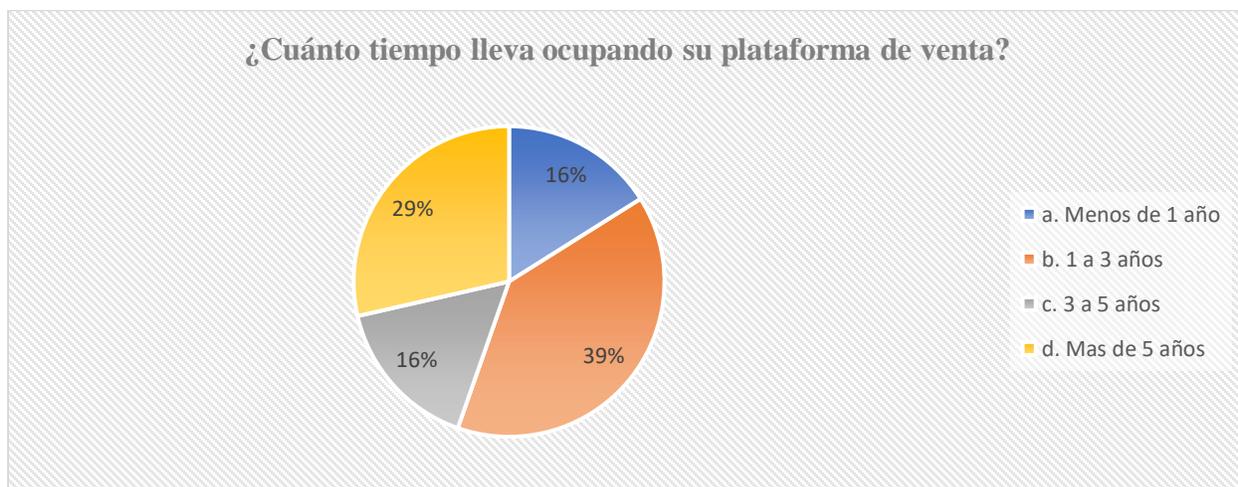
En la primera pregunta se muestra que el 43% de encuestados fueron divididos, entre móviles y desmontables, ya que todos los comerciantes formales cuentan con plataformas fijas. Las plataformas informales de comercio son frecuentes dentro y fuera del equipamiento comercial, y al ser móviles y desmontables pueden ubicarse en lugares estratégicos donde ellos consideren que se pueda realizar la venta esto corta el recorrido del usuario evitando que llegue a los locales formales.

Figura 33*Resultado de la pregunta 3*

Nota. Elaborado por autores del análisis, (2021).

Análisis e interpretación:

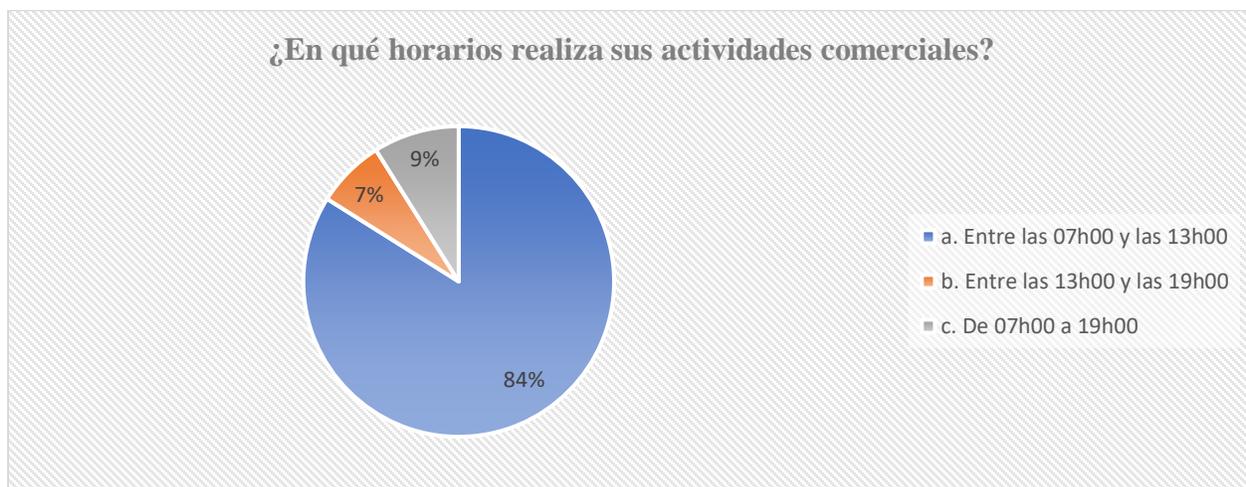
La mayor parte de los comerciantes se dedica a la venta de alimentos, ya sean verduras, cárnicos, abarrotes entre otros productos, los de venta de comida preparada son los comedores y en el resto la venta de artículos para celulares, cabinas telefónicas, entre otros. Dentro de los productos que se ofertan en el mercado central, la gran parte de los comerciantes de frutas y legumbres, son informales, tal como se puede apreciar en la figura 30.

Figura 34*Resultado de la pregunta 5*

Nota. Elaborado por autores del análisis, (2021).

Análisis e interpretación:

Los comerciantes que llevan más tiempo en su plataforma de venta, en gran parte son los comerciantes formales. Los comerciantes informales tienen menos tiempo en el sector, por lo que cuentan con plataformas móviles o desmontables y varían su lugar de estadia para realizar sus actividades comerciales. Se toma en consideración que al momento de realizar las encuestas se encontraban un gran número de locales cerrados por los motivos antes expuestos. Con los resultados presentes se puede constatar que la falta de un local fijo influye en el tiempo de estadia de un comerciante en su lugar de venta, por no contar con la seguridad ni con las condiciones necesarias para trabajar.

Figura 35*Resultado de la pregunta 6*

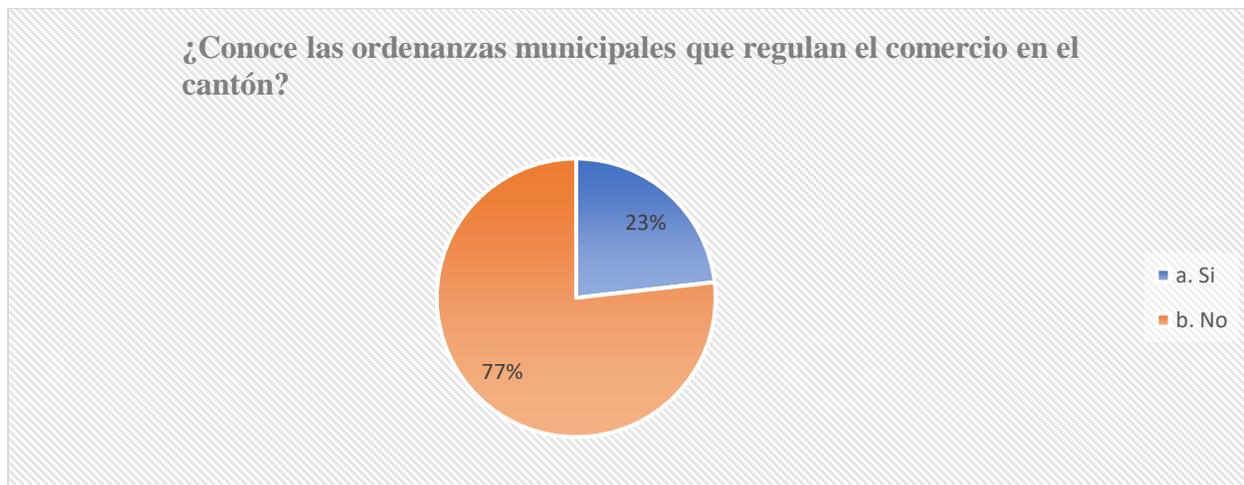
Nota. Elaborado por autores del análisis, (2021).

Análisis e interpretación:

Los horarios de los comerciantes varían en la época invernal, y por la actual situación de la pandemia, la cual no les ha permitido realizar sus horarios completos. También los trabajos efectuados en los alrededores del mercado central han influido en su rutina de venta. Al igual que en la pregunta 5. Se toma en consideración que al momento de realizar las encuestas había un gran número de locales cerrados. Sin embargo, con los datos obtenidos se puede constatar que, pese a las dificultades para realizar sus labores comerciales, los comerciantes cumplen con sus actividades y mantienen activa la economía del sector.

Figura 36

Resultado de la pregunta 7



Nota. Elaborado por autores del análisis, (2021).

Análisis e interpretación:

Los comerciantes que tenían conocimiento de las ordenanzas municipales, eran comerciantes que ocupaban algún cargo como dirigente o encargado de alguna agrupación. Gran parte de los comerciantes encuestados desconocían las ordenanzas, y es una de estas las razones que influyen a que se genere el comercio informal por desconocimiento a las normativas y obligaciones que se están omitiendo e incumpliendo.

Figura 37

Resultado de la pregunta 9



Nota. Elaborado por autores del análisis, (2021).

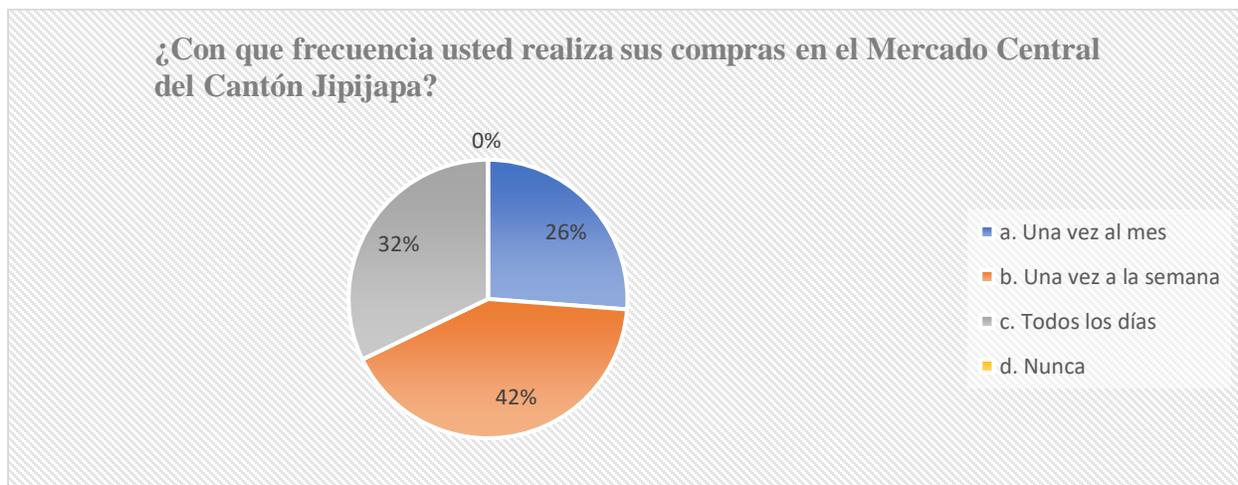
Análisis e interpretación:

Gran parte de los comerciantes encuestados se encontraban a gusto con su puesto de ventas, sin embargo, no estaban conformes con el estado deteriorado de los locales como se aprecia en la figura 25. La mayoría de comerciantes inconformes con su puesto de venta, llegaban a ser comerciantes informales por no contar con las condiciones ni el espacio necesario para realizar sus actividades.

Encuesta aplicada a los usuarios del Mercado Central del Cantón Jipijapa

Figura 38

Resultado de la pregunta 1



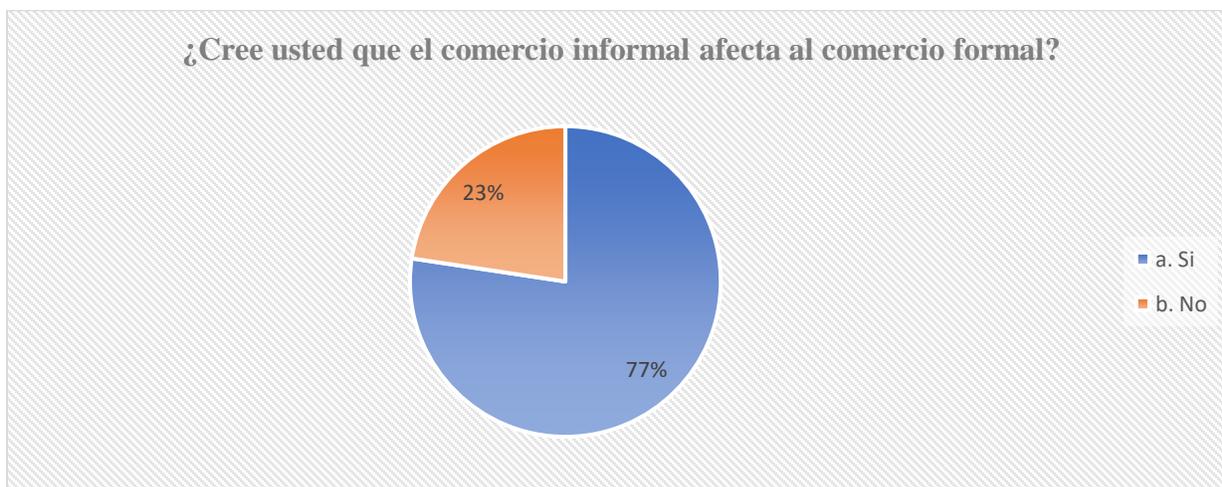
Nota. Elaborado por autores del análisis, (2021).

Análisis e interpretación:

Según el informe trimestral emitido por la Administración de Mercados Municipales de la ciudad de Jipijapa, el mercado central es el principal centro de abastos del cantón, es el de mayor actividad comercial y el de mayor demanda de usuarios y comerciantes. Los usuarios encuestados, mencionaban que realizaban sus compras en el mercado central por su ubicación en el centro de la ciudad y por los precios de los productos; sin embargo, otros usuarios mencionaban que no asistían con tanta frecuencia al mercado central y que optaban por realizar sus compras en otros equipamientos comerciales como lo son los supermercados, ubicados dentro del mismo sector. En los resultados obtenidos en la primera pregunta, se puede constatar que la mayor afluencia de usuarios al equipamiento comercial es semanal, y que la inconformidad de la comunidad por el mal estado del equipamiento es uno de los principales motivos por los que desisten en priorizar al mercado central como su primera opción para realizar sus compras, pese a la variedad de productos y precios.

Figura 39

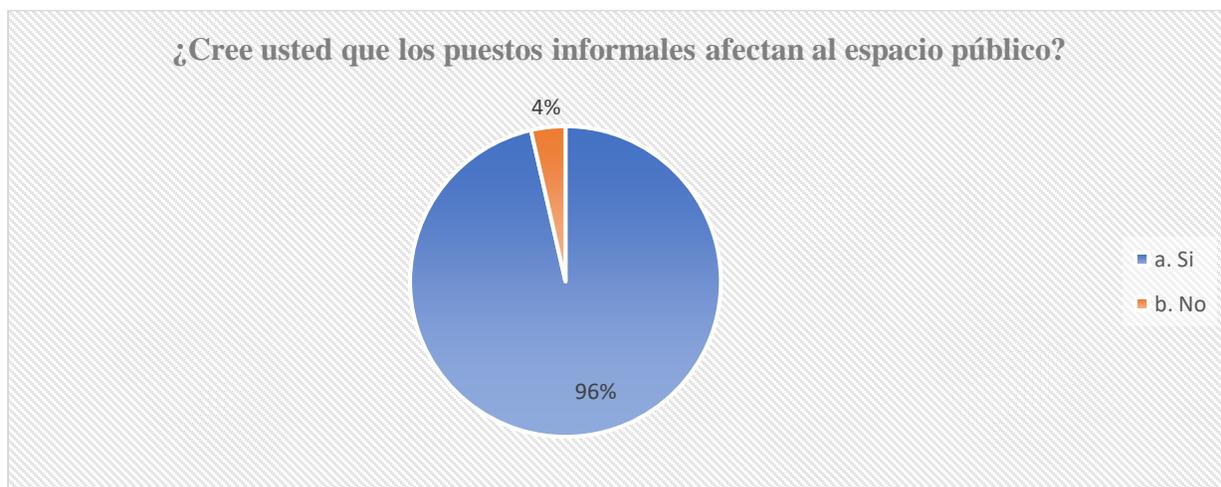
Resultado de la pregunta 5



Nota. Elaborado por autores del análisis, (2021).

Análisis e interpretación:

Tanto el comercio formal como el informal son importantes para la economía de una ciudad, sin embargo, el comercio informal quebranta normas que dejan en desventaja al comerciante formal, ya que es este quien cumple con un contrato y paga los valores pertinentes dentro de las normativas establecidas en el cantón. Cabe recalcar que actualmente existen comerciantes informales dentro del mercado central, ubicados en el área céntrica del equipamiento, tal como se observa en la figura 27 y donde se pueden apreciar los kioscos y el espacio alrededor de la escalera, generando inconformidad por parte de los comerciantes formales.

Figura 40*Resultado de la pregunta 6*

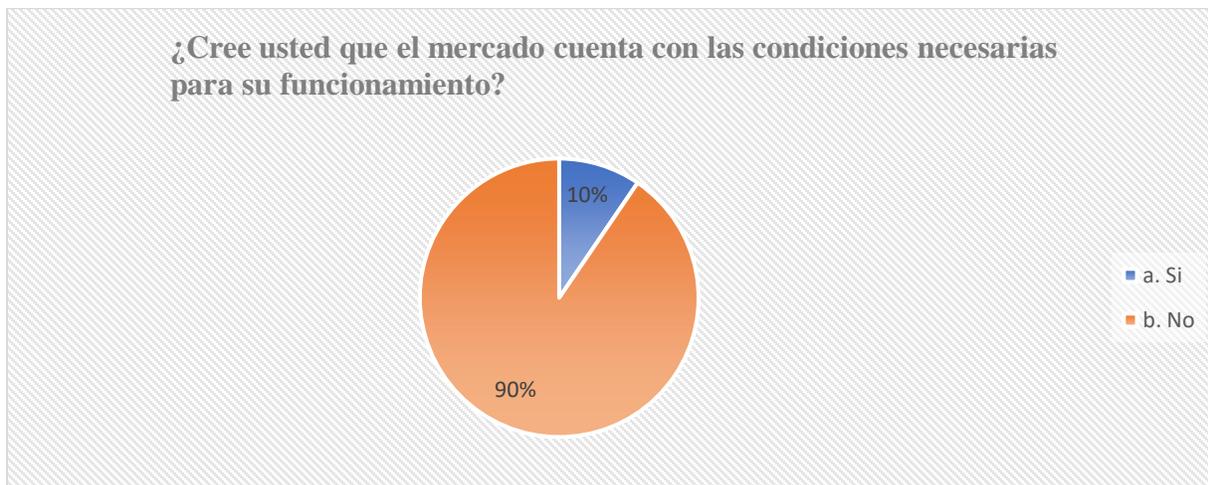
Nota. Elaborado por autores del análisis, (2021).

Análisis e interpretación:

Cuando el comercio se apodera del espacio público, ya sean triciclos sobre la vía o puestos improvisados sobre la acera se altera la función de cada uno de ellos, afectando directamente a la circulación y contribuyendo a un deterioro de la imagen urbana. Actualmente, tanto vías y aceras circundantes al mercado central se encuentran en mal estado debido a la regeneración que se lleva a cabo en estas, como se puede apreciar en la figura 19, sumado al comercio informal se genera una imagen de insalubridad y desorden, ocasionando que se pierda la integración con el equipamiento comercial.

Figura 41

Resultado de la pregunta 7



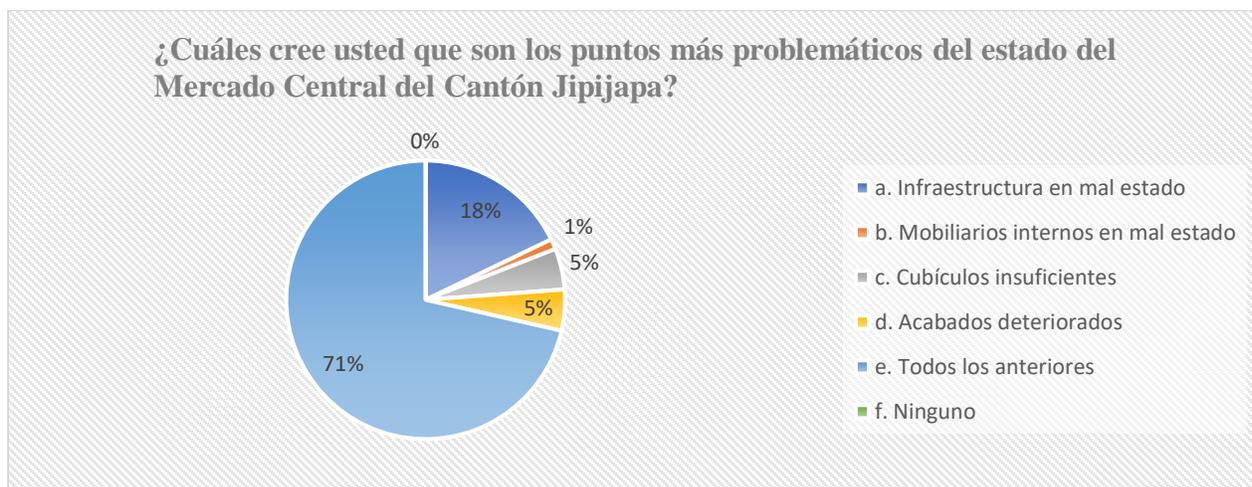
Nota. Elaborado por autores del análisis, (2021).

Análisis e interpretación:

Las condiciones en las que se encuentra el Mercado Central no son las adecuadas. No cuenta con cuartos de frío para la conservación de cárnicos hay áreas de almacenamiento insalubres, malos olores, filtraciones y grietas en la estructura, como se puede apreciar en las figuras 25 y 28. El deterioro general del equipamiento es una de las principales causas por las que no cuenta con las condiciones óptimas para su funcionamiento.

Figura 42

Resultado de la pregunta 8



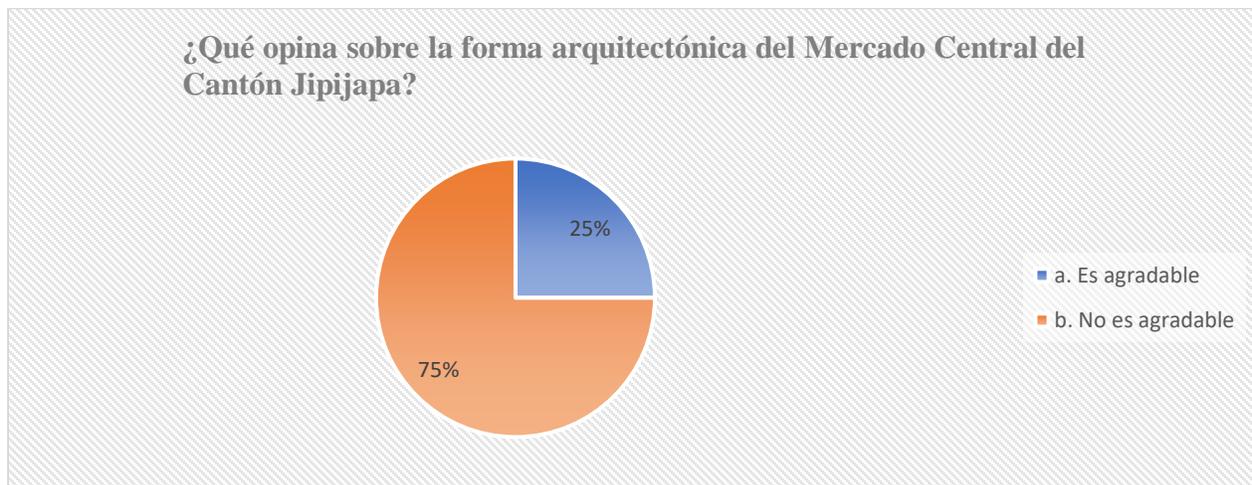
Nota. Elaborado por autores del análisis, (2021).

Análisis e interpretación:

A través de la ficha técnica de observación aplicada en el Mercado Central, se pudo constatar el mal estado en el que se encuentra el equipamiento. Su infraestructura cuenta con agrietamiento en mampostería, corrosión de armadura y desprendimiento del recubrimiento, mesones en mal estado y planta alta inhabilitada por problemas en las bases de las columnas. Muchas de las fallas en la infraestructura son a causa de un exceso de carga en la planta alta y por sucesos naturales como el sismo del 16 de abril del 2016.

Figura 43

Resultado de la pregunta 9



Nota. Elaborado por autores del análisis, (2021).

Análisis e interpretación:

La arquitectura del Mercado Central, se la puede considerar como una arquitectura moderna por su predominio de volúmenes geométricos como el cilindro central, los rectángulos laterales, y una fachada frontal simétrica. Para la mayoría de usuarios encuestados no es una arquitectura agradable, los mismos mencionaban que su forma no va con el entorno que la rodea y que muestra una imagen deteriorada y antigua.

Figura 44

Resultado de la pregunta 10



Nota. Elaborado por autores del análisis, (2021).

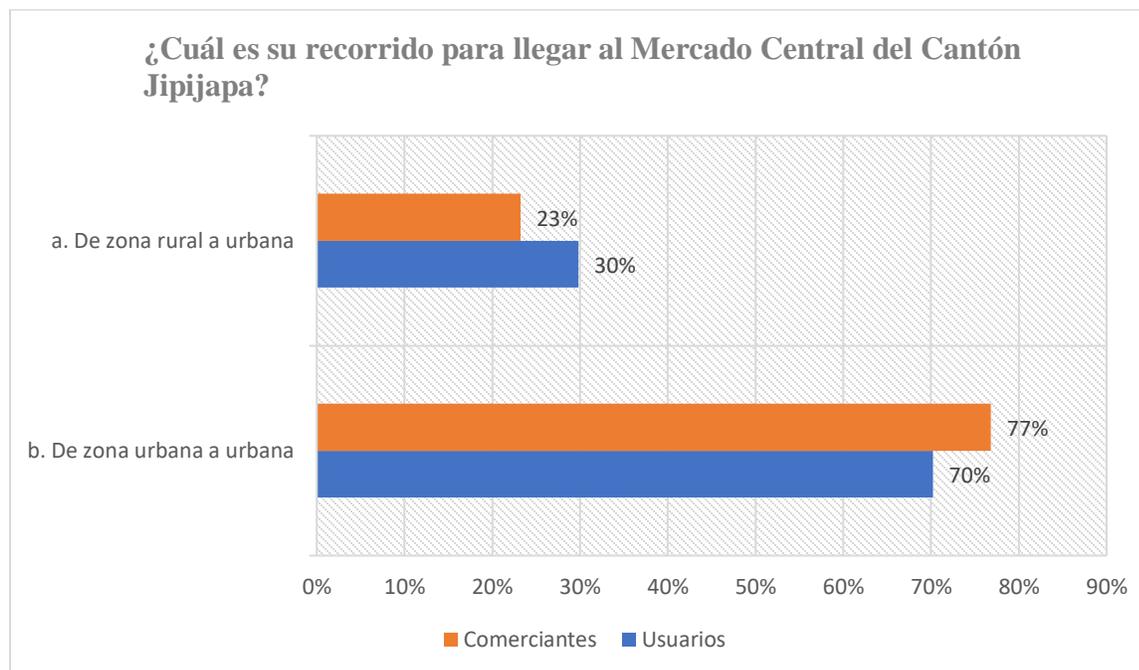
Análisis e interpretación:

La planta principal del Mercado es de forma rectangular, la cual cuenta con una circulación horizontal con accesos laterales que conectan a un centro que cumple la función de distribuidor, donde encontramos también el acceso principal y la circulación vertical por medio de una escalera circular con ojo central; complementario a esto, en la parte posterior se encuentra un techado de estructura metálica que da cabida a los módulos de los comedores que conectan al edificio principal por un acceso que da al distribuidor central. La circulación en el equipamiento es sencilla, sin embargo, en la zona central del distribuidor, debido a la gran escalera circular, se genera un cruce de circulaciones, ya que en esta área se asientan comerciantes informales y limitan el paso; en el acceso posterior, también existe un cruce de circulación porque en ese punto convergen una gran cantidad de usuarios que ingresan por distintos accesos.

Comparación entre las respuestas de los comerciantes y los usuarios Mercado Central del Cantón Jipijapa

Figura 45

Comparación entre la pregunta 2 y la pregunta 4



Nota. Elaborado por autores del análisis, (2021).

Análisis e interpretación:

Dentro de los comentarios emitidos por los usuarios que venían de las zonas rurales, mencionaban que realizaban sus compras en el mercado central por su ubicación en el centro de la ciudad y la disponibilidad de transporte público.

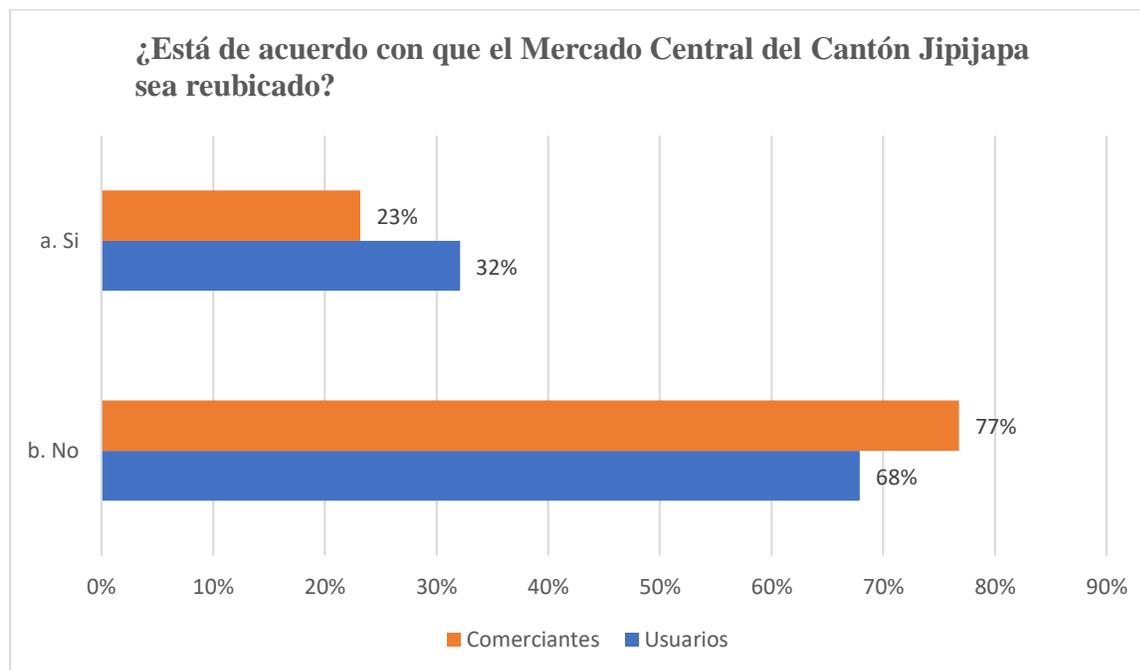
Entre los comentarios realizados por los comerciantes, mencionaban que gran parte de los proveedores de alimentos provienen de las zonas rurales y que la ubicación del mercado en la zona centro de la ciudad es un lugar estratégico para la dotación de la mercadería.

Con los porcentajes obtenidos, concluimos que 3 de cada 10 usuarios y comerciantes que concurren al mercado central, provienen de sectores rurales, una cantidad significativa tomando

en consideración que según el censo del 2010 realizado por el INEC, el 43,40% de su población total del cantón Jipijapa reside en el área rural.

Figura 46

Comparación entre la pregunta 3 y la pregunta 10



Nota. Elaborado por autores del análisis, (2021).

Análisis e interpretación:

Los usuarios que estaban de acuerdo con la reubicación mencionaban que el centro se encuentra muy congestionado, por lo que ubicar el mercado en otro sitio ayudaría a cambiar la imagen del centro de la ciudad; sin embargo, los usuarios que no estaban de acuerdo mencionaban que la reubicación sería un perjuicio para la economía del sector y del cantón en general.

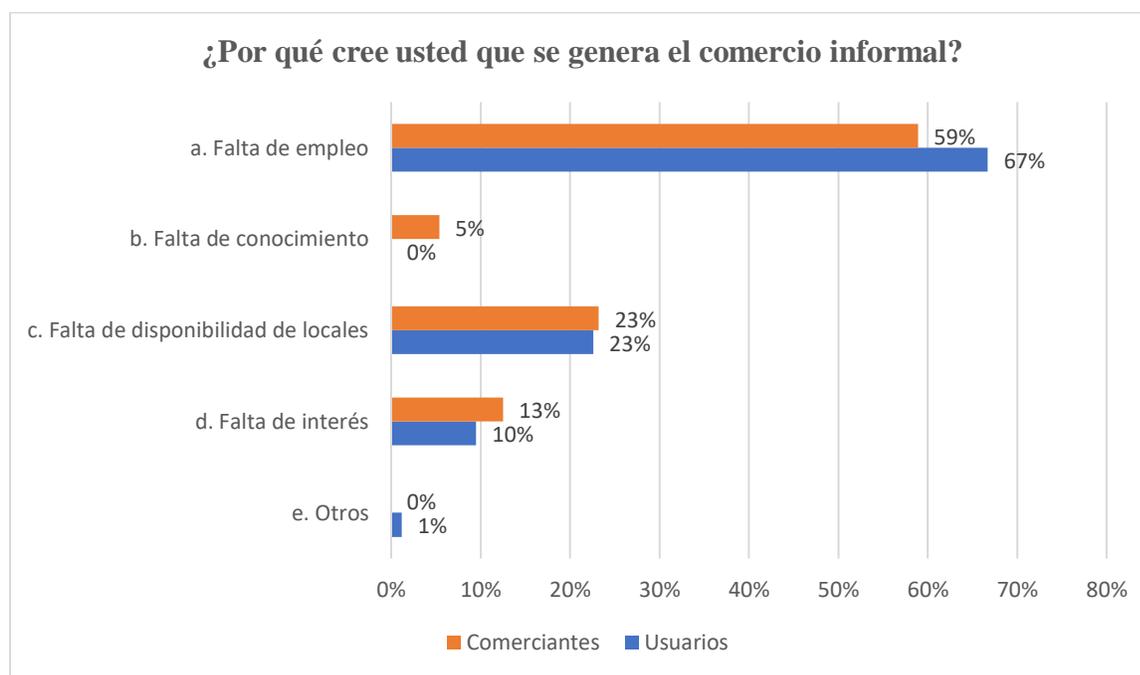
Los comerciantes que estaban de acuerdo con la reubicación mencionaban que el mercado ya no estaba en condiciones para seguir funcionando y que su ubicación en el centro causaba caos; sin embargo, los usuarios que no estaban de acuerdo mencionaban que la reubicación sería un

perjuicio para la economía para ya que el centro de la ciudad en gran parte comercial y donde se encuentran otros equipamientos comerciales.

La reubicación del equipamiento comercial puede traer ciertos inconvenientes al sector donde se encuentra, tomando como ejemplo lo antes expuesto en el marco referencial, el caso del Mercado de Abastos del Barrio Balvanera, el cual cerró sus puertas en 1984, lo que generó pérdida de la potencia comercial y económica del sector, marcando el declive de un área histórica de la ciudad. Un escenario similar al que se puede observar en el Mercado Central del Cantón Jipijapa.

Figura 47

Comparación entre la pregunta 4 y la pregunta 8



Nota. Elaborado por autores del análisis, (2021).

Análisis e interpretación:

Tanto usuarios como comerciantes encuestados quienes mencionaban que la falta de empleo era una de las mayores causas del comercio informal, ya que, al no existir suficientes plazas de trabajo, la ciudadanía recurre a este tipo de comercio para conseguir su sustento diario, de igual

manera a quienes alegaban que la falta de disponibilidad de locales era una de las razones para el comercio informal. comerciantes mencionaban que la falta de interés era uno de las razones principales para el comercio informal, la cual viene de la mano con la falta de educación tributaria.

El 1% que corresponde a otros mencionó que la falta de ordenamiento urbano dentro del casco central del cantón genera un caos de comerciantes informales.

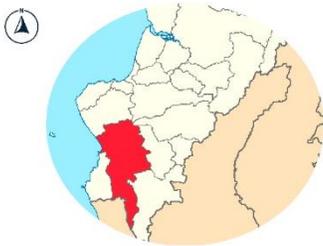
Todos estos factores influyen a la generación del comercio informal; la falta de empleo, que genera una necesidad de buscar un sustento diario, y es aquí, donde la comunidad recurre al comercio informal, falta de conocimiento y de interés por regular su actividad comercial y contribuir con los valores pertinentes y la falta de disponibilidad de locales ya sea por la alta demanda o la mala asignación de estos.

Relevamiento de planos de diagnóstico urbano

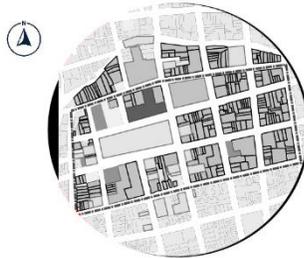
Figura 48

Genius Loci

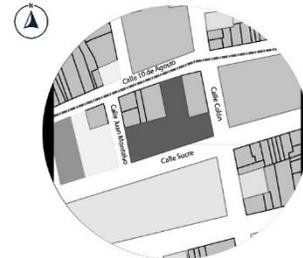
EMPLAZAMIENTO



El cantón jipijapa limita paralelamente por el norte con los cantones de Montecristi y Portoviejo, por el este con Balzar y Santa Ana, por el sur con Santa Elena, hoy provincias, por el Oeste con el Océano Pacífico.



El Mercado Central, se encuentra rodeado de equipamientos de diferentes índoles, por lo que conforma a unos de los puntos centrales mas visitados por la comunidad.



La manzana en la que se ubica el equipamiento, recibe la circulación de cuatro calles: Calle. Sucre, Colón, 10 de Agosto, Juan Montalvo, conformada de un eje central rodeado de vías de accesibilidad en cada uno de sus lados.

HITOS HISTÓRICOS

Edificio de propiedad municipal, en el que funcionaba el Liceo Daniel López en su planta alta y el centro de abasto de su planta baja.

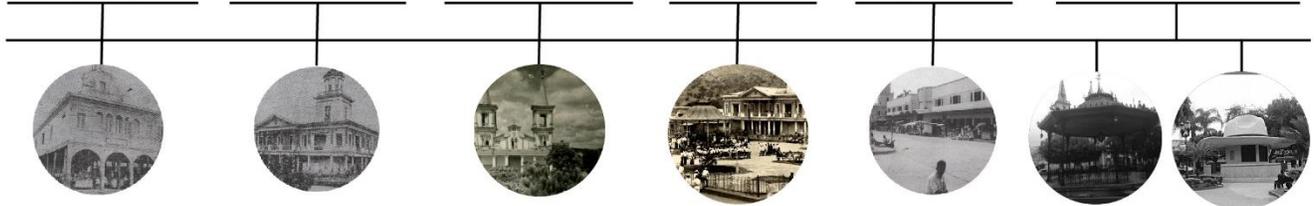
Palacio Municipal, fue demolido y remplazado por un edificio "Moderno".

Antigua Iglesia (de madera) San Lorenzo de Jipijapa, en Manabí, en 1950.

Parque Simón Bolívar 1850.

Mercado central, construido en 1960,.

Glorieta y Monumento al sombrero, ubicado en partes internas del Parque Simón Bolívar



ENTORNO DIRECTO

1. AL SUR

Su vista de ingreso principal, da hacia el parque Simón Bolívar, uno de los parques mas visitados y representativos del cantón.



2. AL ESTE

Unidad Educativa Francisca Vera Robles.



3. AL NORTE

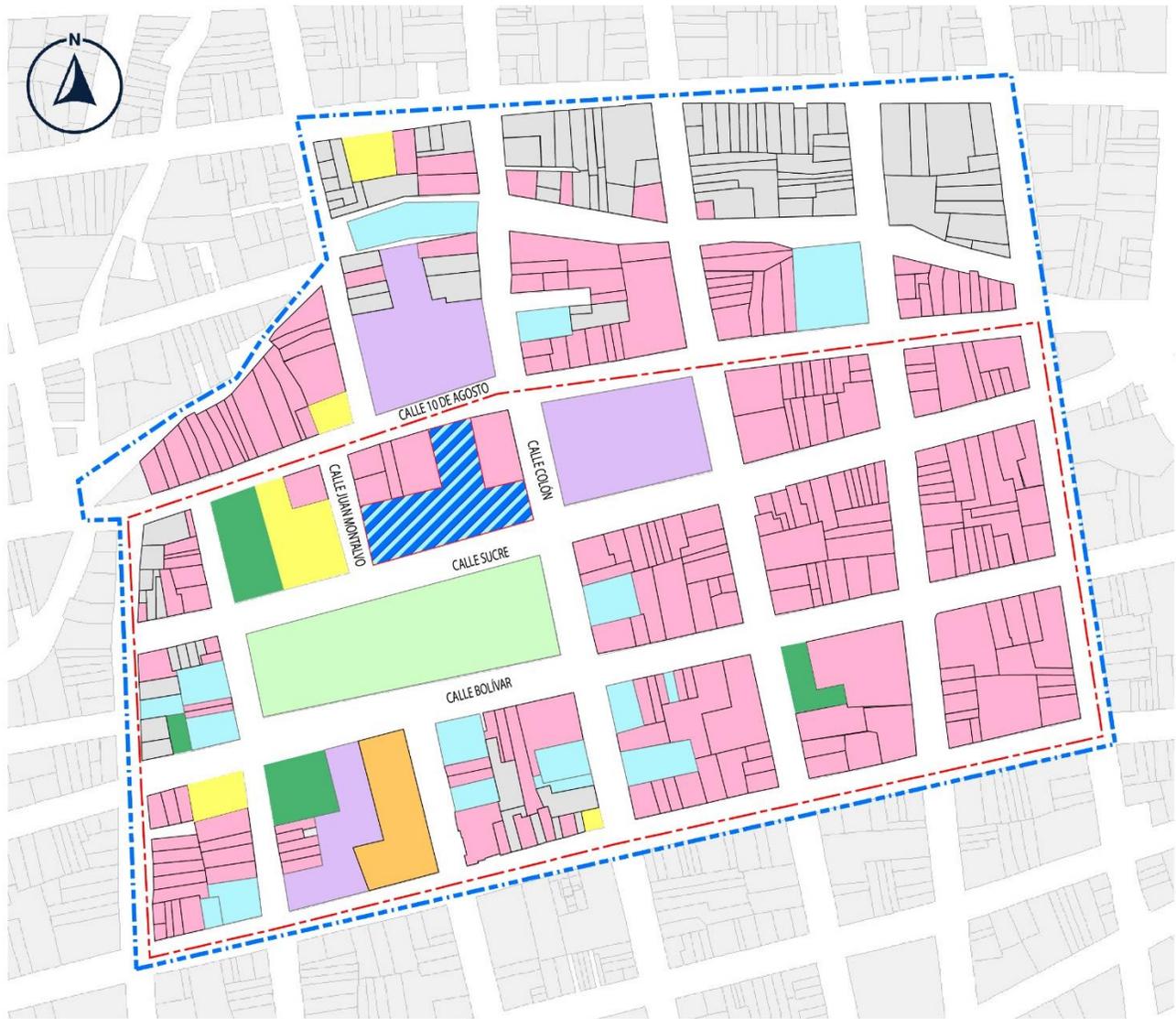
Unidad Educativa Particular Redemptio.



4. AL OESTE

Edificio Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Jipijapa.





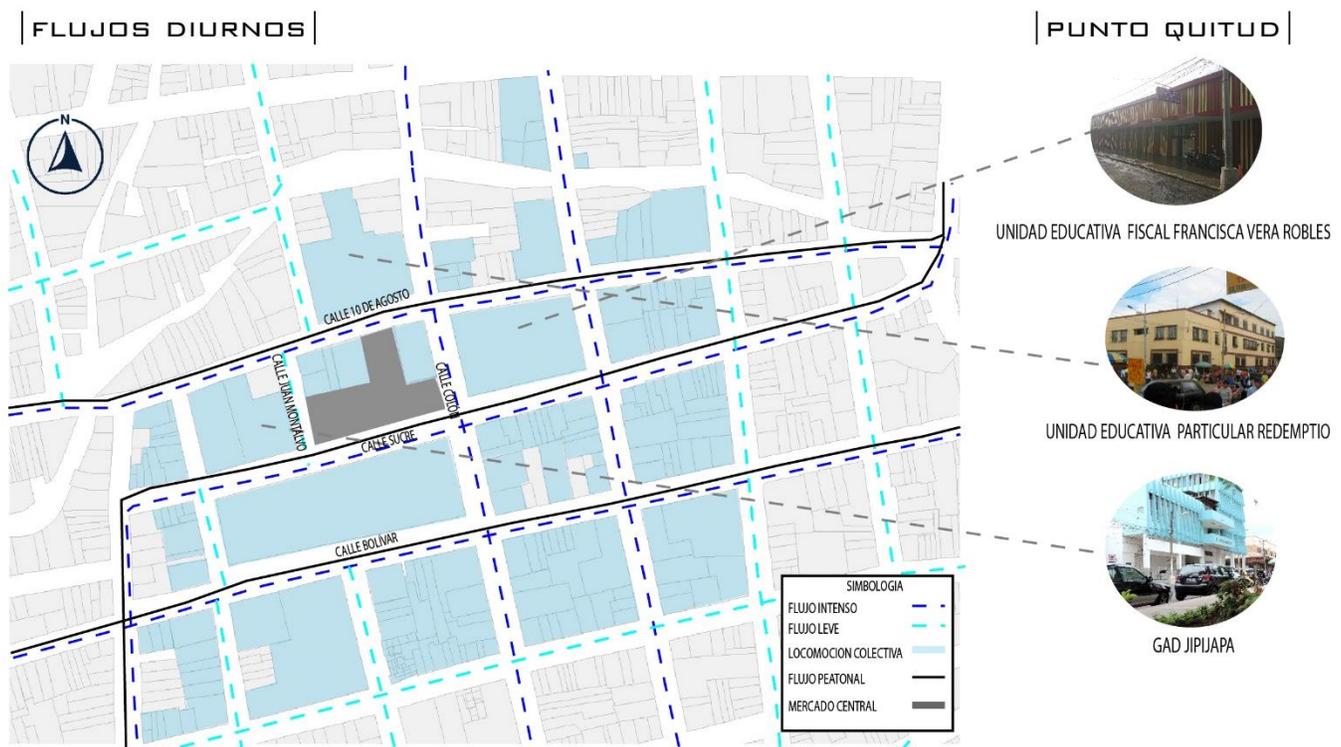
EQUIPAMIENTOS	ÁREAS	PORCENTAJES	OTROS DATOS GENERALES
COMERCIAL	8470 m ²	6 %	POLIGONO DE ANÁLISIS 137753 m ²
RECREATIVO	10275 m ²	7 %	POLIGONO INTERVENCIÓN DE 17 MANZANAS 87311 m ²
RELIGIOSO	1666 m ²	1 %	MERCADO CENTRAL 257 m ²
EDUCATIVO	7676 m ²	6 %	
ADMINISTRATIVO	2436 m ²	24 %	
FINANCIERO	2507 m ²	2 %	
RESIDENCIAL	14051 m ²	10 %	
VIVIENDA MIXTA	40428 m ²	29 %	

Nota. Elaborado por autores del análisis, (2021).

El casco central del cantón concentra una gran cantidad de actividad comercial, donde se pueden encontrar tiendas de abarrotes, farmacias, locales de venta de electrodomésticos, supermercados y comercio ambulante, esto sumado a la actividad administrativa del GAD Municipal y otras oficinas administrativas que se encuentran en el sector, estos equipamientos crean una gran concentración de personas que generan un flujo interactivo entre todos estos equipamientos.

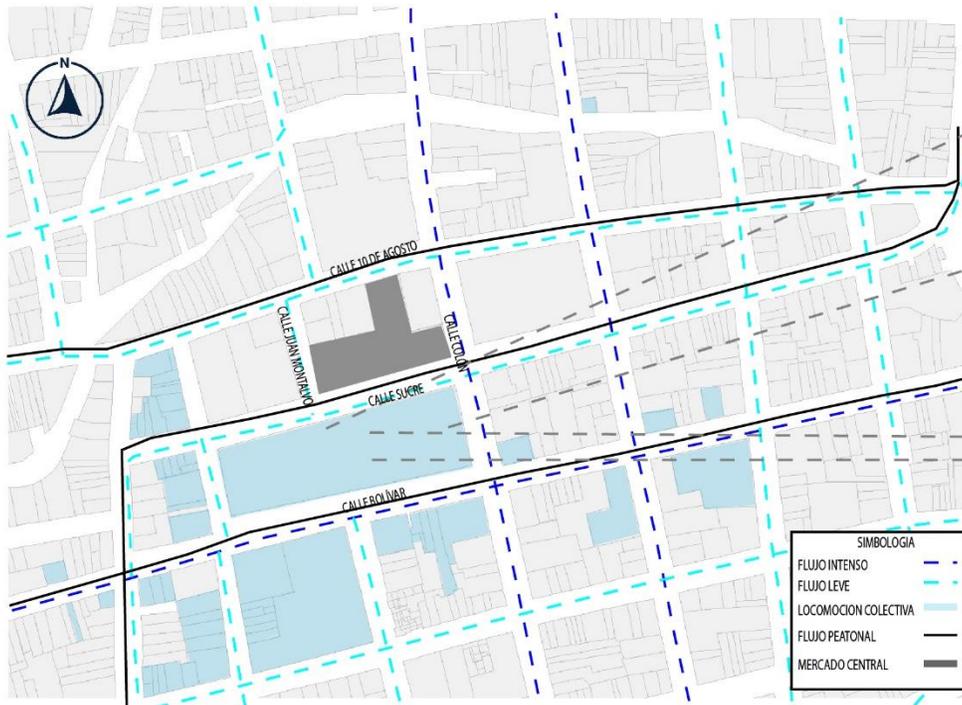
Figura 49

Movimiento Quietud



| FLUJOS NOCTURNOS |

| PUNTO QUITUD |



PLACA Y ESCULTURA POR EL BICENTENARIO



PLAZOLETA DE LA LIBERTAD

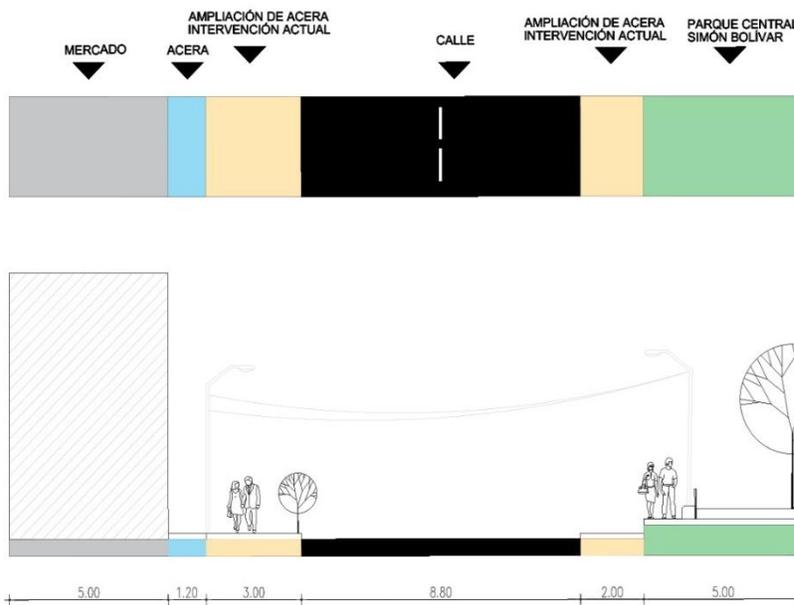


MONUMENTO AL SOMBRERO



GLORIETA DE LA LIBERTAD

| VIA |



CALLE SUCRE



CALLE 10 DE AGOSTO

Nota. Elaborado por autores del análisis, (2021).

Los flujos que se generan dentro del área central del cantón, son variados, tanto diurnos como nocturnos, en el día es muy concurrido por personas de toda índole, tanto de la zona urbana como rural, ya que variedades de equipamientos, como se puede ver en la figura. Sus vías que la integran, mantienen una fluidez concurrida, al ser vías que conectan con varios sectores pertenecientes al cantón, e incluso a zona rurales o cantones aledaños.

En la noche, el parque Simón Bolívar que forma parte del área central, es acogida por la comunidad, ya que en este se dan variedades de eventos culturales y festivos. El parque cuenta con hitos muy reconocidos en toda la provincia, como por ejemplo el monumento al sombrero de paja toquilla, (productos fabricados por manos jipijapenses). También frente a este reconocido equipamiento, está la Iglesia San Lorenzo Mártir, una de las Iglesias apreciadas por los ciudadanos y por los turistas. Es un equipamiento que atrae a ciudadanos que pasan por la vía con dirección a Guayaquil o Manta, ya que cuenta con dos torres de 12.00 m, resaltando por su monumentalidad y convirtiéndola en un hito muy reconocido para llegar al área central del cantón Jipijapa.

En la actualidad, el dinamismo peatonal y vehicular se ve interrumpido por el mal estado del espacio público y vías y aceras en mal estado debido a la regeneración de las 17 manzanas del centro del cantón. Esto ha causado malestar en la circulación y ha debilitado la interacción entre los distintos equipamientos. Cabe recalcar que en dicha intervención se ampliará la acera, aumentándola a 3.00 m y reduciendo sus vías.

Figura 50

Análisis Sensorial

| VISTAS, TEXTURAS Y COLORES |



| VIENTOS, OLORES Y SONIDOS |



Nota. Elaborado por autores del análisis, (2021).

El área céntrica del cantón, al ser un espacio muy concurrido, se puede definir que, tanto en la mañana como en la tarde, existen ruidos intensos provocados por vehículos y comerciantes que se alojan en los alrededores de varios equipamientos.

Figura 51

Áreas Verdes

| ÁREAS VERDES CONSTRUIDAS |



| FLORA GENERAL DE LA ZONA |



Nota. Elaborado por autores del análisis, (2021).

En el cantón Jipijapa se encuentran variedades de flora, distribuidas en los 10 parques que conforman el cantón. En el área que se está analizando se emplaza el parque Simón Bolívar, el cual está conformado por una gran diversidad de flora, siendo el único espacio existente de áreas verdes dentro del área central. Este parque cuenta con 1.329 m² de área verde como se puede visualizar en la figura 52.

Figura 52

Determinación de los espacios verdes y arbolado existentes en la zona urbana

N°	Parque	Especie forestal	Total área verde (m ²)	Total de área neta cobertura arbolado (m ²)	Total Individuos
1	Parque 3 de mayo	8	281	64	24
2	Parque de la madre	3	1647	533	22
3	Parque Jorge Zavala	6	931	193	12
4	Parque Eloy Alfaro	3	6013	1.874	19
5	Parque 6 de agosto	2	320	191	6
6	Parque del niño	3	2168	370	7
7	Parque Luis Bustamante	2	1748	699	3
8	Parque Alejandro Bustamante	3	1755	290	16
9	Parque del padre	3	281	281	8
10	Parque Simón Bolívar	4	1329	265	17
Total			16.473	4.760	134

Nota. Repositorio UNESUM (2019).

<http://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/1751/1/UNESUM-ECU-FORESTAL-2019->

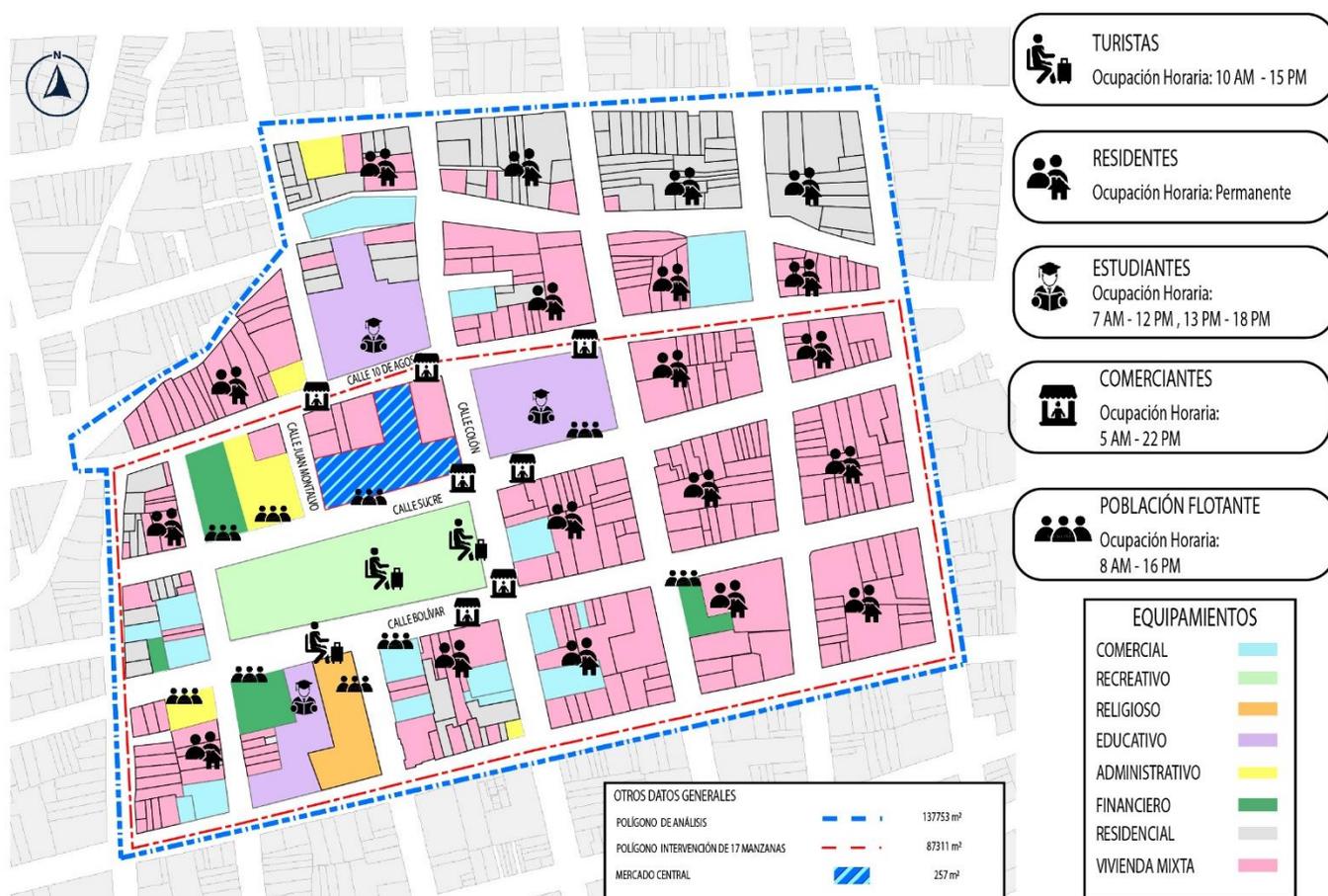
Se determina que el cantón no cumple con el índice de verde urbano establecido, al estar conformado solo por 2.7 m² /hab, cuando lo requerido según la Organización Mundial de la Salud es de 9 m²/hab. Todos estos datos obtenidos de la investigación titulada, “Evaluación de áreas verdes y arbolado existente en la zona urbana del cantón Jipijapa”, elaborado por el Ing. Carlos Ponce Macías, en donde nos menciona lo siguiente.

La ciudad de Jipijapa posee 16 473 m² de áreas verdes, lo que equivale a 2,7m² por habitante y, 4 760 m² de cobertura neta de arbolado, equivalente a 9,42 m² por morador, siendo un valor menor cobertura al compararse con datos de Mena et al. (2011), que obtuvo 127 200 m², equivalente a 4,82 m² de áreas verdes por habitante, en la ciudad de Parral, Chile. (Ponce, 2019)

Figura 53

Etnografía

| POBLACIÓN Y UTILIZACIÓN DE SUELO |



Nota. Elaborado por autores del análisis, (2021).

Capítulo V

Conclusiones y Recomendaciones

Conclusiones

Los equipamientos comerciales juegan un rol imprescindible dentro de la dinámica de una ciudad, son estos los que mueven las actividades comerciales y genera plazas de trabajo dentro de su campo de acción, y de esta manera impulsa la economía de la comunidad. Dentro del área de estudio, el Mercado Central es el centro de la actividad comercial, es la principal central de abasto del cantón y donde se relacionan comerciantes mayoristas y minoristas para la compra o venta de sus productos.

El Mercado Central del Cantón Jipijapa es un equipamiento comercial de más de 60 que, por su estado, ya ha cumplido con su vida útil y que, en base a los análisis realizados, puede resultar un riesgo para quienes concurren en él. La falta de mantenimiento por parte de las autoridades responsables puede ser uno de los factores que haya contribuido al deterioro del mismo, el mercado no cuenta con las condiciones necesarias para su funcionamiento, ya sea en infraestructura o por las condiciones de salubridad, cero accesibilidad e insuficiencia de locales.

La reubicación del Mercado Central del Cantón Jipijapa hacia una zona alejada del centro de la ciudad es una posibilidad que genera malestar en la comunidad, principalmente a los comerciantes. Este tipo de acciones cuenta con sus ventajas y sus desventajas; entre las ventajas cuenta que con la reubicación del mercado, el centro de la ciudad se encuentre menos congestionado y daría paso a un equipamiento con las condiciones óptimas y necesarias para su funcionamiento; sin embargo, como desventajas se podría encontrar con la pérdida del poder comercial del sector y por ende de la economía que se generaba en este, y la dificultad de los comerciantes de la zona rural para llegar hasta el nuevo equipamiento comercial.

La relación que existe entre el equipamiento comercial con el espacio público es bastante reducida, tomando en cuenta en el mal estado en el que se encuentran las vías y las aceras por la regeneración, es una situación que reduce la relación casi a nula. No obstante, hasta antes de la intervención, ese equilibrio entre el espacio público y el Mercado era, y lo sigue siendo interrumpido y opacado por el comercio informal. Los comerciantes ambulantes y puestos improvisados ocupan vías y aceras, lo que dificulta la circulación, generando una pérdida total del espacio público al ser privatizado por comerciantes que ya cuentan con espacios determinados. Es por este motivo que, sumando el mal estado del equipamiento comercial por su falta de mantenimiento, más su deteriorado entorno, se muestra un escenario donde se refleja una imagen urbana que debe ser mejorada.

Recomendaciones

Es indispensable promover las actividades comerciales dentro de la comunidad del cantón, apoyarse entre comerciantes mayoristas y minoristas para que exista un crecimiento económico significativo y de esta manera generar fuentes de empleo que contribuirán a la población, la cual optará por realizar actividades comerciales formales y no informales.

Se deberán gestionar normativas que regulen de mejor manera el ordenamiento dentro del casco central del cantón, y que garantice un espacio público libre de barreras y fomento de libre circulación; también se debe considerar una normativa más específica y de estricto cumplimiento para los equipamientos comerciales, siendo el caso, para el mercado central, ya que es este el principal centro de abastos de la ciudad, sea o no reubicado.

La demolición del actual mercado central es prácticamente un hecho, sin embargo, no se puede dejar a un lado este sector, ya que es potencialmente comercial y afectaría de forma directa a la comunidad en general. Por ende, es de suma importancia la elaboración de un proyecto que contribuya y preste el espacio necesario para realizar actividades comerciales de manera ordenada y sin irregularidades que permita una integración entre el exterior y el interior, generando un vínculo entre el nuevo equipamiento comercial y el espacio público.

Es responsabilidad de todos los cuidados el cuidado del espacio público, ya que es un espacio que le pertenece a cada uno de los ciudadanos del cantón, es imperioso fomentar el cuidado del espacio público por parte de las autoridades, con planes de limpieza, reforestación, ornato, o de urbanismo táctico, que vinculen a la comunidad con el entorno de la ciudad y de esta manera no permitan la mala apropiación ni el mal uso del mismo.

Capítulo VI

Propuesta

Delimitación de la Propuesta

Con los resultados obtenidos mediante las técnicas de recolección de datos aplicadas, como la ficha de observación y crítica arquitectónica, los formularios de encuesta y los planos de diagnóstico urbanos, se mostraron las problemáticas que existen tanto en el equipamiento comercial como en el espacio público inmediato. El cantón Jipijapa cuenta con 5 mercados urbanos de actividad minorista, de los cuales 4 de ellos son asentamientos improvisados con cubiertas de estructura metálica y, por lo tanto, únicamente el Mercado Central cuenta con una edificación de estructura de hormigón armado. Este último es un mercado catalogado como central, el cual debe contar con los parámetros necesarios para el uso adecuado de abastecimiento a la población, sin embargo, por sus características no cumple con esos parámetros y solo llega a ser un mercado minorista de alcance local. Tomando en consideración lo antes mencionado, es indispensable que la reubicación y la construcción de nuevo mercado central que cuente con la planificación y los lineamientos necesarios para acoger a todos los comerciantes dispersos y que adquieran un espacio seguro y apto para su actividad comercial. Con la reubicación del equipamiento comercial fuera del casco central, es pertinente no perder el potencial comercial que tiene este sector, por ende, se propone la construcción de una plaza comercial, una combinación entre la actividad comercial y el espacio público, que brinde un comercio formal al aire libre y que acoja a todo tipo de comerciante minorista, donde exista un intercambio económico, social y cultural, una inserción del entorno urbano al interior del equipamiento, con una edificación abierta hacia el exterior.

Objetivo de la Propuesta

Potenciar el comercio formal en el casco central del cantón Jipijapa y mitigar el comercio informal en el espacio público, mediante un diseño de equipamiento comercial que permita la relación con el espacio público y vincule a la comunidad para un buen desarrollo socio económico.

Alcance de la propuesta

Tomando en cuenta los lineamientos de diseño para un equipamiento comercial, como una plaza de mercado, se presentará un programa arquitectónico donde se organizará y se determinarán la vinculación y la jerarquización de los espacios contemplando la función, la orientación, circulación y las dimensiones necesarias para su funcionamiento. Con la información previamente desarrollada, se procederá al diseño funcional, formal, sistema constructivo y el espacio público; plantas arquitectónicas, secciones, fachadas e ilustraciones en 3d, con las cuales se expongan las soluciones que el proyecto brindará para las problemáticas encontradas en la investigación.

Criterios de diseño

Según el Instituto Ecuatoriano de Normalización [INEN] (2013), en su norma técnica sobre los requisitos para mercados saludables, se exponen los siguientes requisitos relativos a la infraestructura:

- El mercado debe estar alejado de fuentes de contaminación que representen riesgo para la inocuidad de los alimentos, en particular de zonas propensas a inundaciones y zonas industriales.
- El mercado debe contar con infraestructura física, que impida el ingreso de animales y facilite el control de plagas, así como otros elementos del ambiente exterior como polvo y materias extrañas, con la finalidad de mantener las condiciones sanitarias.

- La construcción debe ser sólida y disponer de espacio suficiente para la instalación, operación y mantenimiento de los equipos y puestos de comercialización, así como para el movimiento del personal, usuarios y el traslado de materiales y alimentos.
- El diseño y la distribución del mercado debe permitir un mantenimiento, limpieza y desinfección de la infraestructura que minimice el riesgo de contaminaciones.
- El mercado debe contar con un sistema de drenaje para las aguas lluvias y las aguas residuales.
- Las áreas internas del mercado deben estar divididas en zonas o giros según el nivel de higiene dependiendo de los riesgos de contaminación y de los alimentos.
- Los pisos, paredes y techos deben ser contruidos de materiales impermeables, no porosos que permitan la limpieza y mantenimiento.
- Las paredes de los puestos de comercialización deben tener una superficie lisa de baldosa o pintura lavable hasta una altura mínima de 2 m.
- Los pisos deben ser de material antideslizante y liso, resistente a los golpes, libres de roturas y grietas.
- Los pisos deben tener una pendiente mínima de 2 % que permita el drenaje de efluentes líquidos provenientes de la limpieza.
- Los drenajes del piso deben tener la protección adecuada, ser conducidos por cañerías y estar diseñados de forma tal que se permita su limpieza y mantenimiento. Donde sea requerido deben tener instalados el sello hidráulico, trampas de grasa y sólidos, con fácil acceso para la limpieza.
- Los pasillos no deben ser utilizados como áreas de almacenamiento.

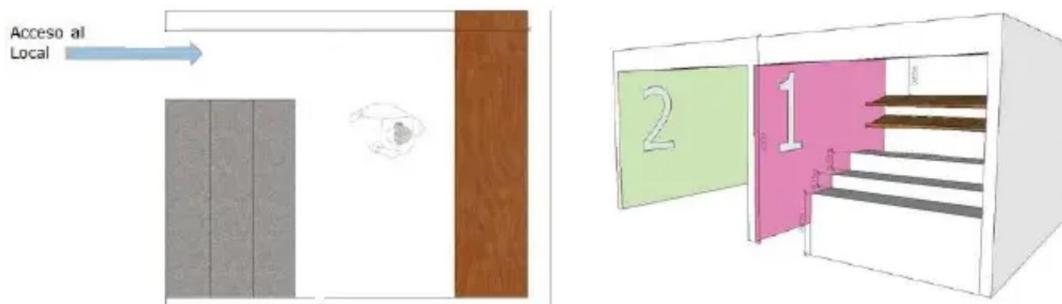
- La iluminación puede ser natural y/o artificial, debe ser adecuada para permitir la realización de las tareas para que no comprometa la higiene de los alimentos y no alterar la visión de los colores de los alimentos que se venden.
- El mercado debe disponer de un sistema de abastecimiento continuo de agua potable, en caso de no contar con el abastecimiento continuo se debe disponer de instalaciones para el almacenamiento, distribución y asegurar la calidad del agua.
- El mercado debe contar con un sistema de recolección diferenciada interna de desechos (orgánicos e inorgánicos), almacenamiento provisional en un área específica cubierta, con piso impermeable, con ventilación y señalización, accesible para su recolección y su posterior disposición final.

El Departamento Nacional de Planeación de Colombia, en su documento sobre los lineamientos para el diseño de una plaza de mercado, detalla las siguientes características de los locales:

Los locales de frutas, verduras y abarrotes, deben contar las dimensiones necesarias que garantice las condiciones sanitarias y de comercialización ... Estos locales deben estar en zonas especiales de la plaza alejados de los baños y cuartos de basuras, con el fin de evitar la contaminación cruzada. (DNP, 2016)

Figura 54

Esquema de los locales de verduras



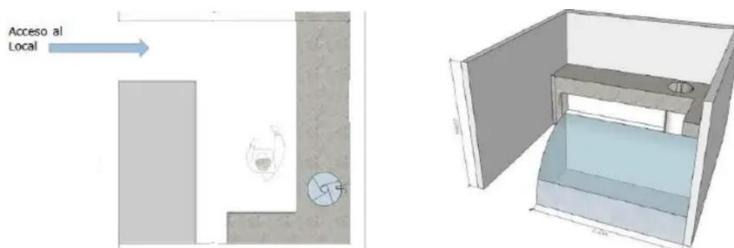
Nota. Configuración en planta y en alzado de un local de frutas, verduras y abarrotes. Fuente: Lineamientos para el diseño de una Plaza de Mercado (2016).

[https://www.academia.edu/32653943/Lineamientos para el dise%C3%B1o de una plaza de mercado](https://www.academia.edu/32653943/Lineamientos_para_el_dise%C3%B1o_de_una_plaza_de_mercado)

Los locales de carnes, pollo y/o pescado, deben contar con espacio suficiente que garantice las condiciones sanitarias y de comercialización. Asimismo, deben tener disponibilidad para la instalación de neveras para la refrigeración y/o congelación de los productos y el manejo de los desechos. (DNP, 2016)

Figura 55

Esquema de los locales de carnes



Nota. Configuración en planta y en alzado de un local de carnes, pollo y pescado. Fuente: Lineamientos para el diseño de una Plaza de Mercado (2016).

[https://www.academia.edu/32653943/Lineamientos para el dise%C3%B1o de una plaza de mercado](https://www.academia.edu/32653943/Lineamientos_para_el_dise%C3%B1o_de_una_plaza_de_mercado)

Los residuos sólidos que se generen deben ser ubicados de manera tal que no representen riesgo de contaminación a los alimentos. Para ello, las plazas de mercado deben estar dotadas de un sistema de recolección almacenamiento de residuos sólidos que impida la reproducción de insectos, roedores y otras plagas, el cual debe cumplir con las normas sanitarias vigentes ... la plaza de mercado debe contar con un espacio destinado a cuarto de basuras que se sugiere tenga un área mínima de 15 m², espacio que debe ser suficiente para realizar la disposición adecuada de los residuos y su reciclaje. Sin embargo, el área deberá ser definida con base en el volumen de generación de residuos sólidos diarios. Se deben contar con espacios suficientes para la circulación de comerciantes, consumidores y distribución adecuada de los alimentos sin generar obstrucciones, para lo cual se recomienda un ancho mínimo de corredores de 2.00 m. Se debe considerar el acceso de discapacitados en todos los lugares de la plaza mediante rampas. Se deberá disponer de un espacio adecuado para la oficina de administración de la Plaza de mercado. Se recomienda contar con un espacio mínimo de 9 m². (DNP, 2016)

Lineamientos para espacios de uso público

Según el INEN (2001), en su Norma Técnica NTE INEN 2 293:2001, sobre accesibilidad de las personas con discapacidad y movilidad reducida al medio físico, señala los siguientes parámetros:

Dimensiones mínimas en locales: espacio mínimo entre la proyección de piezas sanitarias consecutivas 0.10 m. Espacio mínimo entre la proyección de las piezas sanitarias y la pared lateral 0.15 m. Espacio mínimo entre la proyección de la pieza sanitaria y la pared frontal 0.50 m. No se permite la descarga de la ducha sobre una pieza sanitaria. La ducha deberá tener una superficie con un lado de dimensión mínima libre de 0.70m., y será independiente

de las demás piezas sanitarias. Para el caso de piezas sanitarias especiales se sujetará a las especificaciones del fabricante. Todo edificio de acceso público contará con un área higiénico sanitaria para personas con discapacidad o movilidad reducida permanente. (INEN, 2001)

Según el INEN (2017), en su Norma Técnica NTE INEN 2314, sobre accesibilidad de las personas al medio físico y elementos urbanos, se deben contemplar los siguientes parámetros generales para el diseño de elementos urbanos:

Se deben tener en cuenta las determinantes y condicionantes de diseño como las condiciones climáticas del lugar de uso, la frecuencia de uso, el material de fabricación y construcción, su mantenimiento; así como el vandalismo y otras condiciones excepcionales, para asegurar su aceptación por la comunidad, su seguridad y su adaptación al entorno. Todos los elementos urbanos deben contrastar con la superficie del piso y el entorno para facilitar su identificación y localización. (INEN, 2017)

Según el INEN (2017), “de existir barandillas y vallas fijas en la acera, estas deben situarse en el borde de la misma y cuando son móviles pueden ubicarse también en la calzada”, para esto muestran los siguientes criterios de diseño:

- Deben tener una altura mínima (c) de 1 000 mm.
- Deben tener una abertura máxima entre sus parantes de 100 mm.
- En caso de precisar pasamanos, debe cumplir con NTE INEN 2244.
- La parte inferior de la barandilla debe disponer de un zócalo resistente cuyo borde inferior debe estar a una altura máxima de 100 mm.

Dentro de los criterios de ubicación para bancas o asientos, según el INEN (2017), “las bancas o asientos (incluidas las zonas reservadas para sillas de ruedas o coches de bebés, usuarios

con ayudas técnicas y otros de similares usos) no deben interferir con la circulación peatonal de acuerdo con NTE INEN 2243”, donde muestra los siguientes criterios de diseño:

- La altura del asiento debe ser entre 400 mm y 450 mm, medidos desde el nivel del piso terminado.
- La altura del tope del respaldo debe estar entre 750 mm y 790 mm.
- La profundidad del asiento debe estar entre 400 mm y 450 mm.
- El ángulo del asiento respecto del respaldo debe tener una inclinación entre 100° y 105°.
- La altura del reposabrazos debe ser de un mínimo de 150 mm hasta un máximo de la misma altura del respaldo por encima del asiento.

Para los criterios de ubicación de mesas en espacio público según el INEN (2017), “Se pueden colocar en lugares de espera en bulevares, parques y plazas sin interferir con la circulación peatonal”, por lo tanto, se disponen los siguientes criterios de diseño:

- Permitir el espacio de maniobra hacia la mesa el cual debe permitir un giro de 360°, lo que equivale a una circunferencia de 1 500 mm de diámetro libre.
- Tener un espacio inferior libre de obstáculos (b) hasta una altura de 700 mm.
- Tener una profundidad mínima (a) de 600 mm para acomodar las rodillas y un ancho mínimo de 900 mm.
- En caso de existir los reposapiés, estos deben colocarse a una altura máxima (c) de 300 mm.

Entre los criterios de ubicación y diseño para ornamentación según el INEN (2017), “Las esculturas, banderas, pérgolas y parasoles no deben obstruir el ancho y alto mínimo de paso para

circulación peatonal de acuerdo con NTE INEN 2243 y deben ser firmes y estables”, y además para los servicios de comercio, culturales e informativos:

Los kioscos de venta comercial, terrazas de bares o restaurantes y exposiciones deben permitir la aproximación frontal y el alcance de los planos de atención (atriles con menús o caballetes informativos, entre otros) con un mínimo de 1 500 mm de diámetro sin interferir la circulación peatonal ... aceras mayores a 2 400 mm y en bulevares deben estar ubicadas en la banda de servicios y en plazas y parques deben colocarse contiguo o dentro de las vías de circulación peatonal sin interferir con el ancho libre de paso peatonal. (INEN, 2017)

Correspondiente de los criterios de ubicación y diseño para la vegetación urbana según el INEN (2017), “Los elementos de vegetación tales como macizos de flores, arbustos, árboles no deben invadir las franjas o vías de circulación peatonal ni vehicular con elementos tales como:”

- Ramas hasta una altura mínima de 2 400 mm, medidas desde el nivel del terreno donde están plantados los elementos.
- Raíces que sobresalgan al nivel de suelo o que, debido a su crecimiento, creen desniveles o roturas en las vías y que se conviertan en obstáculos para los peatones o los vehículos; o en elementos peligrosos para la integridad de obras de infraestructura.

Se recomienda que en las áreas próximas a la circulación peatonal no se utilicen especies con espinas, productoras de sustancias tóxicas o especies invasivas que requieran un mantenimiento constante, así como especies que desprendan un exceso de hojas, flores, frutos, semillas o cualquier otra sustancia que, por mantenimiento no puedan ser retiradas y que, en consecuencia, puedan tornar resbaladizo el acabado del piso terminado. (INEN, 2017)

Programación arquitectónica

El arquitecto Alfredo Plazola hace referencia al diseño de mercados, planteando la siguiente lista de necesidades:

- **Zona exterior:** plaza de acceso, estacionamiento.
- **Zona de administración:** secretaria y sala de espera, privado administrador, contabilidad y control, servicio sanitario.
- **Zona de locales:** carnicería, pescadería pollería, abarrotes, lácteos, verduras y frutas.
- **Zona de pasaje:** zapaterías, telas y ropa, flores y plantas.
- **Zona de alimentos:** restaurantes.
- **Zona de servicio:** patio de maniobras, patio de basura, bodega, frigorífico, preparación y lavado, baños públicos, cuarto de máquinas y mantenimiento, comedor de empleados.

En base a la información previamente analizada, se plantean las siguientes zonas en función a las necesidades para la conformación del proyecto arquitectónico:

- Zona administrativa
- Zona de ventas
- Zona de servicios
- Zonas complementarias

Con las zonas definidas, se presentarán las zonas a atender dentro del equipamiento con sus respectivas dimensiones, las cuales están referenciadas por la enciclopedia de arquitectura del Arquitecto Alfredo Plazola (1994):

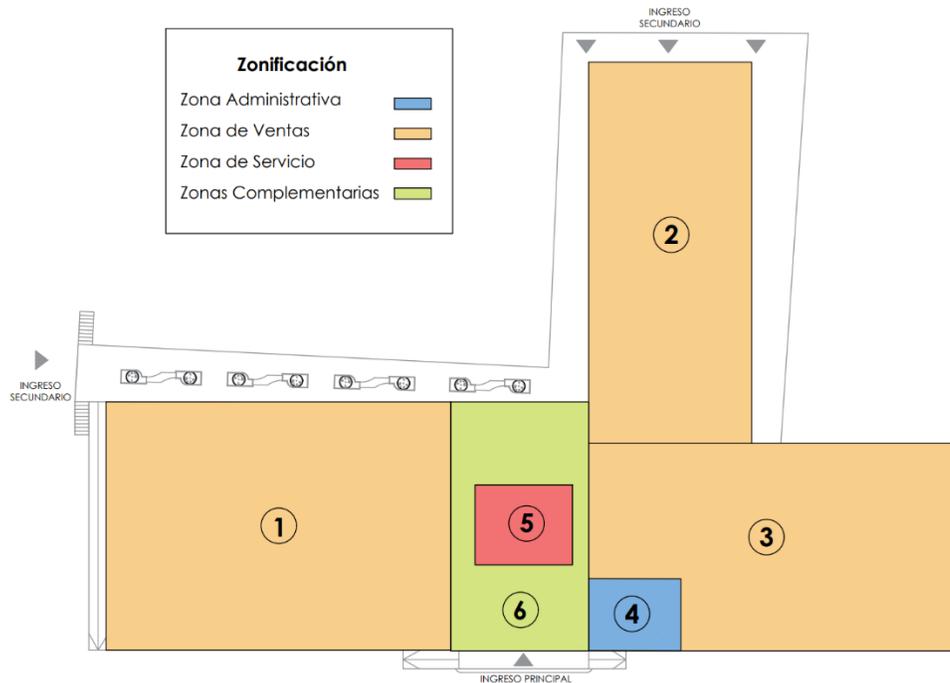
Tabla 2*Cuadro de áreas*

Administración				
Espacio	Dimensiones	Área	Cantidad	Mobiliario
<i>Secretaría</i>	3x3 m	9 m ²	1	Escritorio y sillas
<i>Administración</i>	3x6 m	18 m ²	1	Escritorio y sillas
<i>Recaudación</i>	3x5 m	15 m ²	1	Escritorio y sillas
<i>Baño</i>	2.40x3 m	7.2 m ²	1	Sanitarios y lavabo
Ventas				
Espacio	Dimensiones	Área	Cantidad	Mobiliario
Legumbres, verduras y frutas	1.5x3 m	4.5 m ²	16	Repisas y silla
Abarrotes	2.3x3 m	6 m ²	14	Mostrador, repisas y silla
Comidas preparadas	2.30x3 m	6.90 m ²	14	Nevera, cocineta, y mesón
Artículos varios	2.30x3 m	6.90 m ²	14	Mostrador, repisas y silla
Servicio				
Espacio	Dimensiones	Área	Cantidad	Mobiliario
Baños públicos	6x4 m	24 m ²	1	Sanitarios y lavamanos
Complementarias				
Espacio	Dimensiones	Área	Cantidad	Mobiliario
Plaza y áreas verdes	-	-	1	Bancas y ornamento

Nota. Elaborado por autores del análisis, (2021).

Propuesta funcional

Para la estructuración funcional se distribuyen los espacios en base a la vinculación entre las actividades que se desarrollan en cada uno de ellos, con tres bloques de zona de venta, un bloque de zona administrativa -la cual mantiene una conexión con el ingreso principal-, un bloque de zona de servicio que abastece a todo el conjunto, y de manera central la zona complementaria que sirva como un distribuidor hacia el resto de zonas y a su vez conecta los ingresos secundarios ubicados sobre en la parte lateral izquierda y superior, como se aprecia en la figura 56.

Figura 56*Zonificación propuesta*

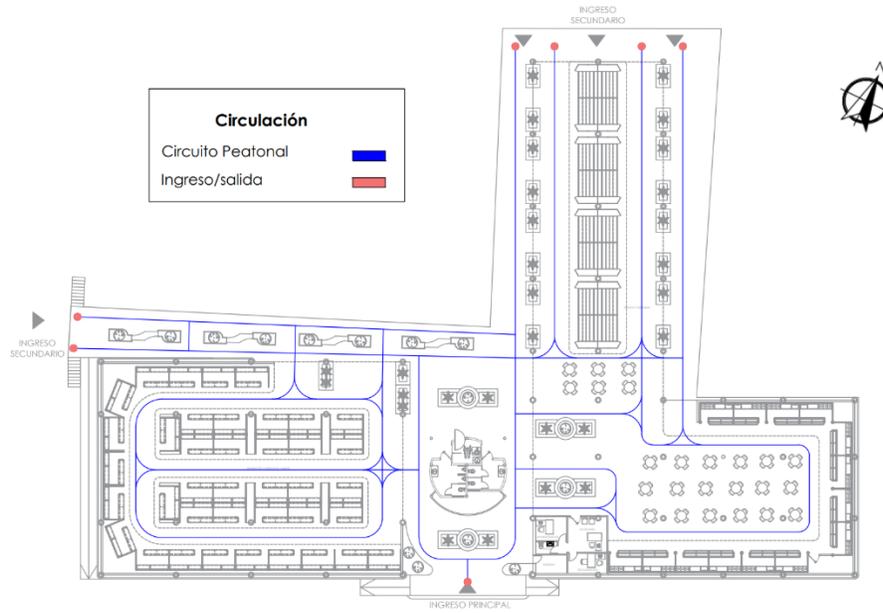
Nota. Elaborado por autores del análisis, (2021).

Dentro del primer bloque en la zona de ventas, se encuentran los cubículos de abarrotes y artículos barios, en el segundo bloque se encuentran los puestos de frutas y verduras, en el tercer bloque, dentro de la misma zona, se encuentra el patio de comidas, en el cuarto bloque dentro de la zona administrativa se encuentran las oficinas de administración y recaudación, en el quinto bloque se encuentran los baños de acceso público, y en el sexto bloque se encuentra la plaza central que conecta con los caminos de ingreso.

La planta está distribuida de tal forma que, la circulación principal es en sentido lineal con un recorrido libre, generado por la plaza central. En la zona de ventas en cada uno de los 3 bloques, la circulación continua de forma lineal, creando un circuito de recorrido sugerido en forma ramificada y en bucle, como se puede apreciar en la figura 57.

Figura 57

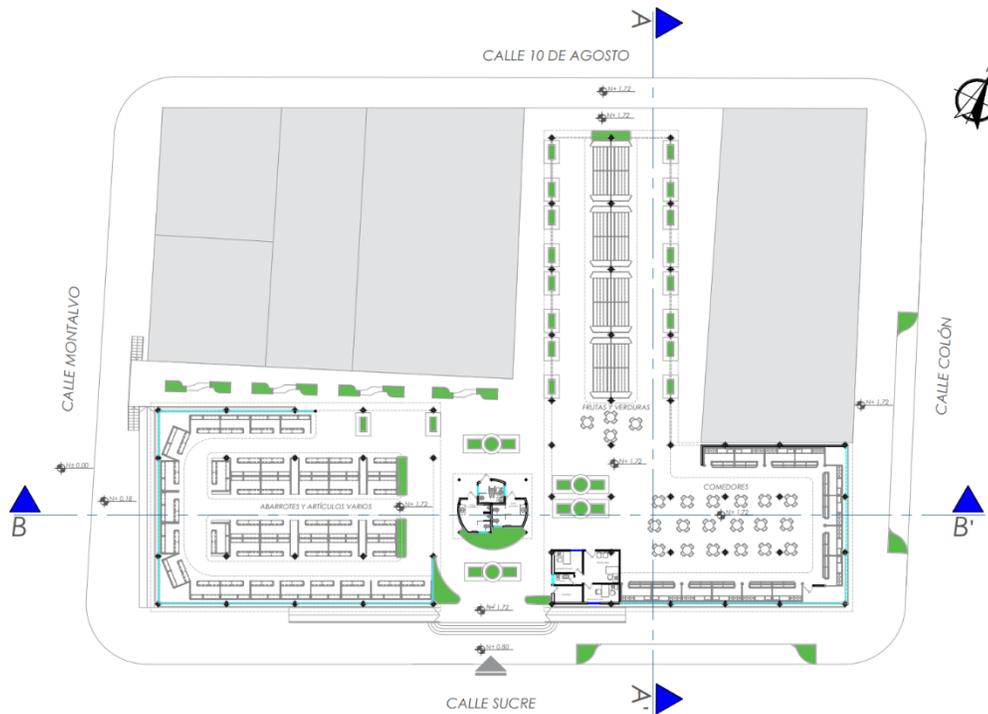
Circulación propuesta



Nota. Elaborado por autores del análisis, (2021).

Figura 58

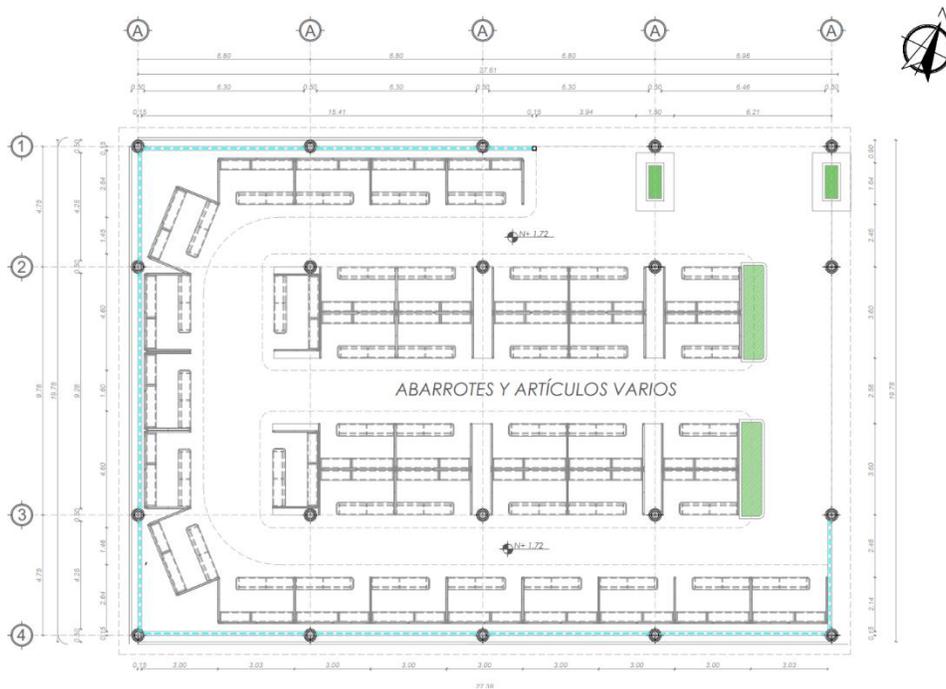
Emplazamiento de la propuesta



Nota. Elaborado por autores del análisis, (2021).

Figura 59

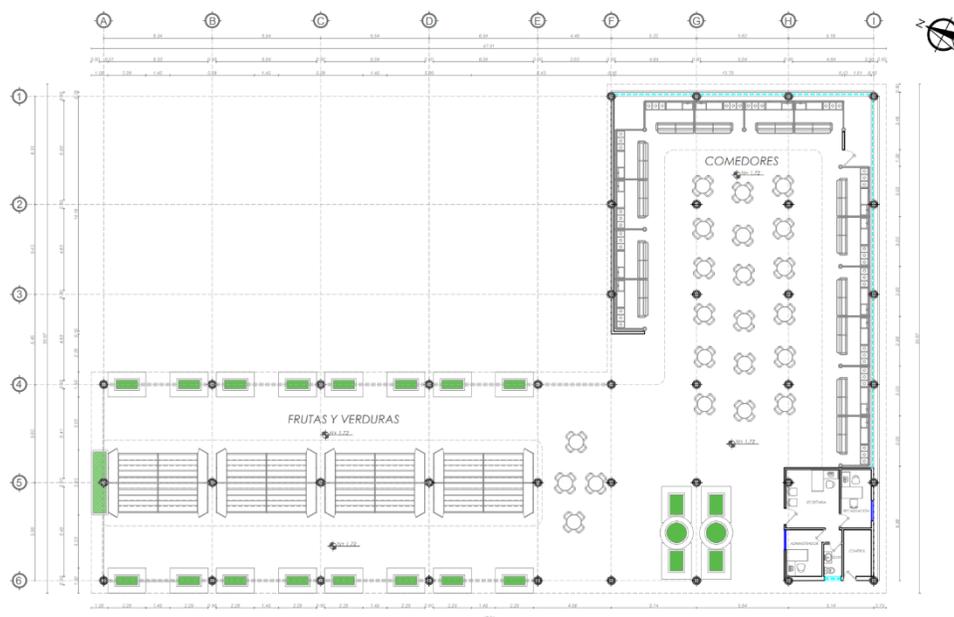
Planta arquitectónica del bloque 1



Nota. Elaborado por autores del análisis, (2021).

Figura 60

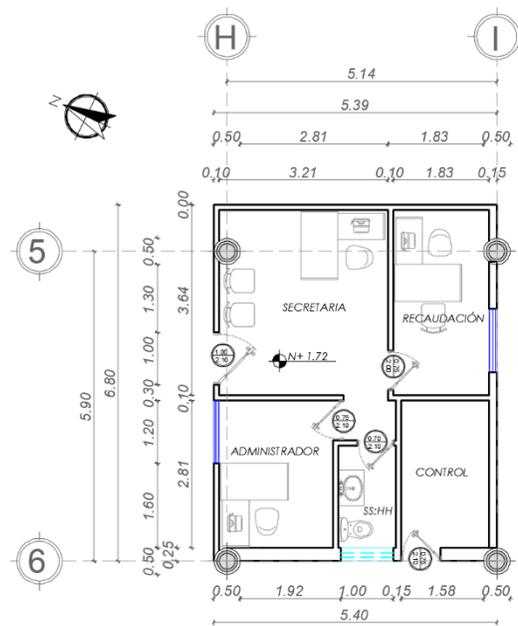
Planta arquitectónica del bloque 2 y 3



Nota. Elaborado por autores del análisis, (2021).

Figura 61

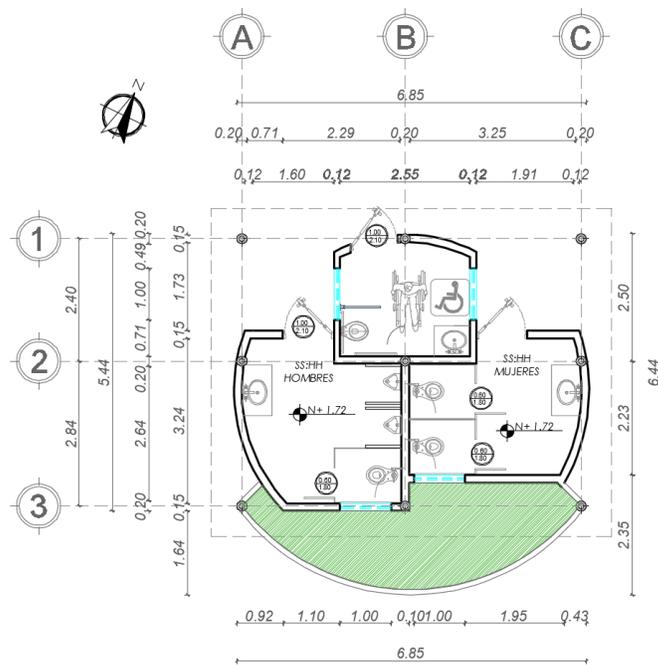
Planta arquitectónica administración



Nota. Elaborado por autores del análisis, (2021).

Figura 62

Planta arquitectónica baños públicos



Nota. Elaborado por autores del análisis, (2021).

Propuesta formal

La composición formal está basada en una arquitectura de finales del siglo XIX, conocida como la arquitectura de hierro o industrial, utilizada como una técnica constructiva y a su vez como un estilo arquitectónico común en la época de la revolución industrial. El palacio de cristal en la ciudad de Guayaquil o el centro cultural Itchimbia son referentes nacionales de lo que fue este estilo, como se aprecia en las figuras 63 y 64. Se considero este tipo de construcción para integrar el entorno urbano existente, dentro del parque central del cantón, se encuentran bancas, glorietas, luminarias, y otras herrerías que acompañan al diseño propuesto. De esta manera también se contribuye a la integración con el entorno patrimonial que existe en el casco central de Jipijapa.

Figura 63

Palacio de Cristal de Guayaquil



Nota. Antiguo Mercado Sur, ahora conocido como “Palacio de Cristal” por su estructura y su imponente diseño que data de 1907. Fuente: Viajandox (2020).

<https://www.ec.viajandox.com/guayaquil/palacio-de-cristal-A129>

Figura 64*Centro Cultural Itchimbia*

Nota. La estructura tiene 124 años de existencia y su diseño incluyó el revestimiento de grandes láminas de vidrio. Fuente: diario el Comercio (2013).

<https://patrimonio.elcomercio.com/index.php/patrimonio-historico/parque-itchimbia/tesoros#.YEaA9GhKiHt>

Figura 65*Glorieta del Parque Central de Jipijapa*

Nota. Blog Jipijapa (2011). <http://jipijapa07.blogspot.com/2011/>

El primer bloque cuenta con una cubierta de tres naves de doble altura, dos laterales y una central, el bloque dos cuenta con dos naves de doble altura, y el bloque tres al igual que el bloque uno cuenta con tres naves de doble altura, dos laterales y una central. La distribución interna, así como la amplitud de las áreas, la apertura de sus laterales y la ausencia de muros perimetrales, permite una ventilación e iluminación natural.

Sus fachadas están compuestas por pilares vistos de hierro de los cuales se enlazan muros de mampostería y sobre estos reposa un cerramiento de herrería. Las cubiertas a dos aguas y su doble altura se avista desde todos sus ingresos.

Figura 66

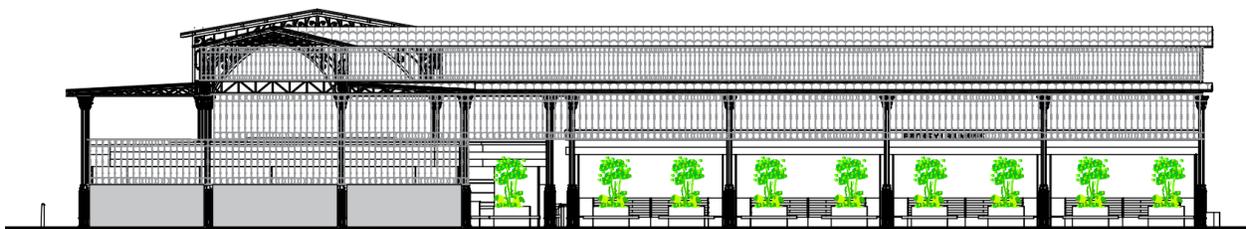
Fachada frontal



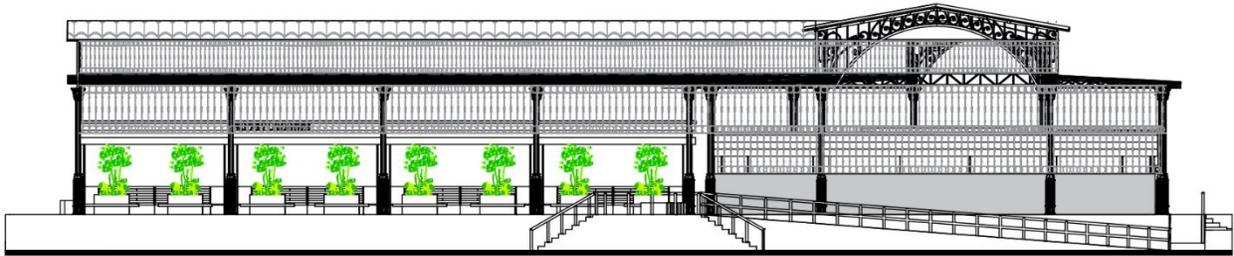
Nota. Elaborado por autores del análisis, (2021).

Figura 67

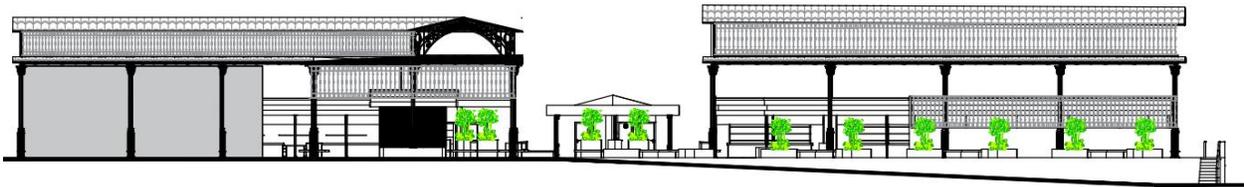
Fachada lateral izquierda



Nota. Elaborado por autores del análisis, (2021).

Figura 68*Fachada lateral derecha*

Nota. Elaborado por autores del análisis, (2021).

Figura 69*Fachada posterior*

Nota. Elaborado por autores del análisis, (2021).

Figura 70*Intercepción calle Sucre y Colón*

Nota. Elaborado por autores del análisis, (2021).

Figura 71*Ingreso principal*

Nota. Elaborado por autores del análisis, (2021).

Figura 72*Intercepción calle Sucre y Juan Montalvo*

Nota. Elaborado por autores del análisis, (2021).

Figura 73

Área de abarrotes y artículos varios



Nota. Elaborado por autores del análisis, (2021).

Figura 74

Área de frutas y legumbres



Nota. Elaborado por autores del análisis, (2021).

Figura 75*Patio de comidas*

Nota. Elaborado por autores del análisis, (2021).

Figura 76*Plaza central*

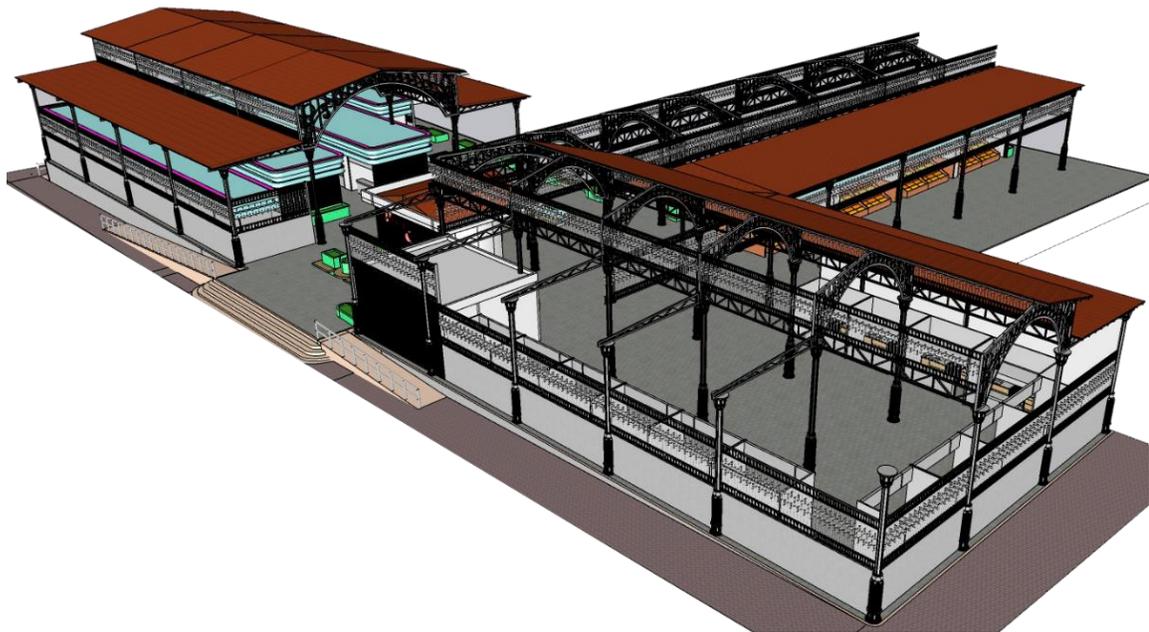
Nota. Elaborado por autores del análisis, (2021).

Sistema constructivo

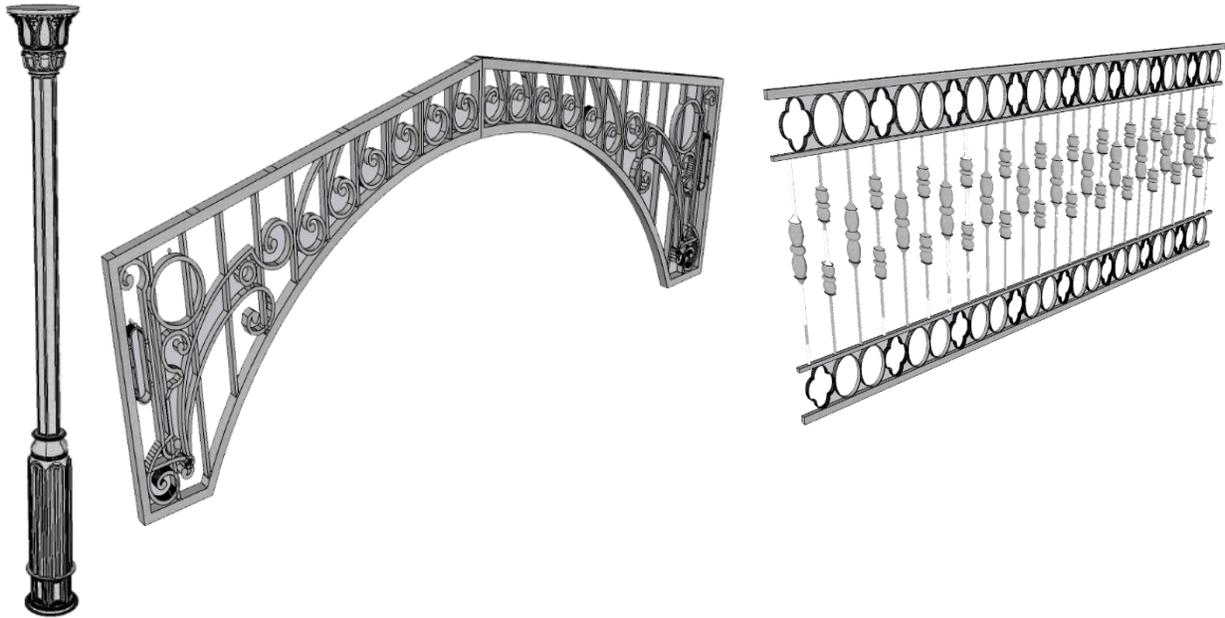
La solución constructiva está basada en una estructura metálica, con columnas, cerchas y enrejados de hierro forjado, que brindan soporte a las cubiertas de dos aguas. Las columnas tienen una forma circular, y cuentan con una altura de 5.40 m y un diámetro de 0.50 m, en el cerramiento perimetral de los bloques, el muro tiene una altura de 1.75 m y un grosor de 0.15 m, el enrejado tiene una altura de 1.80 m y cuenta con detalles decorativos, como soporte de la nave central donde está situada la cubierta a dos aguas, se encuentran cerchas rectangulares de 0.50 m de altura, que confina las luces entre columnas en sentido longitudinal, y sobre esta se encuentra la cercha principal que soporta la cubierta, con una altura en sus extremos de 2.50 m y 3.40 en el centro.

Figura 77

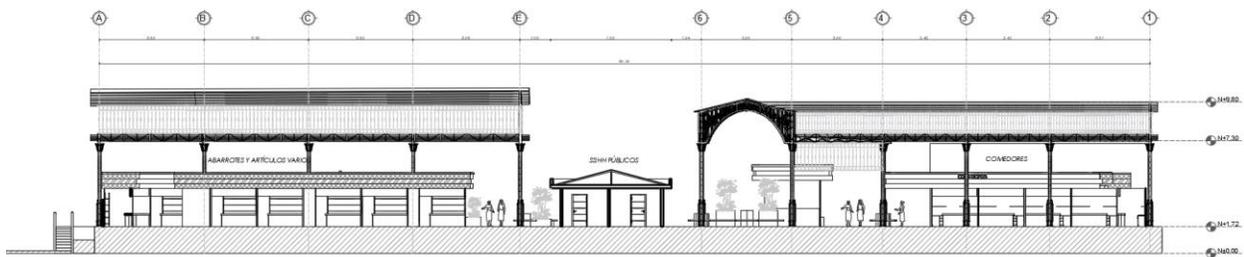
Configuración estructural



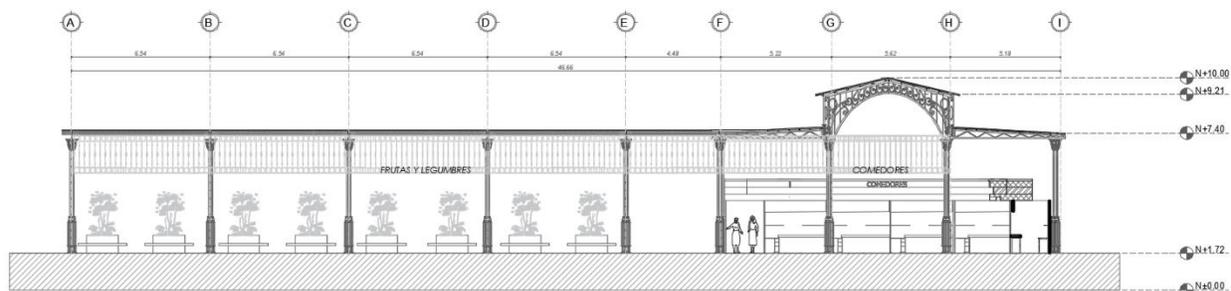
Nota. Elaborado por autores del análisis, (2021).

Figura 78*Detalles constructivos*

Nota. Elaborado por autores del análisis, (2021).

Figura 79*Corte longitudinal*

Nota. Elaborado por autores del análisis, (2021).

Figura 80*Corte transversal*

Nota. Elaborado por autores del análisis, (2021).

Relación con el espacio público

Como parte esencial del proyecto, el espacio público es el elemento integrador que vincula las actividades comerciales con las interacciones sociales y culturales de los usuarios, es por esto que dentro del proyecto se plantea la propuesta de regeneración urbana contemplada por el Gobierno Municipal del Cantón Jipijapa, el cual proyecta la intervención de 17 manzanas en el casco central de la ciudad. Comprende en la ampliación de aceras, mejoramientos en calzada y bordillos, implementación de mobiliario urbano, arborización y señalética horizontal y vertical.

Figura 81

Propuesta de regeneración urbana



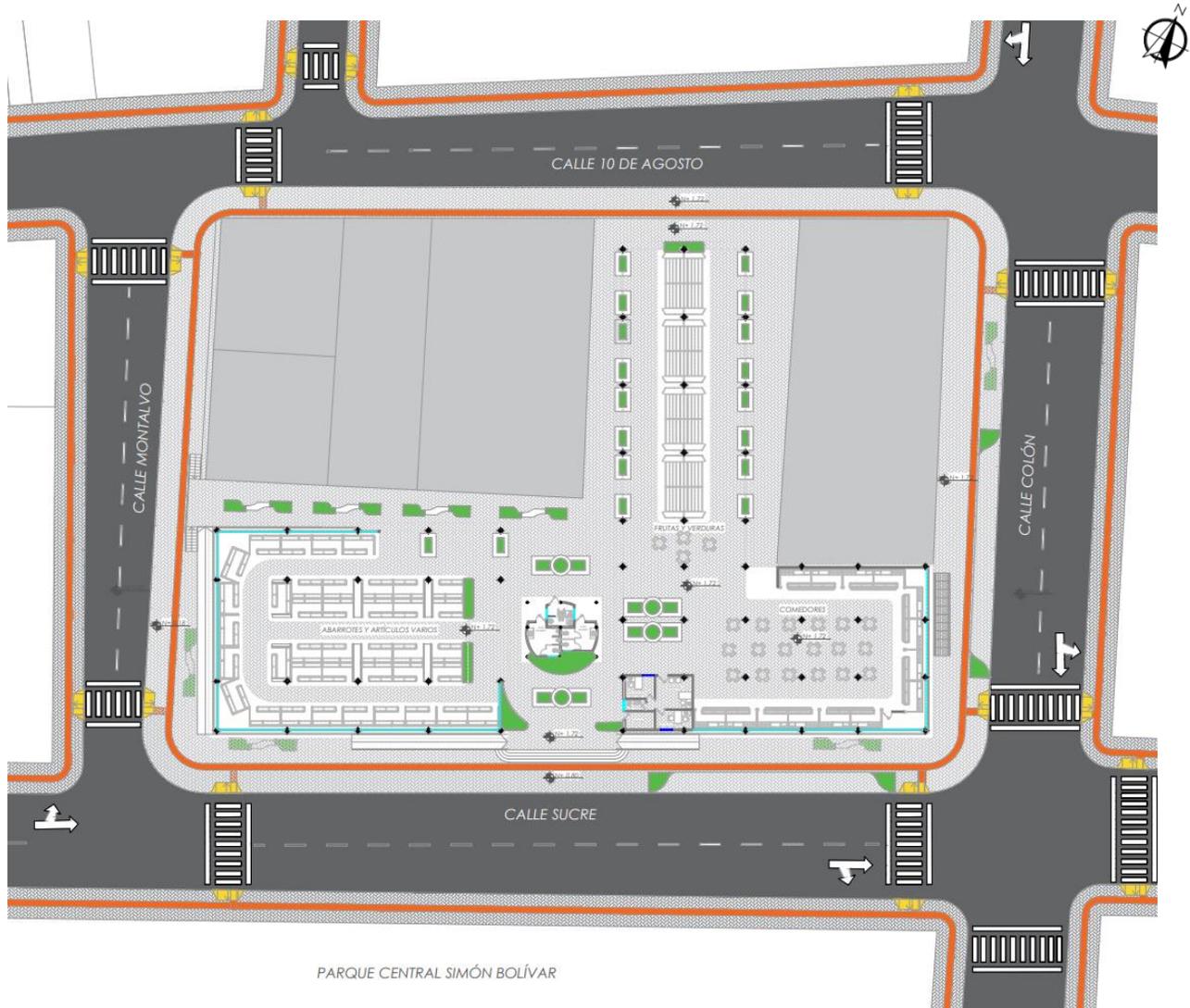
Nota. Propuesta de regeneración urbana por parte del Gobierno Municipal del Cantón Jipijapa.

Fuente: Alcaldía de Jipijapa (2020). <https://jipijapa.gob.ec/index.php/noticias/item/287-proyecto-de-regeneracion-urbana>

Dentro del entorno inmediato al actual mercado central, la configuración vial mantiene los sentidos de calles de forma unidireccional, siendo estas la Calle Sucre, la calle Colón, la Calle 10 de agosto y la Calle Montalvo. Para complementar el espacio público se propone una bahía de taxis sobre la Calle Sucre, una parada de buses sobre la Calle Colón; ya que es esta la única ruta de transporte público que pasa por este sector, la incorporación de pavimento podó táctil en las aceras para priorizar y salvaguardar la movilidad de personas que cuenten con capacidades limitadas. Los baños se ubican en una zona céntrica dentro del equipamiento, ya que estos serían el único servicio sanitario público en el centro de la urbe, y tanto usuarios como turistas y la misma comunidad podrían hacer uso del mismo. Es de esta forma que, con los complementos antes mencionados y la propuesta de la vinculación directa por medio de la plaza central, se integra el espacio público con el nuevo equipamiento comercial.

Figura 82

Entorno inmediato del equipamiento



Nota. Elaborado por autores del análisis, (2021).

Figura 83*Vista aérea sureste*

Nota. Elaborado por autores del análisis, (2021).

Figura 84*Vista aérea noreste*

Nota. Elaborado por autores del análisis, (2021).

Referencia bibliográfica

- Antonio, M., Rafael, P., Fernando, C., Silvia, C., & Maruri, N. (2011). La crítica de arquitectura como modelo de investigación. *4ª Jornadas Internacionales Sobre Investigación En Arquitectura y Urbanismo*.
- Attoe, W. (1982). *La crítica en la Arquitectura como disciplina* (Limusa (ed.); First Edit).
- Ayuntamiento de Zaragoza. (n.d.). *Inspeccion de Técnica de Edificaciones (ITE)*. Retrieved December 20, 2020, from <https://www.zaragoza.es/ciudad/urbanismo/vivienda/ite.htm>
- Barrientos, N. (2011). *Los beneficios de los mercados y ferias en la ciudad (II Parte)*, *Plataforma Urbana*. <https://www.plataformaurbana.cl/archive/2011/05/19/los-beneficios-de-los-mercados-y-ferias-en-la-ciudad/>
- Cabas, M. (2019). *El Mercado Público Como Elemento*. <https://www.researchgate.net/publication/331672426>
- Campos, G., & Lule, N. (2012). La observación, un método para el estudio de la realidad. *Xihmai*, 7(13), 45–60. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3979972.pdf>
- Casas, J., Repullo, J. R., & Donado, J. (2003). La encuesta como técnica de investigación. Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos. *Atención Primaria*, 31(8), 527–538. [https://doi.org/10.1016/s0212-6567\(03\)70728-8](https://doi.org/10.1016/s0212-6567(03)70728-8)
- Cazamajor, P. (1984). *Quito aspectos geográficos de su dinamismo*. https://horizon.documentation.ird.fr/exl-doc/pleins_textes/pleins_textes_7/carton01/24049.pdf
- Chemes, J. M., & Etchevarría, M. (2018). *ECONOMIA y COMERCIO INFORMAL: algunos*

conceptos

previos.

<https://fce.unl.edu.ar/jornadasdeinvestigacion/trabajos/uploads/trabajos/94.pdf>

Consejo Municipal de Jipijapa. (1988). *Registro oficial, Ordenanza de via publica del canton.*

<https://jipijapa.gob.ec/index.php/municipio/ordenanzas>

Constitución de la República del Ecuador [Const.]. (2008). *Articulo 350 [Seccion Primera].*

https://www.asambleanacional.gob.ec/sites/default/files/documents/old/constitucion_de_bolillo.pdf

Cortés, G. (2008). El equipamiento urbano, un elemento clave de la metrópoli. *RIZOMA*, 24–27.

https://es.scribd.com/document/390606041/Rizoma-Urbanismo#fullscreen&from_embed

Del Castillo, F. (2015). *El comercio en Bolivia* (pp. 1–16).

<http://www.docentes.fcefa.edu.bo/mdelcastillo/wp-content/uploads/sites/25/2015/11/COMERCIO.docx>

Delgado, P., Cárdenas, A., & García, J. (2008). *Espacio publico y derecho a la ciudad* (1st ed.,

Issue 1). https://flacso.edu.ec/cite/media/2016/02/ONU-Habitat_2008_Espacio-publico-y-derecho-a-la-ciudad.pdf

Departamento Nacional de Planeación. (2016). *Lineamientos para el diseño de una plaza de mercado.*

https://www.academia.edu/32653943/Lineamientos_para_el_diseño_de_una_plaza_de_mercado

Elguera, H. (2018). Estrategias De Formulación De Los Mercados De Abasto Y Su Influencia En

La Sociedad Y Cultura. *Journal of Visual Languages & Computing*, 11(3), 55.

<https://www.m->

[culture.go.th/mculture_th/download/king9/Glossary_about_HM_King_Bhumibol_Adulyadej's_Funeral.pdf](https://www.m-culture.go.th/mculture_th/download/king9/Glossary_about_HM_King_Bhumibol_Adulyadej's_Funeral.pdf)

Espinosa, A. (2007). *El comercio como herramienta estructuradora del territorio.: El caso de las ciudades alicantinas*. 1. <http://www.cervantesvirtual.com/downloadPdf/el-comercio-como-herramienta-estructuradora-del-territorio-el-caso-de-las-ciudades-alicantinas--0/>

Flores, E. (2019). Mercado Santo Clara, barrio Santa Clara, escala zonal [UNIVERSIDAD DE LAS AMERICAS]. In *Trabajo de Titulación presentado en conformidad con los requisitos establecidos para optar por el título de Arquitecta* (Issue 9). <http://dspace.udla.edu.ec/handle/33000/11290>

Gallardo, L. (2014). *Metodología de análisis del contexto Aproximación interdisciplinar*. https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2117/78803/35BCN_GallardoLaura.pdf

García, L. (2003). Manual 2: Manuales Elementales de Servicios Municipales; Mercados municipales. In *PRODEMU DANIDA*. <https://www.yumpu.com/es/document/view/40056589/manual-de-mercado-municipal-instituto-nicaraga-1-4-ense-de-fomento->

García, M., Alvira, F., Alonso, L., & Escobar, M. (2016). La encuesta. In Alianza (Ed.), *El análisis de la realidad social. Métodos y Técnicas de investigación* (4th ed., Vol. 4, Issue 1, pp. 146–176). <http://pdfhumanidades.com/sites/default/files/apuntes/1. Garcia Ferrando - La Encuesta.pdf>

García, S. (2015). Espacio público y comercio en la ciudad contemporánea. *Dearq Revista de Arquitectura / Journal of Architecture*, 17, 26–39. <https://doi.org/10.18389/dearq17.2015.02>

- Gobierno Autonomo Descentralizado del Canton Jipijapa. (2016). *La ordenanza para la creación de la unidad de gestión, control y regulación de mercados municipales y ferias libres en el cantón jipijapa*. <https://jipijapa.gob.ec/index.php/municipio/ordenanzas>
- González, N. (2011). *El comercio informal y su incidencia en el nivel de ingresos de los comerciantes formales de la ciudad de Ibarra* [UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE]. [http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/2168/1/02 IEF 21 TESIS.pdf](http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/2168/1/02%20IEF%2021%20TESIS.pdf)
- Guardia, M. (2012). Mercados e Identidad Alimentaria. *Barcelona Metròpolis*, 86. <https://www.barcelona.cat/bcnmetropolis/2007-2017/es/dossier/mercats-i-identitat-alimentaria/>
- INEC. (2012). *Fichas Técnicas de Bienes y Servicios*. 1–11. <http://aplicaciones2.ecuadorencifras.gob.ec/SIN/metodologias/FICHAS.pdf>
- INPC. (2011). *Instructivo para fichas de inventario de Inmueble* (p. 212). <https://issuu.com/riesgosinpc/docs/ww.inpc.gob.ec>
- Instituto Ecuatoriano de Normalización. (2001). *Accesibilidad de las Personas con Discapacidad y Movilidad Reducida al Medio Físico. Área Higiénico Sanitaria*.
- Instituto Ecuatoriano de Normalización. (2013). *Mercados Saludables Requisitos*. https://www.paho.org/ecu/index.php?option=com_docman&view=download&alias=417-norma-tecnica-ecuatoriana-inen-mercados-saludables&category_slug=documentos-2013&Itemid=599
- Instituto Ecuatoriano de Normalización. (2017). Accesibilidad de las personas al medio físico. Elementos Urbanos. In *Norma Técnica Ecuatoriana NTE INEN 2314*.

<https://www.habitatyvivienda.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/06/NTE-INEN-2314-ELEMENTOS-URBANOS.pdf>

Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura. (2018). *Manual 5: el mercado y la comercialización*.

Jaramillo, N. (2007). Comercio y espacio público: Una organización de ambulantes en la Alameda Central. *Alteridades*, 17(34), 137–153.
http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-70172007000200010

León, S. (1998). Conceptos sobre espacio público, gestión de proyectos y lógica social: Reflexiones sobre la experiencia chilena. *Eure*, 24(71), 27–36.
<https://doi.org/10.4067/S0250-71611998007100002>

López, F. (2016, November). *Arquitectura: investigación y crítica*. 112–115.
<http://revistas.unam.mx/index.php/bitacora/article/download/59751/52692>

López, J. (2016). Crítica y valoración de la arquitectura moderna El método de Roberto Segre y Eliana Cárdenas. *Academia* XXII, 7(13).
<https://doi.org/10.22201/fa.2007252xp.2016.13.56307>

Martínez, A. (2014). El mercado de la Ofelia [PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR]. In *TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE ARQUITECTO* (Issue 1). <https://doi.org/10.1016/j.bbapap.2013.06.007>

Medina, F. (2013). Mercados y espacio público: transformación y renegociación de nuevas demandas urbanas: análisis comparativo de casos (Barcelona, Budapest, Buenos Aires). *Zainak. Cuadernos de Antropología-Etnografía*, 36, 183–200.

<http://www.euskomedia.org/PDFAnlt/zainak/36/36183200.pdf>

Reglamento de prevención, mitigación y protección contra incendios, Pub. L. No. 1257, Acuerdo Ministerial (2009). www.lexis.com.ec

Naciones Unidas. (2017). *Nueva Agenda Urbana* (Vol. 3). <http://uploads.habitat3.org/hb3/NUA-Spanish.pdf>

Ochoa, S. (2004). Economía informa: Evolucion reciente y perspectiva. *Economía Informa*, 263, 82–86. <https://biblat.unam.mx/es/revista/economia-informa/articulo/libre-mercado-la-deuda-de-los-economistas-en-el-poder-frente-a-la-sociedad>

Plazola, A. (1994). *Enciclopedia de Arquitectura Plazola* (Plazola Editores (ed.); Volumen 7).

Ponce, C. (2019). *Evaluación de áreas verdes y arbolado existente en la zona urbana del cantón Jipijapa* [Universidad Estatal del Sur de Manabí]. <http://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/1751/1/UNESUM-ECU-FORESTAL-2019-10.pdf>

Portalanza, D. (2018). Regeneración urbana mediante el comercio como espacio público, mercado de Cotacollao punto de encuentro ciudadano [PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR]. In *Director* (Vol. 15, Issue 29). https://www.uam.es/gruposinv/meva/publicaciones/jesus/capitulos_espanyol_jesus/2005_motivacion_para_el_aprendizaje_Perspectiva_alumnos.pdf%0Ahttps://www.researchgate.net/profile/Juan_Aparicio7/publication/253571379_Los_estudios_sobre_el_cambio_conceptual_

Secretaria Nacional de Planificacion y Desarrollo. (2015). *Actualización del plan de desarrollo y*

ordenamiento territorial. http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/1360000630001_PDYOT_JIPIJAPA_14042016_14-04-2016_10-45-27.pdf

Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo. (2014). *Ficha de cifras generales*. INEC. http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:wINsnb2KOssJ:app.sni.gob.ec/sni-link/sni/Portal%2520SNI%25202014/FICHAS%2520F/1306_JIPIJAPA_MANABI.pdf+%&c&d=4&hl=es-419&ct=clnk&gl=ec

Segre, R., & Cárdenas, E. (1982). *Crítica arquitectónica* (Ediciones CAE-FAU (ed.)).

Tassara, E. (2004). *Fotogrametría: relevamiento y detección de patologías*. https://digital.cic.gba.gob.ar/bitstream/handle/11746/1440/11746_1440.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Vélez, E. (2008). *El Comercio al por mayor y al por menor en Sonora* [Universidad de Sonora]. <http://tesis.uson.mx/digital/tesis/docs/19276/Capitulo1.pdf>

Anexos

Figura 85

Aplicación de encuestas



Nota. Elaborado por autores del análisis, (2021).

Figura 86

Entrevista con el adm. del Mercado Central



Nota. Elaborado por autores del análisis, (2021).

Figura 87

Recorrido por los exteriores del mercado



Nota. Elaborado por autores del análisis, (2021).

Figura 88

Recorrido por parque central



Nota. Elaborado por autores del análisis, (2021).

Figura 90

Encuesta aplicada usuarios

 UNIVERSIDAD SAN GREGORIO DE PORTOVIEJO	ENCUESTA APLICADA A LOS USUARIOS DEL MERCADO CENTRAL DEL CANTÓN JIPIJAPA
<p>La información recolectada en la siguiente encuesta será utilizada con fines académicos e investigación.</p>	
<p>1. ¿Con que frecuencia usted realiza sus compras en el mercado central del cantón Jipijapa?</p>	
<p>a. Una vez al mes <input type="checkbox"/></p> <p>c. Todos los días <input type="checkbox"/></p>	<p>b. Una vez a la semana <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>d. Nunca <input type="checkbox"/></p>
<p>2. ¿Cuál es su recorrido para llegar al mercado central del cantón Jipijapa?</p>	
<p>a. De zona rural a urbana <input type="checkbox"/></p>	<p>b. De zona urbana a urbana <input checked="" type="checkbox"/></p>
<p>3. ¿Está de acuerdo con que el Mercado Central del Cantón Jipijapa sea reubicado?</p>	
<p>a. Si <input checked="" type="checkbox"/></p>	<p>b. No <input type="checkbox"/></p>
<p>4. ¿Por qué cree usted que se genera el comercio informal?</p>	
<p>a. Falta de empleo <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>c. Falta de disponibilidad de E. Otros <input type="checkbox"/></p>	<p>b. Falta de conocimiento <input type="checkbox"/></p> <p>d. Falta de interés <input type="checkbox"/></p>
<p>5. ¿Cree usted que el comercio informal afecta al comercio formal?</p>	
<p>a. Sí <input checked="" type="checkbox"/></p>	<p>b. No <input type="checkbox"/></p>
<p>6. ¿Cree usted que los puestos informales afectan al espacio público?</p>	
<p>a. Si <input checked="" type="checkbox"/></p>	<p>b. No <input type="checkbox"/></p>
<p>7. ¿Cree usted que el mercado cuenta con las condiciones necesarias para su funcionamiento?</p>	
<p>a. Si <input type="checkbox"/></p>	<p>b. No <input checked="" type="checkbox"/></p>
<p>8. ¿Cuáles cree usted que son los puntos más problemáticos del estado del Mercado Central del Cantón Jipijapa?</p>	
<p>a. Infraestructura en mal estado <input type="checkbox"/></p> <p>c. Cubículos insuficientes <input type="checkbox"/></p> <p>e. Todos los anteriores <input checked="" type="checkbox"/></p>	<p>b. Mobiliarios internos en mal estado <input type="checkbox"/></p> <p>d. Acabados deteriorados <input type="checkbox"/></p> <p>f. Ninguno <input type="checkbox"/></p>
<p>9. ¿Qué opina sobre la forma arquitectónica del Mercado Central del Cantón Jipijapa?</p>	
<p>a. Es agradable <input type="checkbox"/></p>	<p>b. No es agradable <input checked="" type="checkbox"/></p>
<p>10. ¿Cree usted que el mercado cuenta con una buena distribución y circulación interna?</p>	
<p>a. Si <input type="checkbox"/></p>	<p>b. No <input checked="" type="checkbox"/></p>

Nota. Elaborado por autores del análisis, (2021).

Figura 91

Ficha de observación técnica

 UNIVERSIDAD SAN GREGORIO <small>DE PORTUGAL</small>		
CARRERA DE ARQUITECTURA		
Ficha Técnica de Observación		
Determinación del Sistema de Estudio		
Aspectos Generales		
Equipamiento:	Mercado Central de Jipijapa	Plano de Ubicación: 
Provincia:	Manabí	
Cantón:	Jipijapa	
Cód. Catastral:	005	
Área:	2.359 m ²	
Perímetro:	257 m	
Año de Construcción:	1960	
N.º de Pisos:	2	
Altura de Pisos:	4,15 - 3,50	
Tipo de Escalera:	De ojo central	
N.º de Ingresos	8	Dirección: Calle Sucre y 10 de Agosto, Frente al parque central.
Análisis de los factores condicionantes		
Circunstancias Generales		
Región	Zona	Ciudad
Litoral o Costa	Zona 4	Jipijapa
Factores Sociales		
El equipamiento acoge a 135 comerciantes que ofrecen variedades de productos y alimentos. En el cantón, la mayoría de la población se dedica al comercio, tanto formal como informal, para generar ingresos económicos. Es un equipamiento que es visitado por la comunidad que necesita algún producto o alimento, para su consumo diario.		
Factores Políticos- Jurídicos		
El equipamiento se rige a base de normas establecida por la municipalidad, las cuales en la actualidad no son respetadas por varios comerciantes, que simplemente no las conocen o no les toman mayor importancia.		
Factores Ideológicos		
La construcción del equipamiento, nace a base de las necesidades de los comerciantes, los mismos que invirtieron para la construcción de cada modulo.		
Condicionantes Tecnológicos		
Sistema Constructivo	Materia Prima	Equipo de Climatización
Construcción Tradicional Sistema de Pórticos	Ladrillo, Hormigón Armado, madera	Esta edificación no cuenta con equipos de climatización en ninguna de sus áreas.
Políticas de Mantenimientos y Costos		
Debido al estado de la infraestructura, no se realiza mantenimiento alguno, ya que este podría ser en vano. Correspondiente a la situación actual que se vive sobre la pandemia, se realiza desinfección de todo el equipamiento cada domingo, de la cual, aquellos gastos son mínimos y costeados por el GAD del cantón.		

Códigos espacio-ambientales		
Orientación del Equipamiento	Tipo de Ventilación	Tipo de Iluminación
	Ventilación Mecánica <input type="checkbox"/> Ventilación Natural <input checked="" type="checkbox"/>	Iluminación Natural <input checked="" type="checkbox"/> Iluminación Artificial <input type="checkbox"/>
	Tipos de Ventilación Natural	Sistema de Iluminación
	Natural Cruzada <input type="checkbox"/> Natural Inducida <input type="checkbox"/> Efecto Chimenea <input checked="" type="checkbox"/> Enfriamiento Evaporativo <input type="checkbox"/>	Iluminación Directa <input checked="" type="checkbox"/> Iluminación Indirecta <input type="checkbox"/> Iluminación Difusa <input type="checkbox"/>
Observado el grafico, podemos notar que la fachada Frontal esta hacia el sur, generando inconvenientes de luz leves e intensas, ya que existen locales en el exterior, los cuales soportan fuertes temperatura en horas de la mañana y tarde, de forma directa.		
Códigos Formales		
Concepto formal:		
Tipos de Agrupación	Relación de elementos	Volumetrías
Por Atracción <input checked="" type="checkbox"/> Por Semejanza <input type="checkbox"/>	Dirección <input checked="" type="checkbox"/> Posición <input type="checkbox"/> Espacio <input type="checkbox"/> Gravedad <input type="checkbox"/>	Cuadrada <input type="checkbox"/> Circular <input checked="" type="checkbox"/> Rectangular <input checked="" type="checkbox"/>
Criterios y Ordenadores		
Simétrico <input checked="" type="checkbox"/> Asimétrico <input type="checkbox"/>	Texturas Lisa y Corrugada Color Amarillo Pastel y Anaranjado Pastel	
Ejes, Jerarquía, Directriz		
Descripción: La fachada se genera a base de ejes de direccionamiento horizontal, estos ejes están cada 2,5m, y llegan hasta la planta alta. El ingreso principal se jerarquiza por el resalte de color, por un medio círculo que se visualiza en la planta alta, y a las vez un volado de 2,10 m que acoge a 3 curvas en su ingreso como losa.	Esquema: 	
Ritmo, Armonía, Pautas		
Descripción: Se observan locales repetitivos con dimensiones iguales, los cuales generan ritmo, pero a la vez una armonía baja, por el desorden que estos mismo crean al estar ocupados por diferentes puestos.	Esquema: 	
Proporción y Orientación		
Descripción: Proporción existe claramente en su fachada, sus módulos son proporcionales, sus ventanas, sus alturas, y sus ingreso principal, el problema pasaría con la orientación el cual reside luz en todo el transcurso del día y tarde, debido a que este frente esta orientado hacia el sur, de sus otras fachadas no habría mayor dificultad.	Esquema: 	
Escala y Carácter		
Descripción: En cuanto a sus escala, maneja un concepto de monumentalidad, a pesar que existen equipamiento de mas pisos en sus alrededores, pero lo que la diferencia, es que este equipamiento ocupa toda la manzana frontal, lo que le da un realce a su volumen. En cuanto al carácter, si no fuera por los locales al exterior, este simplemente parecería ser un equipamiento educativo.	Fotografías: 	

Análisis de los valores del Significado
Valor Social: Esta ubicado en un área totalmente concurrida, esta área acoge a gran porcentaje del cantón, para realizar diferentes actividades.
Valor Funcional: Vinculo directo hacia cada local, un aspecto funcional que se pude rescatar al diseñar un nuevo proyecto de mercado.
Valor Tecnológico: Su sistema constructivo, esta en la estado, de cual esta para proceso de demolición, de este no podríamos valor nada.
Valor Ideológico-Expresivo: El edificio tiene 60 años, fue un punto estratégico, para que las demás vivienda que están en su alrededor, se convirtieran de uso mixto, convirtiendo sus plantas bajar en comercio.

Nota. Elaborado por autores del análisis, (2021).

Figura 92

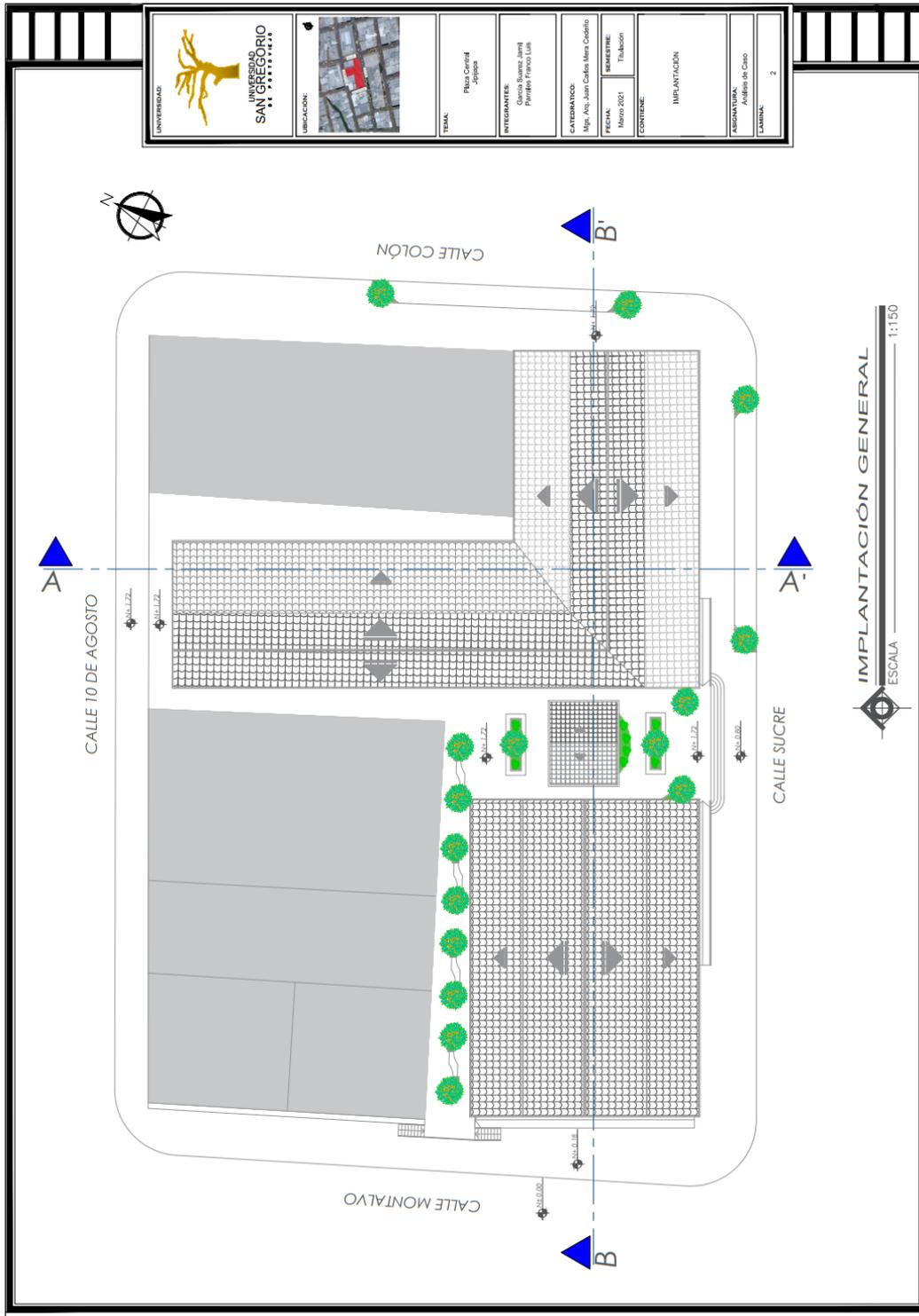
Lamina #1: emplazamiento



Nota. Elaborado por autores del análisis, (2021).

Figura 93

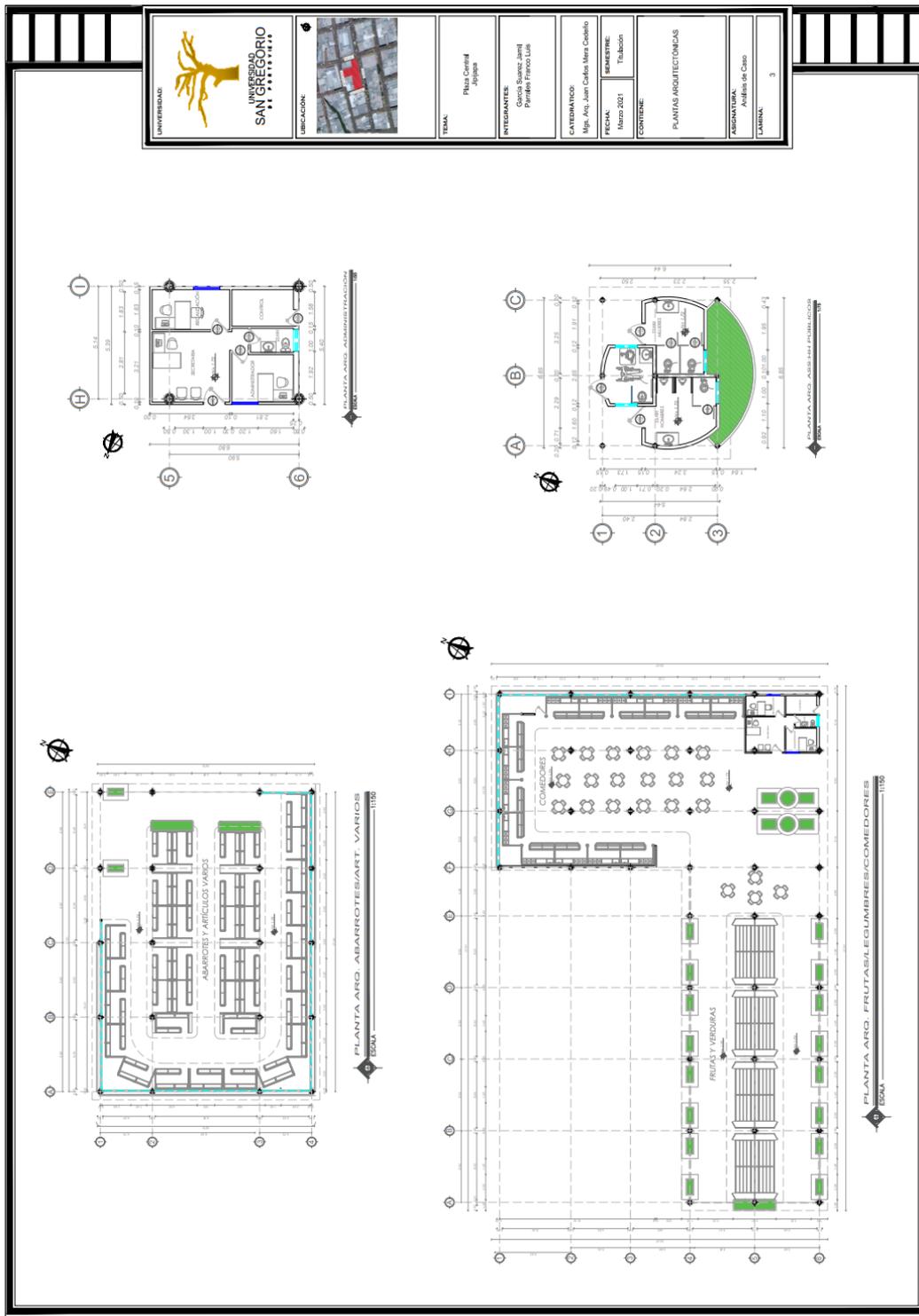
Lamina #2: implantación



Nota. Elaborado por autores del análisis, (2021).

Figura 94

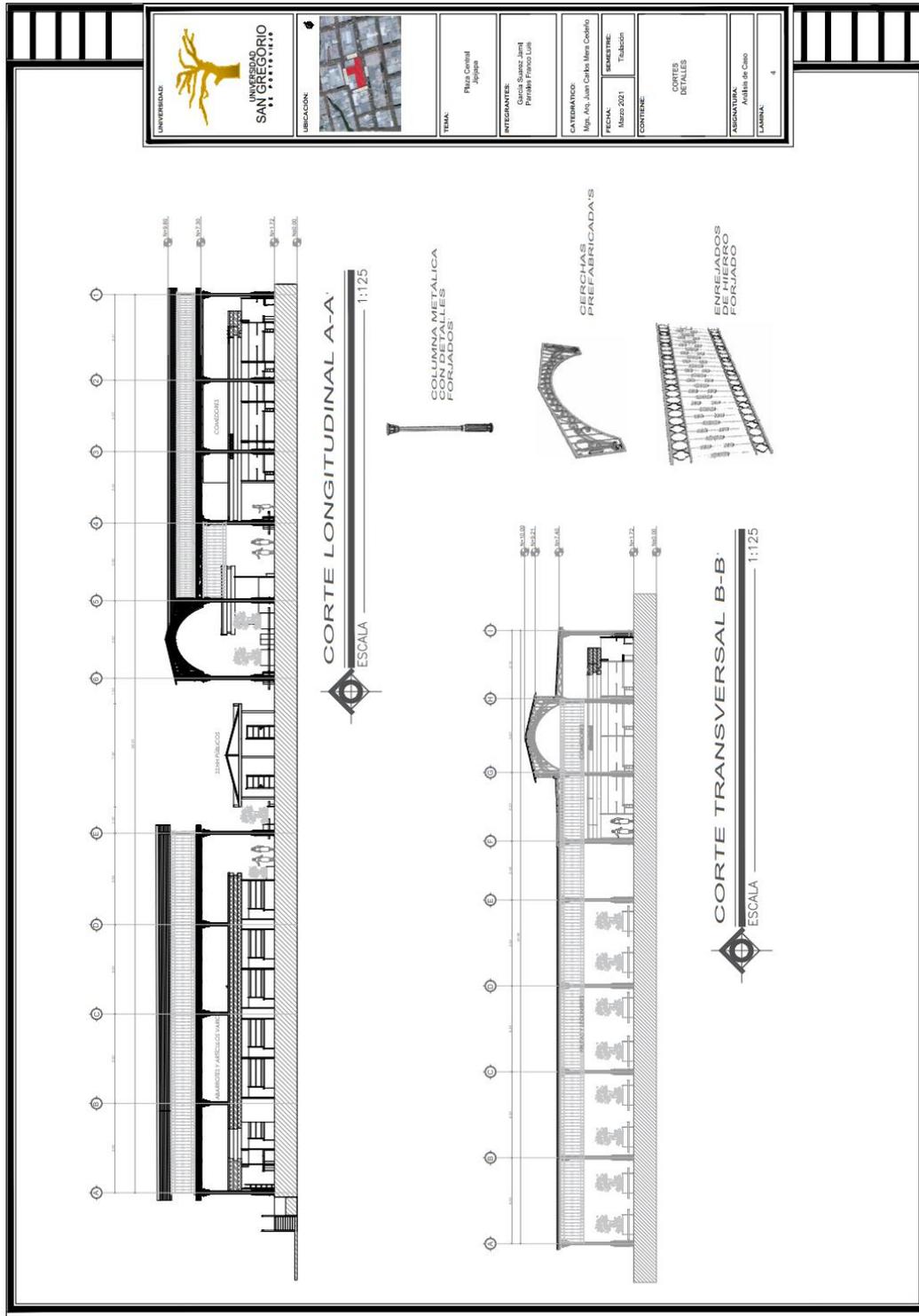
Lamina #3: plantas arquitectónicas



Nota. Elaborado por autores del análisis, (2021).

Figura 95

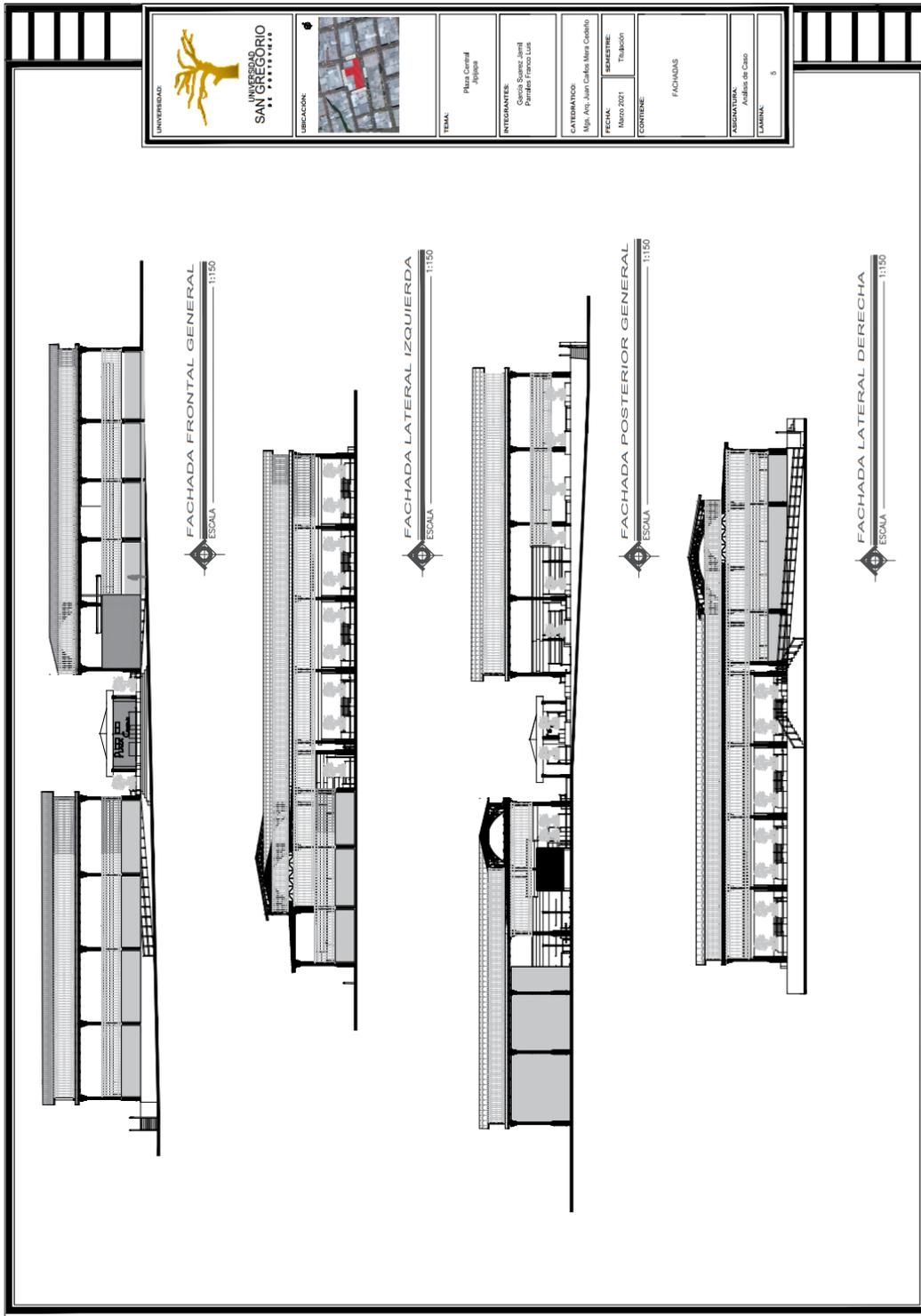
Lamina #4: cortes arquitectónicos



Nota. Elaborado por autores del análisis, (2021).

Figura 96

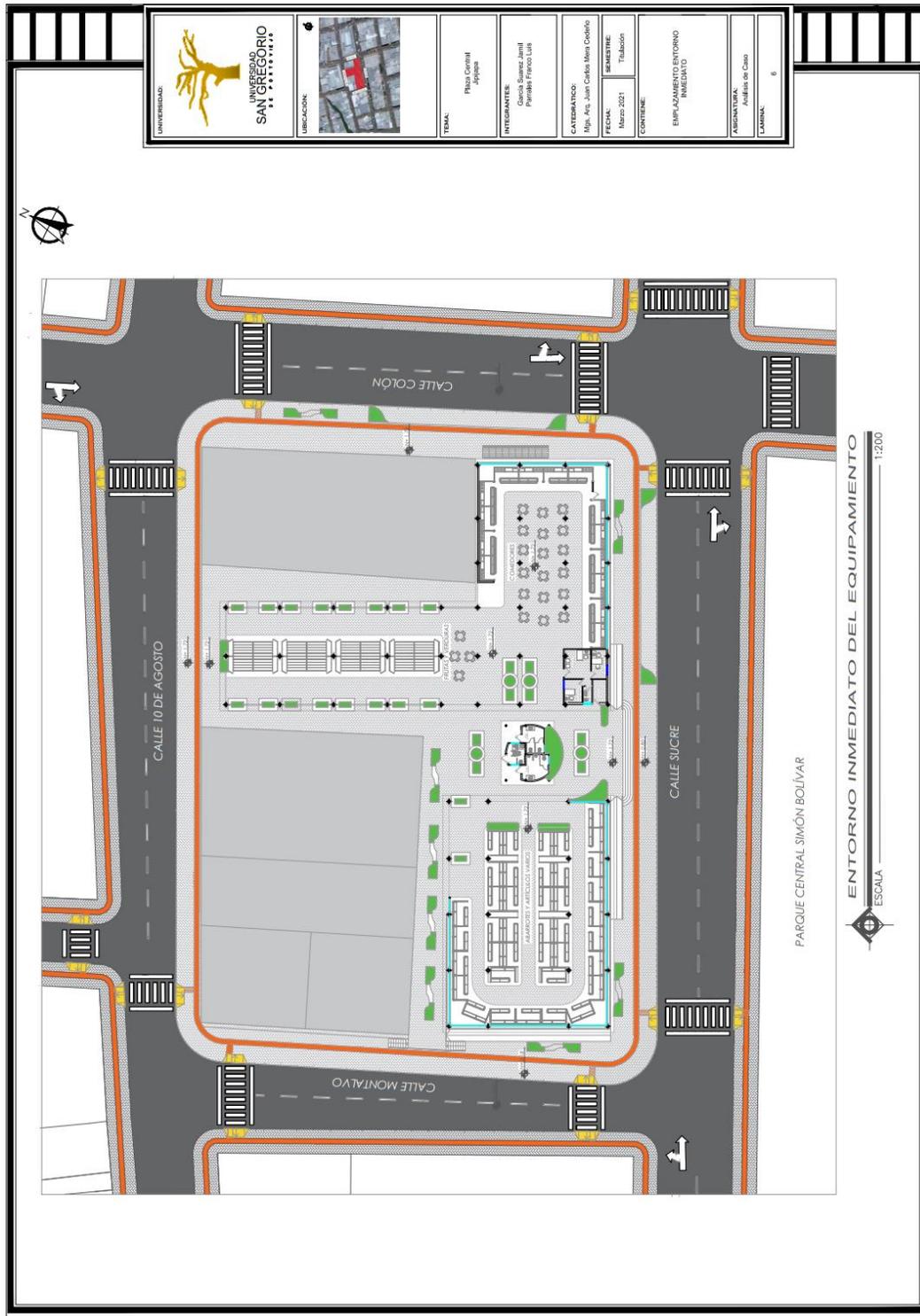
Lamina #5: fachadas arquitectónicas



Nota. Elaborado por autores del análisis, (2021).

Figura 97

Lamina #6: entorno urbano



Nota. Elaborado por autores del análisis, (2021).

Figura 98

Lamina #7: renders



Nota. Elaborado por autores del análisis, (2021).