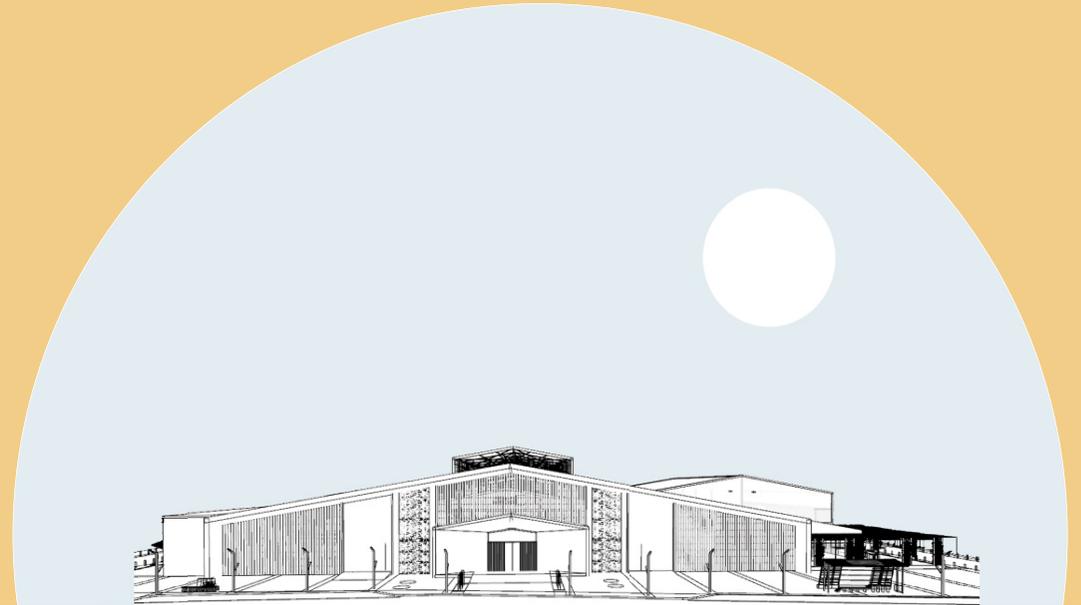


REDISEÑO DEL MERCADO PÚBLICO DE SAUCES IX

A PARTIR DE LA RECONCEPTUALIZACIÓN DE
ARQUETIPOS DE MERCADOS HISTÓRICOS DE LA
CIUDAD DE GUAYAQUIL.





UNIVERSIDAD DE ESPECIALIDADES ESPÍRITU SANTO

FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERÍA CIVIL

TEMA: REDISEÑAR EL MERCADO PÚBLICO DE SAUCES IX A PARTIR DE LA RECONCEPTUALIZACIÓN DE ARQUETIPOS DE MERCADOS HISTÓRICOS DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL.

TRABAJO DE TITULACIÓN QUE SE PRESENTA COMO REQUISITO PREVIO A OPTAR EL GRADO DE ARQUITECTURA

ALUMNO: ANDREA ESTEFANÍA BALCÁZAR GONZÁLEZ
TUTOR: MSC. ARQ. DANIEL WONG CHAUVET

SAMBORONDÓN MAYO 2019



DEDICATORIA

Este proyecto está dedicado a mi familia, en especial a mis padres, los cuales han hecho posible que yo pueda culminar mis estudios.

Además, dedico esta tesis a todos los estudiantes y futuros arquitectos, para que sigan con fuerzas hasta ver sus metas cumplir.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco al apoyo incondicional y amor de mis padres, Romel Balcázar y Martha González. Así mismo, a mis hermanos Romel y Doménica. A mi tutor de tesis el Arq. Daniel Wong, por guiarme en este proyecto. Agradezco mis compañeros Luis Mora, Carlos Emanuele y Allison Meza, que con su ayuda y conocimientos han aportado grandemente en este proyecto. A la paciencia otorgada todos estos años de estudio por parte de los directivos de Caliptra Arquitectura, el Arq. Patricio Cabal y Arq. Edison Rosero.

Por último, pero no menos importante, agradezco al mayor arquitecto, diseñador y creativo del mundo, Dios; que con su mano sosteniéndome he podido cumplir la meta propuesta.

01

DATOS PRELIMINARES

1.1 Antecedentes	20
1.2 Descripción del problema	24
1.3 Objetivo General	29
1.4 Objetivos Específicos	29
1.5 Justificación	30
1.6 Alcances y Limitaciones	30

02

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1 Marco Histórico	35
2.2 Marco Teórico	42

03

MARCO METODOLÓGICO

3.1 Enfoque Cuantitativo	48
3.2 Enfoque Cualitativo	50

04

ANÁLISIS DE RESULTADOS

4.1 Resultados de las Entrevistas	54
4.2 Resultados de las encuestas	58

05

MODELOS ANÁLOGOS

5.1 Mercado San Miguel	63
5.2 Mercado de Atarazana	66
5.3 Mercado del Sur	71

06

DIAGNÓSTICO Y ANÁLISIS DE SITIO

6.1 Diagnóstico Físico Espacial	76
6.2 Diagnóstico Ambiental	82

07

PROPUESTA TEÓRICO FORMAL Y PROGRAMA ARQUITECTÓNICO

7.1 Introducción	87
7.2 Proceso de diseño	88
7.3 Programa Arquitectónico	88
7.4 Programa de Necesidades	88
7.5 Forma	90
7.6 Concepto	91
7.7 Zonificación	92

08

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES 124

09

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS 128

10

ANEXOS 134

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imágen 1: Girasoles en Mercado de Sauces IX	21
Imágen 2: Pescado y mariscos en Mercado de Sauces IX	24
Imágen 3: Mercado de Sauces IX	26
Imágen 4: Hija de comerciante del Mercado Sauces IX	27
Imágen 5: Venta de víveres del Mercado Sauces IX	28
Imágen 6: Venta de pollos en Mercado Sauces IX	29
Imágen 7: Comerciantes en Mercado Sauces IX	31
Imágen 8: Mercado Sauces IX	34
Imágen 9: Comercio de Guayaquil	35
Imágen 10: Mercado de Sauces IX	39
Imágen 11: Mercado de Sauces IX	41
Imágen 12: Mercado de Sauces IX	41
Imágen 13: Mercadon de Sauces IX	43
Imágen 14: Mercado de Sauces IX	45
Imágen 15: Mercado de Sauces IX	51
Imágen 16: Mercado de Sauces IX	55
Imágen 17: Gustavo Chero	56
Imágen 18: Juana Pinela de Vargas	57
Imágen 19: Flores Mercado de Sauces IX	59
Imágen 20: Mercado de San Miguel	62
Imágen 21: Antiguo Mercado de San Miguel	63
Imágen 22: Mercado de San Miguel	63
Imágen 23: Ubicación del Mercado de San Miguel	64
Imágen 24: Mercado de San Miguel	64
Imágen 25: Plantamiento de Mercado de San Miguel	65
Imágen 26: Antiguo Mercado Atarazana	66
Imágen 27: Antiguo Mercado Atarazana	66
Imágen 28: Mercado Atarazana	67
Imágen 29: Mercado Atarazana	68
Imágen 30: Mercado Atarazana	68
Imágen 31: Planimetría Mercado Atarazana	70

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imágen 32: Mercado Atarazana	70
Imágen 33: Palacio de Cristal	71
Imágen 34: Palacio de Cristal	72
Imágen 35: Palacio de Cristal	73
Imágen 36: Palacio de Cristal	73
Imágen 37: Antiguo Palacio de Cristal	73
Imágen 38: Sector Sauces IX	79
Imágen 39: Av. Antonio Parra Velasco	81
Imágen 40: Comercio cercano al Mercado de Sauces IX	81
Imágen 41: Comercio cercano al Mercado de Sauces IX	82
Imágen 42: Comerciante Mercado Sauces IX	86
Imágen 43: Mercado Sauces IX	87
Imágen 43: Comerciante de Mercado Sauces IX	89
Imágen 44: Bocetos	95
Imágen 45: Nuevo Mercado Sauces IX - zonificación	96
Imágen 46: Actual Mercado Sauces IX - zonificación	97
Imágen 47: Planta Baja Arquitectónica	98
Imagen 48: Planta Altílllo - Patio de comidas	99
Imagen 49: Implatacion	99
Imagen 50: Fachadas	100
Imagen 51: Cortes Arquitectonicos	101
Imagen 52: Render de puestos de venta	103
Imagen 53: Render fachada lateral	104
Imagen 54: Render parada de bus	105
Imagen 56: Render parada de bus	105
Imagen 57: Actual parada de bus Sauces IX	105
Imagen 58: Actual parada de bus Sauces IX	105
Imagen 59: Render de fachada frontal	106
Imagen 60: Render de nuevo Mercado Sauces IX	108
Imagen 61: Render de nuevo Mercado Sauces IX	109
Imagen 62: Render Parque Sauces IX	110

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 63: Paisajismo, planta de nuevo Parque de Sauces IX	111
Imagen 64: Render de nuevo Mercado de Sauces IX (interior)	112
Imagen 65: Render de nuevo Mercado de Sauces IX (interior)	113
Imagen 66: Render de guaderia	114
Imagen 67: Render de guarderia	115
Imagen 68: Render de clase de cocina	116
Imagen 69: Render de clase de cocina	117
Imagen 70: Render de clase de cocina	118
Imagen 71: Render interior	119

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Grafico 1: Mapa de Guayaquil,año 1987	20
Gráfico 2: Antiguo Mercado Sur	23
Gráfico 3: Palacio de Cristal	23
Gráfico 4: Diagrama historico de los mercados de abastos	37
Gráfico 5: Mapa de los barrios de sauces	41
Gráfico 6: Diagrama de Ubicación	76
Gráfico 7: Diagrama de analisis de sitio	78
Gráfico 8: diagrama de contexto urbano	79
Gráfico 9: diagrama de equipamiento y areas verdes	80
Gráfico 10: Diagrama de equioamiento y areas verdes	80
Gráfico 11: Vias acceso	81
Gráfico 12: Diagrama de factores climaticos	82
Gráfico 13: Diagrama de forma	90
Gráfico 14: diagrama conceptual	91
Gráfico 15: Zonificacion en planta	92
Gráfico 16: Zonificacion volimetrico	92
Gráfico 17: Axonometria del nuevo mercado Sauces IX	93
Gráfico 19: Diagrama de materialidad y bioclimatica	96

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 20: Detalle de puerta retractil cerrada	103
Gráfico 21: Detalle de puerta retractil cerrada	104
Gráfico 20: Detalle de puerta restractil abierta	105

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Clasificación de mercado públicos de Guayaquil	26
Tabla 2: Cuadro de programa de necesidades	90
Tabla 3: Cuadro de presupuesto	123

RESUMEN

El proyecto arquitectónico de renovación del Mercado Público de Sauces IX, busca destacar este hito urbano, instaurando un concepto de mercados públicos que fusione el diseño funcional, formal y la estética, contemplando parámetros de salubridad y buen vivir. El enfoque del rediseño es contrastar distintos arquetipos rescatados de mercados antiguos y representativos de la ciudad de Guayaquil con conceptos de arquitectura moderna. Adicionalmente se aplicaron aspectos bioclimáticos y conexiones con el entorno inmediato. Se busca potenciar el sector altamente comercial en que se encuentra emplazada la edificación para que constituya un nuevo punto turístico en la ciudad.

Palabras Clave:

Mercado público, mercado de abastos, comida, remodelación, arquetipos.

ABSTRACT

The architectural project of the renovation of the Public Market of Sauces IX, seeks to highlight this urban landmark, establish a concept of public markets that fuses functional design, formal and aesthetic, contemplating the parameters of health and good living. The redesign approach is synonymous with archetypes rescued from ancient and representative markets of the city of Guayaquil with concepts of modern architecture. In addition, bioclimatic aspects and connections with the immediate environment are applied. It seeks to strengthen the highly commercial sector in which the building is located so that a new tourist spot in the city is constituted. Palabras

Keywords:

Public market, food market, food, remodeling, archetypes.

INTRODUCCIÓN

La segregación de los mercados públicos a determinada clase social, ha empujado a que estos establecimientos sean reemplazados por grandes compañías comerciales como supermercados e hipermercados, en la que la pulcritud y orden prevalecen, pero que carecen de contacto cultural y social que caracteriza la ciudad.

El principal enfoque de esta investigación, es devolver el valor histórico y social que presentan los mercados públicos mediante la transformación de distintos aspectos arquitectónicos y del buen vivir del Mercado de Sauces IX.

Por lo cual, la presente investigación está conformada al estudio de los mercados públicos en la ciudad de Guayaquil y su inminente importancia en el contexto urbano social. Para esto, se plantea el análisis exhaustivo de uno de los cinco mercados más importantes de la ciudad, el Mercado Público de Sauces IX. Mediante el estudio de campo, recolección de datos y análisis de casos análogos, esta investigación plantea una nueva propuesta y remodelación para dicho establecimiento. Se pretende ubicar a este mercado como un punto gastronómico comercial turístico para la ciudad.



CAPÍTULO

01

DATOS PRELIMINARES



Gráfico 1: Mapa de Guayaquil, año 1987
Fuente: Rojas, M.; Villavicencio, G., 1988.

1.1 ANTECEDENTES

El crecimiento de una ciudad está dado por diferentes factores urbanos que la definen, entre ellos distintos equipamientos que permiten que la urbe progrese y mejore en múltiples ámbitos. Las escuelas, bancos, iglesias y sin duda los mercados han sido algunos de los equipamientos de importancia en el desarrollo de las ciudades desde sus comienzos. “Los mercados municipales, han tenido un papel fundamental debido a que han articulado el espacio urbano y rural a través del intercambio económico y alimentario” (Guadia, 2012). A su vez, el comercio es una de las actividades más antiguas y es aquella que manifiesta el crecimiento de una comunidad o ciudad, puesto que, la creación de mercados populares en el ámbito urbano fue característica del desarrollo de la misma. “A lo largo de la historia el mercado público siempre ha sido un punto destacado dentro de la mancha urbana y ha funcionado como un centro relevante de intercambio económico e interacción social” (Altamirano J. , 2017).

En Europa, los mercados datan del siglo XIX iniciando sus establecimientos comerciales en áreas al aire libre sin ninguna estructura o edificación que resguardara los espacios. Dichos puestos conocidos como mercadillos, en ese entonces, fueron tomando mayor fuerza al pasar de los años, lo que posteriormente dio origen a mercados techados con los estilos arquitectónicos dados por cada ciudad. De esta forma se reforzó la función de los mercados públicos, un punto de encuentro en el que se centraliza el comercio y se facilita el control de la mercancía (Hernandez Cordero, 2001).

El crecimiento de una ciudad está dado por No obstante, estos mercados presentaron una serie de transformaciones, pues perdieron interés en los ciudadanos por factores urbanos, económicos y demográficos de la ciudad en la mitad del siglo XX. No obstante, en la actualidad distintos mercados europeos han cambiado su enfoque y funcionalidad devolviéndole a los ciudadanos el interés de usar sus espacios.

En Latinoamérica el panorama no es distinto al de Europa pues la comercialización de distintos productos perecederos como: carnes, frutas, verduras y mársicos se realizaba con éxito y popularidad en los mercados públicos. Sin embargo, con el pasar de los años estas edificaciones comerciales no se les ha dado el cuidado pertinente y han perdido valor por distintos factores que serán detallados posteriormente en el desarrollo de este trabajo de titulación. Los mercados se caracterizan por ser elementos de referencia de la cultura e identidad local.

Según Mario Gaviria, experto en urbanismo social, “el mercado municipal cumple con la función primordial de garantizar el abastecimiento, aunque en el fondo subyace otra igual de importante: ser el punto de encuentro de los ciudadanos” (2012). Así mismo, los mercados municipales siguen siendo signo de preservación comunitaria, en el cual los usuarios de una zona se conocen y convergen, ayudando el flujo del capital se quede en la ciudad o comunidad, promoviendo unos a otros el comercio local. Los mercados forman parte de los equipamientos que otorgan la conexión de los habitantes con la esencia de un sector o ciudad, pues en ella se establece las relaciones leales y naturales de los usuarios.

Según Carlos García Medina, los mercados públicos: En el rubro social, fomentan la vida comunitaria al ser espacios de encuentro e interacción social; incluso son capaces de generar capital social, específicamente: confianza. Urbanísticamente, los mercados pueden ser factores de ordenamiento, conservación e incluso regeneración de áreas urbanas y, en este sentido último, pueden añadir valor a las ciudades (2010).



Imagen 1: Girasoles en Mercado de Sauces IX
Fuente: Elaboración propia (2019)

La ciudad de Guayaquil, es considerada una de las ciudades más activas comercialmente. “Desde su fundación, Guayaquil ha crecido hasta convertirse en la urbe más populosa del país y en una de las plazas comerciales más importantes de América del Sur” (Boeder, 2000). Desde principios del siglo XX los mercados de Guayaquil han protagonizado un gran papel en la comercialización de productos al por mayor y menor. Los primeros tres mercados municipales oficiales de Guayaquil datan a mediados del siglo XX: Mercado del Sur, conocido actualmente como el Palacio de Cristal; el Mercado Central y el Mercado José Mascote, actualmente mercado mayorista. En la década de los 90, dado al crecimiento poblacional y la gran demanda existente, surgieron nuevos mercados con infraestructura física muy parecida a los establecidos en los años 70, los cuales sirvieron de ayuda a los mercados pre existentes. Los nuevos mercados fueron: Mercado Asisclo Garay, Mercado del Norte y el Mercado Oeste (SanMartín, 2011). Gracias a la gran demanda de los usuarios en los Mercados Municipales en la misma década empezaron a surgir mercados informales los cuales jugaban un papel desleal en la comercialización de la urbe, dichos mercados fueron reorganizados más adelante por la Municipalidad de Guayaquil. En la actualidad, según la Dirección de Aseo, Mercadeo y Servicios Especiales de la Municipalidad de Guayaquil; existen 46 mercados municipales, entre mayoristas y minoristas. Se encuentran distribuidos en diferentes sectores de la ciudad permitiendo así la comercialización de distintos artículos como: flores, artículos varios, comidas, lácteos, carnes, entre otros. Dichos mercados se encuentran distribuidos por zonas: norte, centro, suroeste y sureste, y a su vez por distintos sectores, los cuales serán detallados en la tabla 1.

SECTOR	MERCADOS	OBSERVACION
1	Mercado Garay	Se encuentran situados en las parroquias urbanas de Letamendi y Ayacucho y ubicados en la zona céntrica de la ciudad por tal razón son de gran movimiento comercial.
	Mercado Gran Colombia	
	Mercado Gómez Rendón	
	Mercado Jockey	
2	Mercado del Guamo Sur	Estos mercados se encuentran en el sur de la ciudad y su ubicación se centra en el segmento más pobre de dicho sector
	Mercado del Guasmo Norte	
	Mercado la Playita	
	Mercado San Gregorio	
3	Mercado Caraguay	Estos mercados se encuentran en la parroquia Ximena, son considerados los más comerciales por la zona donde se encuentran establecidos.
	Mercado las Esclusas	
4	Mercado las Flores	Estos mercados se encuentran en el centro de la urbe, no son de mucho movimiento comercial
	Mercado Oeste	
	Mercado José Mascote	
5	Mercado de Portete	Estos mercados corresponden a la parroquia Febres Cordero. Y la cantidad de establecimientos es relativa a la proporción de la población que allí se establece.
	Mercado de la Isla Trinitaria	
	Mercado Grau Ruiz	
	Mercado Santa Teresita	
	Mercado del Batallón del Suburbio	
6	Mercado Sauces IV	Estos mercados se encuentran en la parroquia Tarqui, aunque son muy pocos para la demanda de consumidores con que cuenta la parroquia.
	Mercado Sauces IX	
7	Mercado San Francisco	Estos mercados se encuentran ubicados en el norte de la ciudad, cuenta este sector de 5 mercados por la población con que cuenta esta localidad pobre de la ciudad.
	Mercado La Florida	
	Mercado La Prosperina	
	Mercado Mapasingue Oeste	
	Mercado San Jacinto	
8	Mercado de Peca	Estos mercados se encuentran en el norte de Guayaquil, en la zona de Bastión Popular, cubren la demanda de la gente de bastión y localidades aledañas al sector.
	Mercado de Bastión Popular	
9	Mercado Norte	Estos mercados se encuentran en la parroquia Rocafuerte y los dos primeros son los más antiguos que existen en la Urbe.

Tabla 1: Clasificación de mercados públicos de Guayaquil
Fuente: Red de Mercados de Guayaquil, edición propia (2019)

El Mercado Central es uno de los mercados más antiguos de Guayaquil. Esta edificación construida entre 1922 y 1923 abastece a 300 comerciantes los cuales realizan sus respectivas ventas de productos a los habitantes de la zona. Diseñado por el arquitecto italiano Luigi Fratta con un estilo neoclasicista, detalles sobrios y ortogonalidad, es uno de los bienes con alto valor arquitectónico en la ciudad (Faustos, 2018).

A pesar de que es una edificación patrimonial, ha sufrido los cambios abruptos de las últimas décadas. Actualmente se encuentra en etapa de total remodelación, pues su funcionalidad poco pensada e insalubridad han llevado que se tome cartas en el asunto por parte de las autoridades. Mientras que, el Mercado del Sur no tuvo el mismo final, actualmente, es uno de los atractivos turísticos más importantes de Guayaquil,



Gráfico 2: Antiguo Mercado Sur
Fuente: Edición de gráfico, propia (2019)

pero no por la venta de artículos u alimentos (su inicial funcionalidad) sino por la realización de eventos en determinadas fechas en dicho lugar.

El Mercado Sur, diseñado por el Ing. Francisco Manrique y Carlos Van Isschot, e inaugurado en 1908, fue un importante centro de abastos de la ciudad de Guayaquil, por el contrario, “con el paso de los años la belleza del Mercado Sur se fue deteriorando por la falta de mantenimiento y el maltrato que era objeto por parte de los comerciantes” (Chonillo, 2011). Sus grandes piezas metalizas que conforman la estructura de la edificación fueron mantenidas, pero en el interior de su diseño y objetivo como edificación fueron drásticamente cambiados. Las últimas décadas del siglo pasado, los mercados públicos se han enfrentado a constantes desafíos debido a los cambios urbanos, especialmente en Guayaquil.

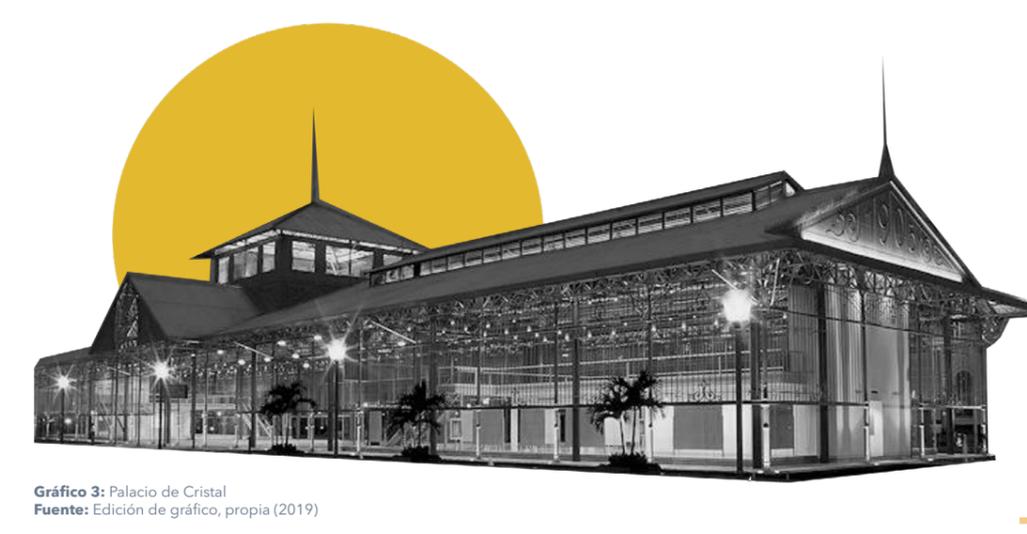


Gráfico 3: Palacio de Cristal
Fuente: Edición de gráfico, propia (2019)

Dichos establecimientos se encuentran desplazados por edificaciones más modernas como supermercados e hipermercados.

Además, la falta de interés por distintas entidades municipales hacia los mercados, ha creado una serie de conflictos internos como insalubridad e inseguridad, lo que conlleva que los mercados sean usados por algunos segmentos sociales (medio -bajo) y no por toda la comunidad como debe ser llevada.

Se ha olvidado y descuidado la importancia histórica, civil y cultural de los mercados en la ciudad, poco a poco convirtiéndose en edificaciones con bajo carácter social y con el pasar de los años ser objeto de abandono.

1.2 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

Los mercados de abastos a nivel mundial son uno de los equipamientos más antiguos e importantes que forman parte de su historia. Sin embargo, los diferentes cambios urbanos y modernización han llevado que estas edificaciones se vean afectadas.

Según el urbanista español, Mario Gaviria, el mercado es el origen de la ciudad; es incluso anterior; pero en los últimos 20 o 30 años primero en Estados Unidos con el desarrollo de los barrios periféricos y más tarde en Europa y por último en España con la aparición de grandes cadenas alimentarias, se ha destruido al menos parcialmente ese concepto de ciudad.

En nuestro país se ha producido un patrón de imitación al modelo estadounidense con la creación de las ciudades dormitorio (2012). En Guayaquil, la historia con los Mercados Municipales es la misma. Estos equipamientos han sido desplazados por distintos factores, uno de ellos son los imponentes supermercados modernizados, con climatización en su interior, personal capacitado para el servicio con grandes aparadores en el que se encuentran exhibidos los productos. Guayaquil cuenta con más de 100 supermercados entre ellos, Supermaxi, Mega Maxi, Mi Comisariato, Tía, entre otros. Todos ellos distribuidos en distintos puntos de la urbe. Las utilidades de estos centros de comercialización son cada vez más recurrentes por los usuarios, y los mercados se convierten en simples puntos de comercio para un determinado estrato social, socio económico para ser exactos.

A partir de las últimas décadas del siglo pasado los mercados municipales se enfrentan a una importante serie de desafíos por diversos factores: las transformaciones en la estructura urbanística y demográfica de la ciudad, el cambio en las pautas de consumo, así como la competencia de formas de distribución y comercio lideradas por los supermercados (Hernandez Cordero, 2001).

Los mercados se han deteriorado ante la falta de capital constante para su mantenimiento y mejoramiento; han dejado de ser atractivos para la ciudadanía principalmente ante su competencia con las tiendas de autoservicio, supermercados, y franquicias transnacionales, pero también por problemáticas internas como la inseguridad y la delincuencia (Altamirano J. , 2017).

Por otro lado, el incremento de uso de los supermercados e hipermercados por parte de los usuarios, se debe al poco interés brindado por parte de las autoridades de la ciudad hacia los mercados de abastos. Una edificación patrimonial o cultural no solo se mantiene por su historia sino por el constante mantenimiento que se le brinde. Es de vital importancia que los mercados municipales se encuentren en constante actualización.

El Mercado Central de Guayaquil que presenta más de 90 años de historia y uno de los mercados más importantes de la ciudad, es el primer mercado de la ciudad que será remodelado casi en su totalidad, conservando su fachada, por problemas de insalubridad e infraestructura. En un estudio realizado por estudiantes de la Universidad Facso el cual se analizan distintos mercados de Guayaquil y su estado, se detalla que el Mercado Caraguay, el cual es caracterizado por presentar dos horarios de atención: minoristas (tarde) y mayorista (noche), este establecimiento presenta en ciertas partes el olor a marisco en estado de putrefacción. Además de observar distintos tipos de plagas como ratas que recorren las instalaciones. Así mismo, el Mercado de Mascote, ubicado en la calle José Mascote, suele emitir olores desagradables que son percibidas a metros de distancia. Distintos vendedores informales ubicados a las afueras del mercado que al final de la jornada abandonan las instalaciones dejan sobre las aceras líquidos descompuestos provenientes de carnes de animales y frutas, que produce malestar a los habitantes.

A su vez, el Mercado las Esclusas la mayor parte de sus instalaciones permanecen aseadas, sin embargo, los vendedores ambulantes dentro y fuera del mercado reposan sus mercaderías en distintos espacios lo que produce cierto desorden y molestia por parte de los usuarios (Facso, 2017).

Vale recalcar que esta problemática, no solo se concentra en la carencia estética de un lugar, sino que es punto inicial de distintos tipos de enfermedades que se generan por la falta de aseo adecuado en estos establecimientos. "El problema de la contaminación debido al escaso aseo de su entorno, productos que se comercializan y manipulan de forma inadecuada, por lo cual es necesaria la concientización de las personas sobre los daños que estos causan al ambiente y la salud de comerciantes y consumidores" (Alvarez, 2016). La salud, según la Organización Mundial de la Salud (OMS), no es solo la ausencia de enfermedades, sino el balance armonioso entre el ser humano y su medio ambiente social.

Por otro lado, el mercado a intervenir en este proyecto, el Mercado de Sauces 9 se encuentra ubicada en el norte de la ciudad en el popular barrio de Sauces 9 y es actualmente uno de los 5 mercados más importantes de la ciudad de Guayaquil.



Imagen 3: Mercado Saucés IX
Fuente: Elaboración propia (2019)

Es reconocido por ser un punto importante en la ruta gastronómica de la ciudad, la cual fue inaugurado en el año 2000, presenta 410 locales, 64 de productos de abastos, 32 de artículos varios, 166 de legumbres, 38 de frutas, 19 de carne, 25 de aves, 20 de comidas, 12 de lácteos, 34 de mariscos (Von Buchwald, 2018). Pero su característica potencial es sus puntos de comida típica del país, en donde reconocidas “huecas” (espacios gastronómicos reconocidos por su excelente comida típica) toman lugar en el mercado, entre ellos el reconocido ganador de la feria Gastronómica Raíces en el 2017, Gust Conchas.

Sin embargo, este mercado a pesar de ser popular y frecuentemente recurrido por los usuarios, no deja de presentar distintos malestares en su diseño, funcionalidad y salubridad. La desorganización interna, además de malos olores emanados por la carencia de cultura y aseo y la escasez de parqueos para el número de usuarios a los que asisten al mercado, son algunos de las dificultades que presenta este equipamiento público.

En un entrevista realizada a Manuela Chaicoseay, vendedora de plantas en el Mercado de Saucés 9, detalla que “la falta de parqueos en el mercado es un gran problema, muchos de los que venden sus productos usan los pocos parqueos que existen, evitando que los compradores puedan usarlos” (2018). La misma señora de aproximadamente 50 años de edad, enfatizó además que el problema de insalubridad es notorio, pues la mayoría de comerciantes de carnes y mariscos al no tener sus propios frigoríficos, dejaban sus alimentos en un área refrigerada general que cuenta el mercado, cercano al área de bodegas principal la cual al abrir dicha zona los olores son totalmente desagradables.

Por otro lado, el puesto de Efraín Llerena vendedor de embutidos y lácteos, es muy diferente al de los demás vendedores pues el sí cuenta con frigorífico propio, al preguntarle él porque su puesto si contaba con uno y el resto no, comentó:

“Una reconocida marca de los productos que yo vendo, me ofreció a implementar el frigorífico pues no me gusta que mientras vendo mis embutidos, las moscas se paren en mis productos, eso causaría mala impresión y enfermedades a mis clientes, así que accedí a implementar el aparato (frigorífico), aunque esto conllevaría un gasto fuerte para mí, accedí por el bienestar de mis clientes. Pero para poder implementarlo en mi puesto tuve que esperar 2 años a que las autoridades del mercado me aprobaran el permiso” (Llerena, 2018).

Por esta razón dos de sus compañeros, también vendedores de sus mismos productos, siguieron los pasos de Llerena e implementaron sus propios frigoríficos, lo que aumento potencialmente la confianza de sus compradores recurrentes. Sin embargo, el resto de puestos no presentan la misma estética ni salubridad que dichos vendedores, pues no todos cuentan con los recursos e ingresos para poder implementar las maquinarias y elementos pertinentes para una venta agradable y salubre.



Imagen 4: Hija de comerciante del Mercado Saucés IX
Fuente: Elaboración propia (2019)



Imagen 5: Venta de viveres en Mercado Saucos IX
Fuente: Elaboración propia (2019)

Por otro lado, es notorio que en los pasillos de circulación del mercado se vean distintos animales como perros y aves que ingresan al establecimiento. Además, la mayoría de niños, hijos de comerciantes, se encuentran jugando e incluso trabajando de ayudantes en estos pasillos, lo cual no es bien visto para el establecimiento. Así mismo, varios comerciantes al no tener un espacio establecido para permanecer al vender los alimentos, ocupan espacio de circulación vital en los corredores del mercado.

Actualmente el mes de noviembre del año 2018; el Mercado de Saucos IX se encuentra en mantenimiento después de 18 años desde su concepción, al visitar el establecimiento se pudo observar el cambio de revestimiento que realizan en distintas áreas como piso y mesones en los puestos de carnes y mariscos. La utilización de pintura epoxica en el piso es un paso positivo en dicho mantenimiento, sin embargo, estos "retoques" no solventa los problemas de salubridad y funcionalidad reales de la edificación.

Por otro lado, la mayoría de mercados públicos de la ciudad de Guayaquil son establecimientos que sirven como puntos de encuentro de comercialización entre el vendedor y el habitante por una pequeña fracción de tiempo. Usualmente estos establecimientos cierran a las 4 pm del día, convirtiéndose en edificaciones vacías y frías por las noches. En Saucos 9 el movimiento de los habitantes es notorio en las mañanas y tardes cerca del Mercado de abastos, pues las compras diarias sumada al uso constante de la parada de bus importante que se encuentra al frente de este establecimiento, crea un ambiente de movilidad y actividad. Sin embargo, en las noches esta zona cambia los papeles y se convierte en una zona peligrosa y sin vida.



Imagen 6: Venta de pollos en Mercado Saucos IX
Fuente: Elaboración propia (2019)

1.3 OBJETIVO GENERAL

Rediseñar el Mercado de Saucos IX, con el diseño e infraestructura adecuada, mediante el análisis histórico y formal de arquetipos de mercados de la ciudad de Guayaquil.

1.4 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Analizar históricamente los mercados de Guayaquil.
- Estudiar la arquitectura de los mercados públicos más antiguos de Guayaquil.
- Indagar los distintos problemas estéticos, funcionales y de salubridad que presenta actualmente el Mercado de Saucos IX.
- Estudiar los parámetros arquitectónicos a usar para un correcto diseño de mercados funcional y sustentable mediante el análisis de casos análogos.
- Implementar dichos parámetros en el Mercado de Saucos IX.
- Rediseñar el Mercado de Saucos IX que represente mediante su diseño la arquitectura y cultura de Guayaquil.

1.5 JUSTIFICACIÓN

El mercado de abastos es una manera de acercar a la cultura local a los usuarios. Es la fiel experiencia de los habitantes y turistas a conocer lo exclusivo, insólito y diferente de una ciudad. “Los monumentos, los museos, la idiosincrasia de la gente, los mercados de abastos son exponentes de lo que esos nuevos consumidores buscan, puesto que ofrecen experiencias auténticas, propias de la sociedad local que se visita” (Crespí, 2014). En el mercado municipal se percibe de forma natural la gente local, su forma de expresarse, de vender, de comprar, sus hábitos alimenticios, los gustos y costumbres gastronómicas, etc. “Están enclavados en céntricos lugares privilegiados, y cuentan con pasado histórico, belleza arquitectónica, etc. por lo que, remozados, se convierten en un gran recurso turístico” (Crespí, 2014).

Por otro lado, es importante que este equipamiento deba ser pensado para solventar diversas necesidades de forma lógica y funcional, tanto para la persona que ingresa sus productos, como para el que recorre los pasillos a prisa buscando sus víveres. Debe ser una edificación ventilada para que los olores no se concentren y forme malestar; debe ser fresco para que los productos se mantengan en excelente estado. Además de distintos puntos que, como objetivo primordial, se profundizaran más adelante.

La arquitectura del mercado público debe ser abierta y accesible, donde la diferencia entre interior y exterior no está dada por muros o columnas sino por la actividad humana. El mercado y sus actividades se extienden hacia las áreas públicas gracias a la presencia de la terraza gastronómica y las áreas de descanso, donde las personas pueden descansar y convivir entre ellas protegidas de los elementos (Altamirano J. , 2017).

Los mercados públicos han sido equipamientos olvidados que merecen ser rescatados y revalorizados. Por lo cual, el análisis de los mercados en Guayaquil su historia, funcionalidad y formalidad son de vital importancia para un correcto rediseño y potenciación del Mercado de Saucos 9. Dicho mercado de abastos, cuenta con distintos puntos a potenciar; entre ellos la parada de bus más importante de la zona norte, ubicada al frente de la edificación, en el que varias líneas de buses se detienen a recoger a cientos de pasajeros diariamente. Además, detrás de esta edificación se encuentra un parque infantil comunal divorciado del Mercado público el cual puede ser reconectado con el mismo. Por otro lado, el centro de abastos del sector norte se encuentra a lado de esta edificación, pasando desapercibida y en una zona no tan óptima funcionalmente al Mercado Saucos 9 se pretende crear otro foco gastronómico turístico, que potencie el sector norte de la ciudad de Guayaquil.

Son 3 puntos de vital importancia urbana que deben ser reestructurados y analizados.

Este mercado público, se encuentra colindante a distintos barrios importantes del norte como, Alborada, Saucos 3 y 6, los cuales conectan con demás ciudadelas como Guayaquines y Samanes. La futura intervención en el mercado permitirá potenciar turística y económicamente dichos sectores. Así mismo, el diseño estructural amplio y abierto que actualmente cuenta la edificación, permitirá crear una nueva reestructuración funcional y formal del mercado sin alterar drásticamente su esencia. Guayaquil es una ciudad en constante crecimiento y económicamente activa, con distintos destinos puntos turísticos mayormente ubicados en el centro de la urbe, mediante la intervención.

1.6 ALCANCE Y LIMITACIONES

El proyecto a realizarse presenta distintos alcances y limitaciones, entre los alcances están:

- Estudio de la historia de los mercados de Guayaquil, que sirvan como ejemplo y guía para el futuro diseño.

- Análisis de casos análogos de mercados para el correcto estudio FODA.
- Recaudación de información mediante entrevistas y encuestas.
- Análisis de contexto urbano espacial del Mercado de Saucos 9.
- Rediseño del mercado público mediante la realización de plantas arquitectónicas, fachadas, implantación, visualización 3D y renders; que permitan la comprensión del proyecto en su totalidad.

Por otro lado, las limitaciones presentadas en el proceso de investigación son las siguientes:

- Poca información sobre el Mercado de Saucos nueve y la historia del barrio.
- Periodo actual de cambio de autoridades lo que limita observar el futuro de las necesidades que presente el nuevo mandatario de Guayaquil.
- Complejidad para obtener los planos del Mercado de Saucos 9.



CAPÍTULO

02

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA



INTRODUCCIÓN

El presente trabajo tiene como finalidad generar un diseño de mercado público que se adapte correctamente al medio urbano y que cumpla en su totalidad con las necesidades funcionales y formales de este. Para la realización y delimitación de necesidades a cumplir para el adecuado diseño de un mercado de abastos en Saucos 9, es necesario analizar distintos conceptos o bases teóricas que permitan sustentar con mayor efectividad dichos parámetros.

El mercado de Saucos 9 es uno de los cinco mercados de abastos más populares de Guayaquil, el cual presenta actualmente varios puntos a analizar entre ellos positivos, los cuales se pretende potenciar y negativos, los cuales serán transformados. Por consiguiente, es necesario realizar el correcto estudio del marco teórico e histórico, en el cual se profundizarán distintos conceptos que servirán de base en el futuro diseño a implantar.

Por la magnitud de conceptos a estudiar, se procedió a dividir el marco teórico en tres grupos: el primero es el estudio de la historia económica de la urbe de Guayaquil la cual permitirá conocer con mayor amplitud el proceso e importancia que posee la economía y su transformación a lo largo de los años; conocer los primeros mercados de Abastos y la evolución de la misma, además de conocer la historia del Mercado de Saucos IX, serán puntos a estudiarse. El segundo grupo está conformado por conceptos relacionados a los mercados de abastos su arquitectura y características, las cuales se pretenden implementar en el rediseño del nuevo Mercado Público de Saucos 9.

2.1 MARCO HISTÓRICO

Como se pretende intervenir en una edificación pública, la cual presenta un contexto urbano, es de vital importancia estudiar la historia económica de la ciudad de Guayaquil, la historia de los mercados y por último la historia de Saucos 9; pues ellos serán base para la correcta potenciación y diseño del Mercado Público.

2.1.1 COMERCIO EN GUAYAQUIL

Guayaquil sin ser la capital del Ecuador es una de las ciudades más importantes del país, una de las más pobladas y grandes, la cual cuenta con 2'350.915 habitantes. Caracterizada por su diversificación, desarrollo y progreso económico. Además, es conocido por ser el centro económico, pues cuenta con uno de los puertos más importantes del país (SanMartín, 2011). Es conocida como la Perla del Pacífico, por su ubicación, está situada en la ribera derecha del río Guayas y rodea el cerro Azul y Blanco. En el sur cuenta con la desembocadura de la Puntilla de Guayaquil la cual llega hasta la Isla Puna.

El cacao, el banano, camarón, arroz y café han sido los productos más destacados en el comercio de Guayaquil a lo largo de los años. Centrándose en cinco industrias: agrícola, pesquera, manufacturero, comercial y construcción. "El PIB del Guayas se encuentra concentrado en estas cinco industrias con el 68%, teniendo a la manufactura como la más notable con un valor agregado de 1.200 millones de dólares" (SanMartín, 2011). Los principales ingresos de Guayaquil están formados por los comercios formales e informales que da lugar a miles de guayaquileños y habitantes de todas las provincias del país.

El comercio de los guayaquileños consta de pymes y microempresas. Sin embargo, "nuestra ciudad cuenta con los mayores índices de subempleo (alrededor del 40% de la PEA) y desempleo (alrededor del 11% de la PEA) en el Ecuador" (SanMartín, 2011).

El puerto de la ciudad de Guayaquil es uno de los más trascendentales del Pacífico. El 70% de las exportaciones privadas del país sale por sus instalaciones e ingresando el 83% de las importaciones convirtiéndose económicamente en el más importante del Ecuador. El Guayaquil de hoy sigue con su tradición comercial, y en conocimientos básicamente económicos, y su visión hacia el turismo por el realce que, acontecido últimamente, lo cual ha influenciado en mejorar la autoestima de los guayaquileños (SanMartín, 2011).



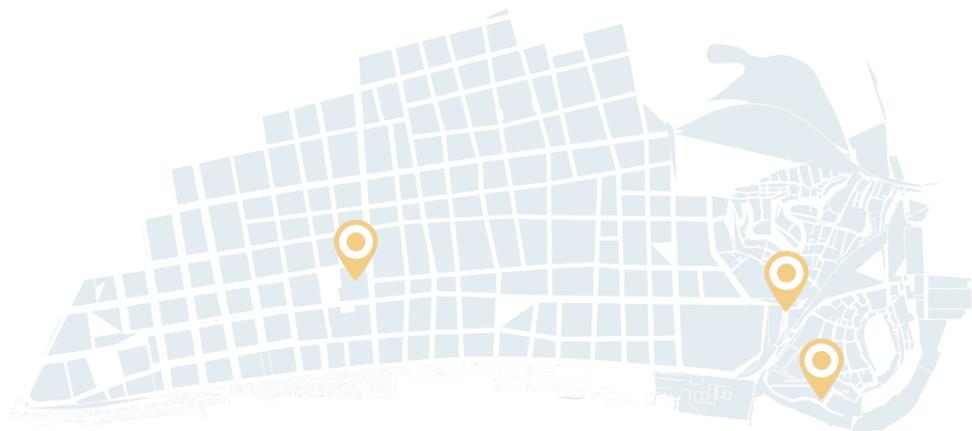
Imagen 9: Comercio en Guayaquil
Fuente: Diario el Universo (2011)

En Guayaquil cada día recibe embarcaciones de todas partes del mundo. "Se estima que el 83% de todas las importaciones y el 70% del total de las exportaciones del país se movilizan a través de las instalaciones portuarias que se encuentran al sur de la ciudad" (Guaman, 2016). Guayaquil es una de las ciudades más desarrolladas de América.

2.1.2 HISTORIA DE LOS MERCADOS DE GUAYAQUIL

La historia de los Mercados en Guayaquil se enmarca en tres periodos de cambios y evolución. En una entrevista realizada al Arq. Melvin Hoyos (2018), reconocido historiador del Ecuador; detalla estos tres periodos iniciando en la época de la Colonia Temprana, el cual es prevista hasta 1690. En dicho periodo solo existían cuatro lugares de expendio de víveres públicos, ubicados particularmente uno en el Cerro cerca de la escalera Diego Urbina, otro en junto a la iglesia de San Francisco y el último ubicado cerca del Museo del Bombero.

La historia de los Mercados en Guayaquil se enmarca en tres periodos de cambios y evolución. En una entrevista realizada al Arq. Melvin Hoyos (2018), reconocido historiador del Ecuador; detalla estos tres periodos iniciando en la época de la Colonia Temprana, el cual es prevista hasta 1690. En dicho periodo solo existían cuatro lugares de expendio de víveres públicos, ubicados particularmente uno en el Cerro cerca de la escalera Diego Urbina, otro en junto a la iglesia de San Francisco y el último ubicado cerca del Museo del Bombero.



En Guayaquil existían tres lugares de expendio de víveres al aire libre.

16 COLONIA TEMPRANA



Antiguos mercados al aire libre denominados mercadillos.

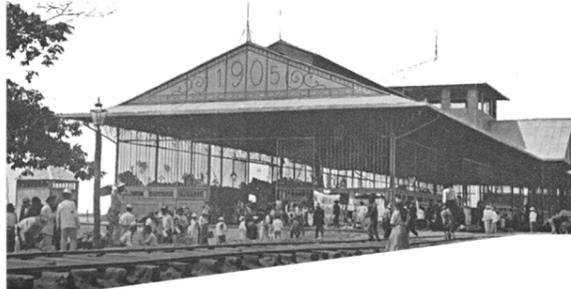


En el terreno del actual Palacio Municipal se construyó el primer mercado de abastos de Guayaquil, el cual fué trasladado al actual Malecón 2000.

19 CIUDAD NUEVA



A partir del traslado dicho mercado fue denominado Mercado de la Orilla.



El Mercado Sur fue construido a la par del Mercado de la Orilla, entre los años 1903 y 1905.



En el año 2002 el Mercado Sur se convirtió en el Palacio de Cristal.

19 RED DE MERCADOS

Mercado de Sauces IX



La actual red de mercados fue organizada y llevado acabo por la alcaldía de León Febres-Cordero.

Mercado de Bastion Popular



Mercado de la Floresta

Actualmente esta red cuenta con 42 mercados en Guayaquil.

En el año de 1927 se programó la construcción de un gran mercado central, el cual se detalló en la Revista Municipal de Guayaquil. El diseño principal constaba con una dimensión mayor a la que se construyó posteriormente. Raúl María Pereira fue el diseñador del Mercado Central; a pesar de que estos reconocidos mercados funcionaban para solventar la necesidad de los habitantes de Guayaquil, curiosamente en el norte de la ciudad funcionaba un mercado, el cual tuvo lugar luego del incendio ocurrido en 1986, ubicados en la calle Loja y Malecón hacia el norte. Este sitio se trasladó en 1908 al callejón Magallanes, no siendo un mercado oficial. Sin embargo, gracias a la formación de ese núcleo dado por la necesidad de los habitantes, posteriormente se oficializa el Mercado Este, conocido actualmente como Mercado Artesanal.

Los mercados son equipamientos que han ocupado un lugar de relevancia en el avance y desarrollo de Guayaquil, desde el siglo XX estos equipamientos han existido y el papel principal de estos era y es la comercialización de productos al por mayor y menor. serranía ecuatoriana, pues los productos como frutas y legumbres provienen de la sierra, pues la principal actividad realizada es la agricultura. Hasta mitad del siglo Guayaquil solo contaba con tres importantes mercados públicos: Mercado del Sur, Mercado Central y El Mercado José Mascote (San Martín, 2011). La mayoría de los comerciantes proviene de la serranía ecuatoriana, pues los productos como frutas y legumbres provienen de la sierra, pues la principal actividad realizada es la agricultura.

Comenzando la década de los 90 nuevos mercados públicos fueron surgiendo con infraestructura muy parecida a la de los primeros mercados, dichos mercados fueron creados y ubicados de la forma que permitan ser canal de ayuda a los mercados preexistentes. Los nuevos mercados fueron: Mercado Asislo Garay, Mercado del Norte y el Mercado Oeste. Gracias al crecimiento rápido de la ciudad estos nuevos mercados fueron creados para solventar la demanda existente lo que dio lugar al crecimiento del comercio en la urbe (San Martín, 2011).

Después de la implementación de estos nuevos equipamientos comerciales, el comercio informal empezó a surgir lo que provocó desorganización y la comercialización desleal, pues la venta a menor precio fuera de estos equipamientos provocaba desorden y malestar en comerciantes y habitantes, por lo que la reorganización de estos los comerciantes fue dado en otros establecimientos. Fue así como más mercados públicos fueron surgiendo del cual en la actualidad Guayaquil cuenta con 43 mercados las cuales se encuentran destinadas a:

- Pescadería
- Carnicería
- Aves y caza
- Tripicalleras
- Comestibles
- Pan y pastas
- Frutas y hortalizas
- Productos de limpieza
- Cafetería
- Kiosco de prensa
- Lotería



Imagen 10: Mercado de Saucés IX
Fuente: Elaboración propia (2019)

Según el economista Miguel Sanmartín (2011) en un estudio realizado a los actuales mercados municipales menciona que “La red de mercados de la ciudad de Guayaquil, tiene una distribución en los puestos de sus productos bien establecidas, como son el área de comidas, frutas, mariscos, aves, lácteos, comidas, legumbres y abastos entre otros”. La red de mercados se encuentra clasificado en establecimientos mayoristas y minoristas, como ejemplo de ello el Mercado Caraguay y José Mascote son mercados mayoristas, mientras que los minoristas son el Mercado Norte, Saucés IX y Garay.

La Red de Mercados de Guayaquil se encuentra concebida por un sistema en que se encuentran distribuidos por zonas urbanas y cabeceras parroquiales, implementando los mercados desde 1998 divididos en tres fases. Este ordenamiento y grupo planificador creado en la administración del Ing. León Febres Cordero, ha logrado otorgar a más de 13.000 comerciantes mayoristas y minoristas de puestos fijos en la red de mercados, cifra dada hasta el año 2004 (Haro Moreano & Orellana, 2004). Los mercados restantes en la Fase tres cubrirán futuras demandas alimentarias en el crecimiento de la urbe.

2.1.3 BREVE HISTORIA DE SAUCES

Sauces es una solución habitacional para la clase media la cual empezó en 1979 y fue construida por la Junta Nacional de la Vivienda (JNV) y financiada por el Banco Ecuatoriano de la Vivienda (BEV). Las primeras casas construidas fueron dúplex las cuales se encontraban conectadas por un mismo techo cada vivienda con 54 m² las cuales cuentan con tres dormitorios.

De acuerdo a una redacción realizada por el diario El Universo, la primera etapa comenzó en 1978 y concluyó en 1979, según anécdotas de moradores "Casi todos los vecinos llegamos al mismo tiempo en el 78...cuando vinimos era como un potrero, había chanchos, burros, vacas, culebras, árboles, de todo." (Jaramillo, 2011).

El coordinador de Gestión Técnica del Miduvi, Arq. Rodolfo López, detalla que el proyecto de Saucés tenía como visión ser implementado en toda la ciudad, pero debido a las invasiones rápidas en el resto de zonas de Guayaquil no se pudo realizar. López afirma que "el trabajo de la JNV, de la que formaba parte en ese tiempo, era que todas las casas que hacían las negociaba de forma directa el BEV y cada persona, con el único requisito de tener un sueldo para poder pagar" (Jaramillo, 2011). Saucés posee nueve etapas barriales, actualmente con 37 años desde su comienzo cuenta con todo tipo de servicios. "Los Saucés nació como una solución habitacional para la clase media y se convirtió en una de las ciudades más importantes de la urbe" (Jaramillo, 2011).

MAPA DE LOS BARRIOS SAUCES

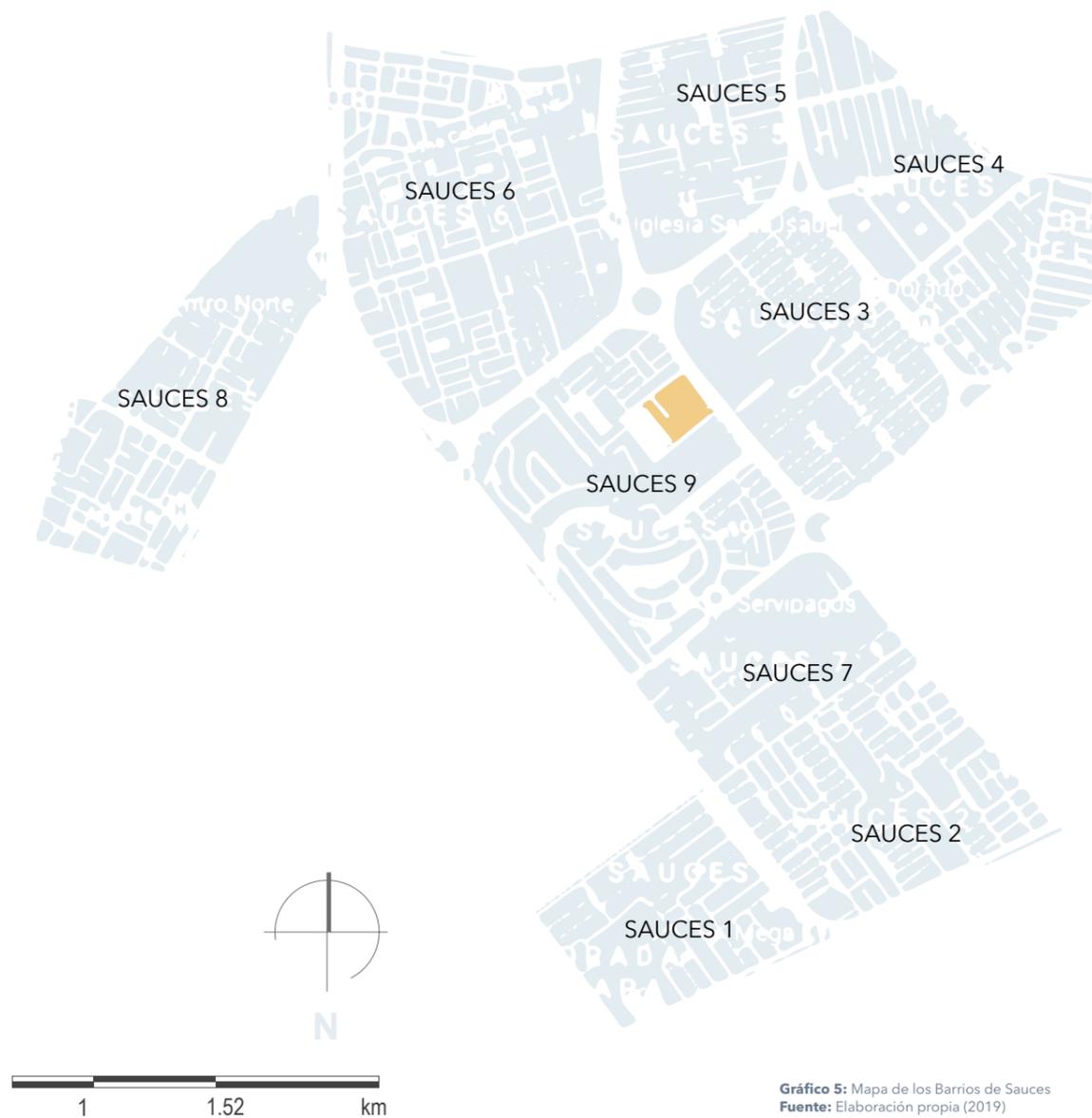


Gráfico 5: Mapa de los Barrios de Saucés
Fuente: Elaboración propia (2019)

2.1.4 MERCADO SAUCES IX

Saucés 9 es una de las etapas más conocidas del conjunto, pues el corazón de esta etapa es el Mercado de Saucés nueve. Este mercado se encuentra ubicado en la Av. Dr. Antonio Parra Velasco al Norte de la ciudad, posee una afluencia de 121.800 personas por mes. Su horario de atención es de lunes a Domingo de 04h30 a 16h00. Cuenta con 406 stands para los comerciantes los cuales debe pagar un alquiler de \$4.25 por metro cuadrado (Lima, 2018).

Este mercado con gran estructura metálica dispone con 12 puertas de ingreso y fue inaugurado el 1 de marzo del 2000 en la administración del Ing. León Febres Cordero. La ganancia promedio que se obtiene es de 80 dólares un fin de semana un vendedor de carnes, y quince dólares es el promedio de gastos por parte de los clientes al comprar sus víveres. "Según datos de la Dirección de Aseo Cantonal y Mercados del Municipio, un estimado de 43.000 usuarios visitan semanalmente el centro de abastos" (Lima, 2018).



Imagen 11: Mercado de Saucés IX
Fuente: Revista Mercados (2015)



Imagen 12: Mercado de Saucés IX
Fuente: Elaboración propia (2019)

2.2 MARCO TEÓRICO

2.2.1 MERCADO DE ABASTOS

CARACTERÍSTICAS Y ARQUITECTURA

En este grupo se tomarán en cuenta disciplinas fundamentales que la presente investigación tendrá en consideración para la determinación de parámetros para un correcto diseño de mercado de abastos, su concepto y características

2.2.1.1 MERCADO DE ABASTOS

También conocido como mercado público o municipal, como su nombre lo indica, es un lugar público de puestos o tiendas donde se comercia alimentos y otros productos de primera necesidad, operados por sus dueños a lo largo del año. "Los Mercados Públicos existen para cumplir un propósito público, mostrar el carácter y la cultura única de una comunidad al mismo tiempo que satisfacen sus necesidades de compras diarias" (Zaretsky, 2017). Los mercados prohíben las cadenas de tiendas y franquicias, su principal enfoque son los negocios locales que resaltan los alimentos, música, artesanía, patrimonio y cultura local.

Existen distintos propósitos que cumplen los mercados municipales entre ellos, la creación de empleos, el nacimiento de pequeñas empresas, como atracción turística, la venta de alimentos frescos y saludables, el aumento de valor a las edificaciones circundantes, la preservación histórica, entre otros (Zaretsky, 2017). Además, este equipamiento es un potente motor económico, pues crean oportunidades de trabajo para los habitantes y emigrantes que se les dificulta entrar a la economía general.

En 1977 la OTA conocida por sus siglas en inglés como Office of Technological Assessment/Oficina Federal de Evaluación Tecnológica, realizó una evaluación y auditoría de la subvención federal de \$6.000.000 para el Mercado Pike Place de Seattle, en la que llegaron a la conclusión que la renovación de dicho mercado público condujo al desarrollo económico comunitario más exitoso de la historia en los Estados Unidos, pues su influencia produjo empleos a largo plazo, permanentes y bien remunerados.

A diferencia de los centros comerciales que usualmente están orientados a una porción económica de la población local, los "Mercados Públicos han demostrado históricamente su capacidad para cruzar las líneas económicas y raciales para reunir a una amplia sección de la población local de manera segura" (Zaretsky, 2017).

En una investigación realizada por PPS (Project for Public Spaces) empresa dedicada a la creación de exitosos mercados y a la recuperación de antiguos, detalla el "Poder de 10" en la que se centra que al menos diez puntos focales son importantes y necesarios en los mercados públicos. "Los espacios públicos que exhiben el poder de 10 ofrecen la profundidad, el significado y las conexiones viscerales que crean experiencias diarias satisfactorias" (O'niel, 2005). Estos principios tienen un fuerte efecto cuando se aplica en los mercados públicos y le otorga ventaja sobre otras formas comerciales.



Imagen 13: Mercado de Sauces IX
Fuente: Elaboración propia (2019)

2.2.1.2 CUALIDADES DE UN MERCADO DE ABASTOS EXITOSO

Basados en la experiencia y el análisis de distintos mercados alrededor del mundo, PPS ha desarrollado distintas cualidades que hacen de un mercado público en un equipamiento exitoso en el medio urbano (O'niel, 2005). Los cuales son resumidos en 10 cualidades de las cuales serán detalladas 6 de ellas.

1 Los vendedores adecuados

Para que las ventas se realicen con regularidad y otorguen una gratificante experiencia al comprador, se deben potenciar distintas características que harán que el usuario paulatino o recurrente quiera regresar al mismo lugar. La venta de productos en los mercados públicos debe ofrecer calidad, buena apariencia, limpieza que sea atractivo. Estos establecimientos tienden a ser catalogados como insalubres y desordenados por el hecho de ser "públicos", por lo cual el servicio y calidad de los productos debe ser excelente (O'niel, 2005).

2 La ubicación correcta

Cuando se pretende implantar un nuevo mercado de abastos en una zona previamente analizada, este debe tener una correcta visibilidad y accesibilidad. El flujo de los espacios debe facilitar el recorrido y orientación de los usuarios. Debe estar compuesto por servicios cercanos como tiendas, restaurantes, empedados de oficina, viviendas y demás equipamientos que permitan el flujo de los usuarios por el mercado. Debe existir un punto de confluencia en donde los habitantes se reúnan naturalmente. Sin olvidar que debe estar en una zona inclusiva.

3 La mezcla correcta

En el interior de los mercados públicos debe existir competencia, la cual construye calidad, variedad y mantiene los precios razonables. Sin embargo, debe existir variedad de precios para abastecer la necesidad de las distintas clases sociales. Lo que los usuarios prefieren es que los distintos puestos sean operados por los propietarios de los mismos. Por otro lado, debe existir un balance, es bueno innovar, pero siempre mantener los productos clásicos y probar con nuevos, la rotación de productos es esencial, sino funciona deben eliminarse.

4 La misión correcta

La misión correcta de un mercado público está dada por solventar necesidades particulares, entre ellas fomentar y apoyar a los vendedores, agricultores y empresarios locales. Esto conlleva y promueve la socialización apoyando la cultura local y promoviendo la salud de la comunidad, pues la venta de productos frescos y en buen estado es primordial.

5 Las conexiones correctas

El mercado público debe ser símbolo de la identidad de la comunidad, un lugar donde compartir alimentos, ideas e historias reflejen la interculturalidad. Debe ser accesible tanto para peatones caminando o en bicicletas, en silla de ruedas o vehículos. Y por último distintas gestiones económicas y financieras internas que deben ser llevadas de forma correcta para que el mercado público se mantenga por generaciones, como son: la economía correcta, la promoción correcta, el valor correcto y la gestión correcta.

6 Los espacios públicos adecuados

Para poder estudiarlos con mayor claridad, serán expuestos con particularidad a continuación:

- Sentido de entrada: Usualmente los mercados públicos son un oasis, el lugar de entrada al equipamiento debe ser marcado.
- Asientos: Deben existir lugares que proporcionen descanso, charla y comer. Esto ayuda a la conexión entre usuarios, habitantes y extranjeros.
- Mantenimiento: El constante mantenimiento es clave para disfrutar de un ambiente agradable.
- Atracciones: La combinación de usos ofrece nuevas cosas para experimentar y ver, por lo cual el espacio debe ser flexible capaz de abarcar distintas actividades.

2.2.1.3 ARQUITECTURA DE MERCADOS

Como en toda especialidad la arquitectura presenta distintas ramas de enfoque para un correcto diseño, como ejemplo de esto existen especialidad en diseño urbanístico, residencial, paisajístico, religioso y demás especialidades en la que la arquitectura destinada al diseño de mercados también se encuentra incluida. Ser arquitecto de un mercado implica enfocarse en distintos aspectos, los usuarios a los cuales dar gusto: ciudadanos, vendedores, cliente, proveedores, municipalidad, entre otros.

Con el pasar de los años los mercados se vuelven cada vez más atractivos para viajeros los cuales buscan experiencias únicas en los lugares que visitan pues se puede experimentar la cultura y costumbre local, "El mercado es un lugar para ver y escuchar, pero sobre todo para probar, tocar, saborear la vida diaria y genuina de un lugar" (Fernandez, 2009).

Para hablar de arquitectura de mercados, debemos referirnos a años pasados en los cuales los primeros mercados en cada ciudad del mundo se dieron por el punto económico y social de la ciudad. Una arquitectura específica para el diseño de mercados públicos es difícil de definir, pues varía por distintos factores colindantes. Sin embargo, los factores arquitectónicos para un diseño factible se basan en: relaciones espaciales las cuales se dividen en relación de zonas y relación entre espacios.

2.2.1.4 REGENERACIÓN DE MERCADOS

En las últimas décadas la remodelación de mercados ha sido un tema realizado en distintos países de Latinoamérica, España y México, los cuales adoptaron distintas medidas de recuperación y revitalización de este patrimonio arquitectónico.

En Barcelona, la importancia de este equipamiento en los ciudadanos es vital, pues refleja la arquitectura de sus estructuras. "Los primeros mercados cubiertos en Barcelona se construyeron en un momento en que la arquitectura modernista estaba en su apogeo. "Los mercados Born, Llibertat, Galvany, Sants y Sant Antoni son ejemplos sobresalientes de la arquitectura de metal y vidrio de la época" (La Gioia, 2015)

Según el IMMB (Instituto del Mercado Municipal de Barcelona), existe un estándar para la remodelación de los mercados de abastos, los cuales presentan varios enfoques entre ellos:

- Recuperación del valor arquitectónico del edificio y de sus elementos artísticos.
- Redefinición del mix de negocios.
- Localización subterránea de la logística del mercado.
- Recogida selectiva de residuos y un compromiso medioambiental.
- Promoción de los mercados en campañas de comunicación (algunos mercados tienen un perfil muy activo en las redes sociales).



Imagen 14: Mercado de Saucés IX
Fuente: Elaboración propia (2019)

CAPÍTULO

03

MARCO METODOLÓGICO

INTRODUCCIÓN

Según Martínez (2014), “El término metodología se define como el grupo de mecanismos o procedimientos racionales, empleados para el logro de un objetivo, o serie de objetivos que dirige una investigación científica”. La presente investigación tiene como propósito fundamental rediseñar y potenciar el Mercado Público del sector de Sauces 9, norte de Guayaquil. Para esto fue de vital importancia realizar una investigación con enfoque mixto, con predominancia cualitativa, por lo cual esta metodología “No es remplazar el enfoque cuantitativo ni a la cualitativo, si no utilizar las fortalezas de ambos tipos de indagación combinándolas y tratando de minimizar sus debilidades potenciales” (Vázquez, 2016), así mismo Ruiz (2011) determina que “El enfoque mixto es un proceso que recolectar, analizar y vincular datos cuantitativos y cualitativos en un mismo estudio o una serie de investigaciones para responder a un planteamiento”.

Por consiguiente, para la correcta organización e interpretación de esta investigación se procedió a dividir al tipo de enfoque, separándola en dos etapas las cuales presentan distintos niveles de complejidad, de tal manera que se procederá a estudiarlos de manera independiente para posteriormente complementar sus resultados.

A continuación, se detalla cada uno de los enfoques tratados:

3.1 ENFOQUE CUANTITATIVO

Respecto al enfoque cuantitativo la investigación está dada como una investigación de campo ya que las recolecciones de datos fueron tomadas de la realidad, Según Martínez (2008) “En la investigación de campo el científico vive directamente una realidad, podríamos decir que la toca con las manos. De esta manera puede recoger datos no distorsionados por una situación irreal”.

Dicho esto, la investigación fue de tipo descriptivo, Palella y Martins (2003), al respecto afirman “el propósito de este nivel es el de interpretar realidades de hecho. Incluye descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual,

composición o procesos de los fenómenos” (p.86). vincular datos cuantitativos y cualitativos en un mismo estudio o una serie de investigaciones para responder a un planteamiento”.

Alvarado (2005) afirma que la investigación no experimental “Se basa fundamentalmente en la observación de fenómenos tal y como se dan en su contexto natural para analizarlos con posterioridad. En este tipo de investigación no hay condiciones ni estímulos a los cuales se expongan los sujetos del estudio. Los sujetos son observados en su ambiente natural” Siguiendo este orden de ideas se trató este tipo de investigación ya que no se formulan hipótesis y las variables quedan implícitas dentro de la formulación de los objetivos de la misma.

3.1.1 POBLACIÓN Y MUESTRA

3.1.1.1 POBLACIÓN

Wigodisk (2003) lo define como “el conjunto total de individuos, objetos o medidas que poseen algunas características comunes observables en un lugar y en un momento determinado”, por su parte Baslestrini (1997) argumenta: “se entiende por población un conjunto finito o infinito de personas, cosas o elementos que presentan características comunes” (p.137); dicho esto, la población objeto de esta investigación está constituida por 30 compradores y habitantes que acuden a realizar sus compras en el Mercado de Sauces 9, además de 30 comerciantes o vendedores de dicho establecimiento.

3.1.1.2 MUESTRA

En cuanto a la muestra de los habitantes, la misma fue Censal, en el que el cálculo de participantes fue determinado por el uso de la fórmula extendida que orienta el cálculo del tamaño de muestra.

Como resultado del planteamiento de esta fórmula se dio el resultado de 60 personas a encuestar divididos en habitantes y comerciantes, sobre el total de 410 comerciantes que actualmente ocupan un puesto en el Mercado de Sauces 9.

3.1.1.3 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

Señala Ruiz (2002) “los instrumentos de medición son procedimientos sistemáticos y estandarizados que permiten observar la conducta humana, a fin de hacer inferencias sobre determinados constructos, rasgos, dimensiones o atributos.” (p.23). En tal sentido, se recurrió a la Técnica de la Encuesta y como Instrumento el Cuestionario, al respecto lo define Ruiz (2002) “los cuestionarios, por su parte, son instrumentos conformados por un conjunto de preguntas de naturaleza variada y expresada en diferentes formatos a los fines de sus respuestas.” (p.29).

3.1.2 VÁLIDEZ Y CONFIABILIDAD

3.1.2.1 VÁLIDEZ

Según Tamayo (2009) la validez es el “Grado en el que un instrumento en verdad mide la variable que se busca medir”, del cual el objetivo principal será medir los resultados tomados de la investigación mediante el Juicio de Expertos, en el cual se tomaron en cuenta 2 especialistas en diseño de instrumentos y un docente que realiza funciones de tutoría; según la opinión de cada uno de ellos se diseñó el instrumento final.

3.1.2.2 CONFIABILIDAD

En lo que se refiere a confiabilidad Kerlinger (2002) lo define como “Grado en que un instrumento produce resultados consistentes y coherentes. Es decir en que su aplicación repetida al mismo sujeto u objeto produce resultados iguales” Para obtener la confiabilidad del instrumento se realizó la prueba piloto a diez (10) profesores que realizan actividades de tutoría en trabajos de investigación, tales resultados se procesaron mediante el Índice o Coeficiente Alfa de Cronbach, el cual se trata de un índice de consistencia interna que toma valores entre 0 y 1 y que sirve para comprobar si el instrumento que se está evaluando recopila información errada y por supuesto las conclusiones serán equivocadas o si por el contrario se trata de un instrumento fiable que hace mediciones estables y consistentes.

3.2 ENFOQUE CUALITATIVO

El segundo momento, estuvo enmarcado dentro del enfoque cualitativo definido como “el estudio de la gente a partir de lo que dicen y hacen las personas en el escenario social y cultural”. Este enfoque permitió realizar un acercamiento directo con el objeto de estudio que es conocer la reacción social y diversa que mantienen los habitantes del sector a estudiar, además de conocer el estado anímico, mental y físico de los mismos.

La Dinámica Intelectual vista como una actividad netamente humana solo puede ser analizada y vista bajo la mirada y la narrativa de sus propios protagonistas, el propio “hacedor” de la praxis tutorial es quien nos permite identificar la naturaleza profunda de la realidad a estudiar, de allí tal como indica Martínez (2006) “lo cualitativo (que es el todo integrado) no se opone a lo cuantitativo (que es solo un aspecto), sino que lo implica e integra, específicamente donde sea importante” (p.128).

Esta interacción permite el conocimiento como una forma de experiencia que debe ser verificada por métodos integradores, como es el caso de esta investigación.

Todo lo planteado con anterioridad es de suma importancia pues nos permite soportar la convivencia y la necesidad de este método para la obtención de datos sustanciales que enriquezcan el análisis y futuras conclusiones.

3.2.1 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

Dado a que la investigación cualitativa se enfoca en la aproximación directa con el objeto, el instrumento a usar es la entrevista ya que la misma permite una comunicación entre las partes para la construcción conjunta de significados del tema a investigar.

Kvale (1996) mencionado por Martínez (2006) señala “el propósito de la entrevista en Investigación Cualitativa es obtener descripciones del mundo vivido por las personas entrevistadas, con el fin de lograr interpretaciones fidedignas del significado que tienen los fenómenos descritos”. Para lo cual se usa el consentimiento previo de los entrevistados, una grabadora de audio y una libreta para las respectivas anotaciones, las cuales son de alta valía para su posterior análisis.

3.2.2 INFORMANTES

Dentro de este orden de ideas, en la presente investigación fueron entrevistados cuatro personas, entre ellos historiadores, comerciantes y compradores. El Ab. Gerardo Wong, el Arq. Melvin Hoyos, el chef y comerciante del Mercado de Sauces 9, Gustavo Chero y por último Juana Pinela de Vargas consumidora y habitante del sector Sauces 9.



Imagen 15: Mercado de Sauces IX
Fuente: Elaboración propia (2019)

CAPÍTULO

04

ANÁLISIS DE RESULTADOS

INTRODUCCIÓN

Con la finalidad de recabar información que solvente el proyecto a realizar, se procedió a utilizar dos técnicas de recaudación de información: entrevistas y encuestas. Dichos métodos de estudio fueron realizados a distintos profesionales conocedores del tema y personas allegadas al uso diario del Mercado Saucos 9. La recaudación de esta información, permitirá delimitar con mayor facilidad los distintos puntos a enfatizar en el rediseño del mercado.

4.1 RESULTADOS DE LA ENTREVISTAS

A fin de obtener información de campo para el proyecto, se realizó entrevistas a 4 personas, entre ellas: el primer entrevistado fue el ex consultor del Ing. León Febres Cordero y ex procurador de Municipio de Guayaquil en el segundo periodo de León, el Ab. Gerardo Wong; el segundo entrevistado fue el historiador y arquitecto Melvin Hoyos el cual permitió conocer un poco más sobre la historia de los mercados y su importancia en la urbe; además se tomó en consideración entrevistar al ganador en el 2017 de la Feria Gastronómica Raíces, comerciante del Mercado de Saucos 9 el señor Gustavo Chero, dueño de la Cevichera Gust Conchas, en el que se recabó información sobre su vida comercial en el mercado y la influencia de este en su éxito culinario.

Por último, se realizó la entrevista a una recurrente compradora y habitante cercana al mercado, la señora Juana Pinela de Vargas, el cual permitió conocer la perspectiva del usuario-comprador en el mercado. Dichas entrevistas tienen como finalidad recabar la información pertinente que solvente la razón de este proyecto.

ENTREVISTA 1

En la entrevista realizada al Ab. Gerardo Wong, ex consultor y procurador del mandato del Ing. León Febres Cordero, detalló distintos puntos históricos sobre el comienzo de los mercados y el trabajo arduo que tuvo que realizar el Municipio de Guayaquil para que la Red de Mercados sea lo que actualmente es.

Los mercados han pasado por tres periodos, el periodo de feria, el periodo que cambió Febres Cordero y el periodo después de Febres Cordero que ya necesita un cambio nuevo. Los mercados evolucionan, tanto así que el Mercado Central se está remodelando (Wong, 2018).

Así mismo el Ab. Wong, menciona que los mercados siempre han formado parte de polos de desarrollo de la ciudad, pues cada establecimiento produce movimiento y comercio, dejando de ser establecimientos insalubres y sin carácter social ni cultural, como lo era en la antigüedad. Por otro lado, en comparación con los mercados públicos existentes en otros países como Argentina y España, detalla:

Países del primer mundo, expenden los productos bajo estrictas normas sanitarias, allí no encontramos la carne expuesta como lo hacen aquí. La meta sería lograr mercados como estos, del cual estamos a punto de hacerlo frente a lo que se tenía hace 25 años, que empezó la transformación de Guayaquil. Por lo tanto se tiene que mejorar ya no se puede retroceder, seguir siendo positivo (Wong, 2018).

Acotó que es muy interesante que se realice un mejoramiento en el Mercado de Saucos 9, pues presenta distintos potenciales, del cual enfatizó, tomar en cuenta el parque barrial que se encuentra detrás del establecimiento e incorporarlo urbanísticamente con el mercado.

ENTREVISTA 2

El historiador y arquitecto Melvin Hoyos, en la entrevista realizada describió a gran detalle y amplitud la historia de los mercados desde la época colonial hasta la actualidad, dicha redacción histórica se encuentra detallada en el marco histórico previamente redactado. Del cual se puede enfatizar que los mercados en la época de la colonia temprana hasta 1690 los lugares de expendio de comida eran totalmente insalubres y creados netamente por los habitantes de acuerdo a la necesidad.

Por otro lado, Hoyos considera que la pérdida de popularidad de los mercados públicos ante los grandes supermercados, se debe a una mala perspectiva que presentan los habitantes ante este establecimiento.

La gente hoy en día busca en los supermercados más calidad, pero tienes que pagar también por esa "calidad", pero eso no quiere decir que si te vas al mercado municipal vas a encontrar calidad inferior, no; pero hay gente que tiene esa idea. Yo he encontrado en el Mercado de Saucos 9 la misma calidad a inferior precio, en todo. Ejemplo a esto, el marisco en el mercado Caraguay es lo mejor, porque es más fresco además que tienes mayor oferta, que no encuentras en un supermercado. Es un tema más de concepción y perspectiva.

En comparación con mercados municipales en otros países, Melvin comenta que el mercado de Barcelona y Madrid en España presentan estructuras arquitectónicas muy parecidas a los mercados municipales de Guayaquil como el Mercado Sur y Central, con la diferencia que esos mercados se encuentran impecablemente limpios y organizados en su interior. Así mismo, al referirnos al actualmente inaugurado Mercado del Río en el Malecón 2000, comentó: "Es una interesante propuesta que está por verse que impacto tiene, morfológicamente es mejor que lo que había, pero desde el nombre está fuera de lugar porque no es un mercado, es un patio de comidas simpático y punto" (Hoyos, 2018).



Imagen 16: Arq. Melvin Hoyos
Fuente: Diario el Universo (2015)



Imagen 17: Gustavo Chero
Fuente: Elaboración propia (2019)

ENTREVISTA 3

En la muy grata entrevista realizada al ganador del primer lugar de la Feria Gastronómica Raíces, otorgada por la Municipalidad de Guayaquil; Gustavo Chero, dueño de la cevichería Gust Conchas, comentó que se encuentra trabajando en el Mercado de Sauces 9 desde la inauguración, actualmente cumplió 19 años en el mismo. Comenzó desde niño vendiendo conchas fuera de los mercados y actualmente su local de comidas es el más conocido y visitado en el Mercado de Sauces IX. Detalla que uno de los secretos de su éxito es su constante importancia en el servicio y comodidad, por lo que su puesto de comidas en el mercado es muy diferente a los demás, decidió agrandar su espacio alquilando el puesto colindante al suyo, además de implementar frigoríficos y sus propias mesas (hechas de metal para fácil limpieza y mantenimiento) para que los comensales puedan disfrutar de sus platos en el ambiente más pulcro y agradable, por lo que nos comentó:

Hay que apreciar nuestra gastronomía, para eso estamos nosotros para hacer esas ideas para fomentar, para producir, nosotros como futuros emprendedores como futuros profesionales. Depende mucho de cada comerciante, tener un ritmo de trabajo muy acelerado pero que todo salga impecable eso es lo que la gente ve y atender a todos nuestros clientes como se merecen. (Chero, 2018).

Gustavo, considera parte fundamental de su éxito el plus que brinda a sus clientes al otorgarles la confiabilidad de sus alimentos, ya que la venta de sus productos son mariscos, el utilizar los parámetros de limpieza adecuados son de gran importancia. Gracias a su éxito actualmente cuenta un local en el nuevo Mercado del Río, ubicado en el Malecón 2000, del que se refirió:

El mercado del río es un centro gastronómico y turístico ensamblado para recibir todo tipo de gente, porque tiene un confort diferente a lo que es un mercado tradicional, disfrutas de distintas comidas. En un mercado público la gente viene hacer sus compras para su casa, día a día y también aprovecha a comer, puedes comprar comida fresca y degustar de esa misma comida (Chero, 2018).

Comentó además que cree muy conveniente que el Mercado de Sauces 9 crezca y se transforme, considera que el espacio en altura puede ser utilizado y que sin dudas los parqueos deben ser ampliados, pues es una gran problemática la falta de establecimientos.

ENTREVISTA 4

En un recorrido en el interior del mercado de Sauces 9, la señora Juana Pinela de Vargas se mostró muy amable al acceder a la entrevista. Ella visita diariamente el mercado desde hace 15 años atrás, recorre el establecimiento una hora diaria buscando los alimentos para realizar su comida diaria y además aprovecha a vender zapatos por catálogo a sus amigas y vendedoras del mercado. Al preguntarle sobre su opinión ante una futura remodelación en el mercado, comentó:

El mercado sí debe ser mejorado porque como se puede observar bastantes personas visitan este mercado, compran bastante. La influencia del mercado en el sector es muy buena porque está cerca y toda clase personas vienen a visitar; los actores y famosos vienen a comer los ceviches y a conseguir alimentos frescos (Pinela de Vargas, 2018).

Pinela, enfatiza que la seguridad en el mercado es muy buena y es un lugar que recomienda a sus familiares de otras partes para degustar de variados platos típicos y realizar compras de comida fresca y a precios accesibles.

CONCLUSIÓN DE LAS ENTREVISTAS

Como resultado de las muy enriquecedoras entrevistas realizadas, se puede concluir que la importancia de los mercados públicos en Guayaquil son inminentemente claras. La necesidad de un cambio y evolución en ellas debe ser realizada para que la ciudad crezca urbanísticamente y que los mercados públicos no sean desplazados por los supermercados. Además, la intervención en el diseño y funcionalidad de los mercados en su interior es un factor importante para dicho cambio.

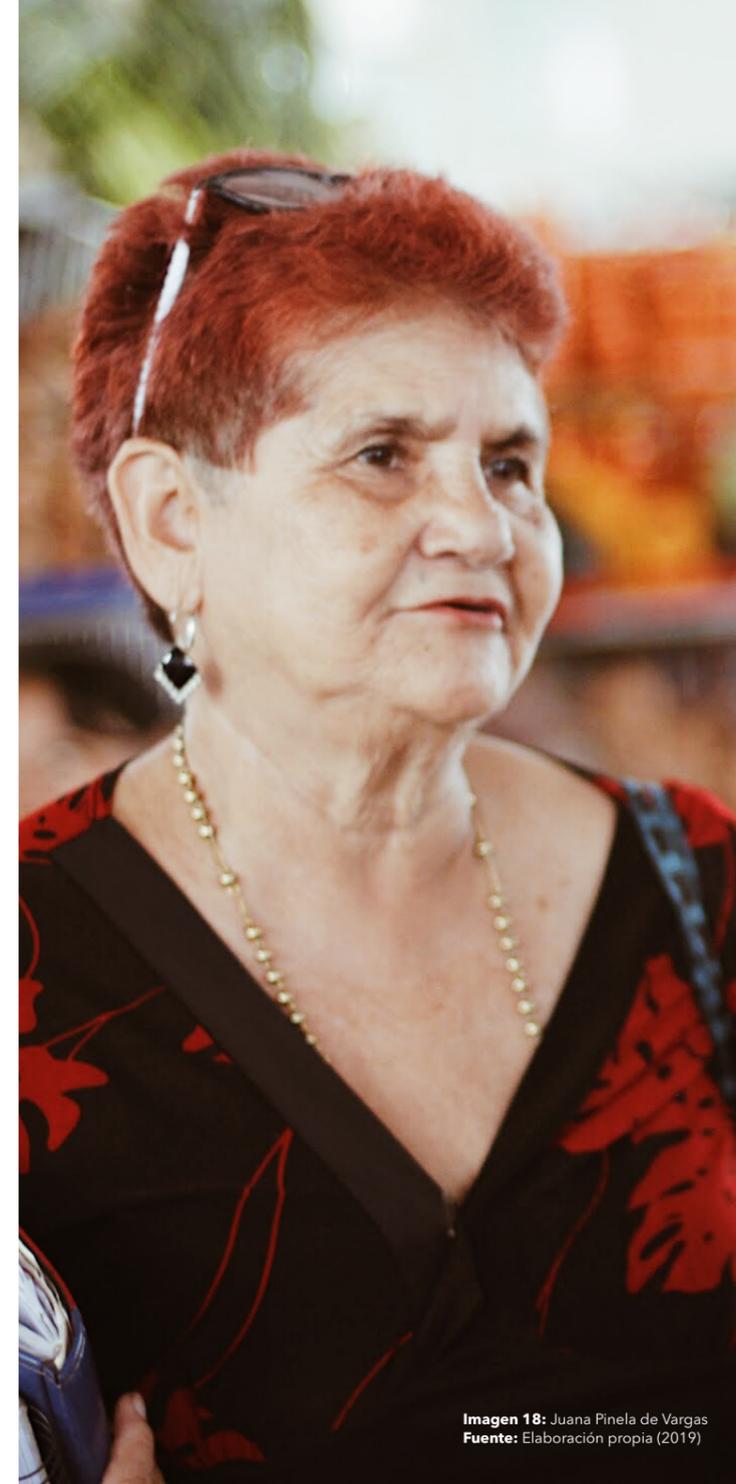


Imagen 18: Juana Pinela de Vargas
Fuente: Elaboración propia (2019)

4.2 RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS

Las encuestas fueron realizadas a 60 personas dentro del Mercado de Sauces 9 en un día regular de compras en dicho establecimiento. Las encuestas fueron divididas en: 30 para comerciantes y 30 para los compradores de víveres. Por lo cual cada formato de encuesta varió en determinadas preguntas. Observar anexos.

Como resultado de las encuestas realizadas se determina que del 100% de las personas encuestadas el 65% fueron mujeres y el 35% hombres. Y el rango de edad de los usuarios encuestados oscila entre 35 - 60 años mayormente



1 ¿Cuán importante considera usted el mercado de Sauces 9 para la zona?



La primera pregunta realizada a los dos grupos encuestados (comerciantes y compradores) arroja que un el 97% de los usuarios determinó que dicho mercado público es de vital importancia para los sectores aledaños del mismo.

2 ¿Cuánto tiempo lleva vendiendo el Mercado de Sauces 9?



Dicha pregunta fue planteada solo a los comerciantes del mercado, del cual un 80% de los mismos se encuentra laborando en el mercado desde su concepción, año 2000. Por otro lado, el 20% pertenecen a la red de mercados desde hace 10 años atrás. Lo cual determina que los comerciantes se encuentran satisfechos con los ingresos y ambiente laboral en el mercado, lo que resulta su permanencia laboral en este establecimiento desde su comienzo.

3 ¿Con cuánta frecuencia visita usted el Mercado de Sauces 9?



Como se puede observar en el gráfico 4, más de la mitad de los usuarios encuestados 53%, realizan sus compras en el mercado diariamente. Mientras que el 30% asiste una vez a la semana y el 17% los fines de semana. Demostrando que la actividad comercial en el mercado es dinámica y en movimiento constante.

4 ¿Considera usted que existe un problema con los parqueos del Mercado de Sauces 9?



Como se observa un gran porcentaje de personas encuestadas, 98%, considera que existe una problemática con los parqueos del Mercado de Sauces 9.

5 ¿Le gustaría que el Mercado de Sauces 9 sea reconocida como un punto gastronómico (de buen servicio y comida) en la ciudad?



Un 97% de los encuestados considera que el mercado de Sauces 9 puede convertirse en un punto icónico de la ciudad.

6 La mayoría de alimentos como carnes y mariscos se encuentran expuestos a moscas e insectos que producen enfermedades, ¿Cree pertinente que se tomen medidas para evitar esto?



El 99% de los encuestados entre comerciantes y compradores consideran pertinente que tomen medidas para que los alimentos que se expenden cumplan con los requerimientos salubres pertinentes.

4.2.8 CONCLUSIONES DE LAS ENCUESTAS

Como se observa en la información recabada la mayoría de usuarios piensa que el Mercado de Sauces 9 es un lugar importante en el sector el cual puede ser mejorado y convertido. A pesar de ser un mercado muy popular se observa que este presenta distintas problemáticas como falta de parqueos para el número de usuarios que visitan el mercado y poco equipamiento pertinente para el correcto servicio de ventas de alimentos frescos. Por lo cual es pertinente enfatizar en el proceso de rediseño y mejoramiento del mercado los puntos antes mencionados.

CAPÍTULO

05

MODELOS ANÁLOGOS



Imagen 20: Mercado de San Miguel
Fuente: Guías viajar (2018)

5.1 MERCADO DE SAN MIGUEL MADRID - ESPAÑA

5.1.1 ANTECEDENTES

Dado a que la investigación cualitativa del Mercado de San Miguel es uno de los establecimientos más icónicos y sin dudas un lugar que no se puede dejar de conocer si se está de visita en Madrid. Este mercado que presenta un arquitectura fresca y moderna en su antigüedad no lo era pues fue el claro reflejo de una transformación inminente. En el año de 1809 el terreno en el que se emplaza actualmente el mercado, pertenecía a la Iglesia San Miguel el cual fue derribada. Los habitantes del sector se apropiaron del terreno para formar un mercadillo sin cubierta y al aire libre para la venta de pescados. (Martinez M., 2015). Estos improvisados puestos producían olores peculiares y otras anomalías resultado de la falta de salubridad.

El mercadillo toma forma de mercado con venta de más alimentos en el año 1835, puestos cubiertos con toldos e improvisados mostradores. Sin embargo estos puestos desaparecen pues la construcción del nuevo mercado con estructura de hierro comienza en 1912, un cambio radical para el sector. El mercado es inaugurado en 1911 el cual fue encargado Alfonso Dubé, este proyecto fue construido en dos partes para evitar interrumpir el comercio en el mercado. Dicho mercado destacado por soportes de hierro fundido, las cuales forman la cubierta y sistemas de desagües, es acristalado en su exterior posteriormente. Es uno de los pocos mercados con este tipo de estructura que se ha mantenido hasta la actualidad (Paz, 2003). En 1999 se realizó una reforma con el propósito de reactivar el mercado enfatizado por la comunidad de Madrid, sin embargo, la actividad decayó por la competencia existente con los supermercados y centros comerciales.

El 13 de mayo de 2009 el Mercado de San Miguel reabrió sus puertas gracias a la intervención de la sociedad El Gastrónomo de San Miguel, dueño mayoritario del mercado. Convirtiéndolo en el mercado que actualmente se observa, con bares y tascas en la que se pueden degustar distintas comidas.

El Mercado de San Miguel es un lugar histórico y monumental, cargado de reminiscencias literarias. Emplazado en el corazón del Madrid castizo, se halla en la zona de mayor personalidad de la ciudad y mejor oferta comercial, cultural y de ocio (Paz, 2003).



Imagen 21: Antiguo Mercado de San Miguel
Fuente: ABC Actualidad (2013)



Imagen 22: Mercado de San Miguel
Fuente: ABC Actualidad (2013)



Imagen 23: Ubicación del Mercado de San Miguel
Fuente: Análisis de Mercado de San Miguel (2015)

5.1.1 ANÁLISIS DE SITIO

El mercado de San Miguel es una edificación aislada ubicada en la plaza del mismo nombre, teniendo fachadas a la plaza y a la Cava de San Miguel. La zona tiene una ligera pendiente en dirección norte. Esta edificación se encuentra cercana a la Plaza Mayor y la calle principal que permite la llegada al mercado es la Calle Mayor. La mayoría de Los visitantes del mercado llegan por la esquina Noreste, debido principalmente a que es la más cercana al eje turístico y comercial de la calle Mayor y la Plaza Mayor. Por ello, turistas y locales suelen acceder Por alguno de los accesos de las caras Norte y Este. El acceso al edificio se puede realizar por siete entradas distintas, aunque a simple vista vemos que originalmente existía una octava, actualmente ocupada por un montacargas. Dada La forma organización del edificio, es relativamente sencillo hacerse una idea de cómo es la estructura sin tener qué recorrerlo en su totalidad.

5.1.3 FORMA

Su arquitectura es representativa de principio del siglo XX y es el único mercado en Madrid con estructura de hierro que se conserva con su estructura original. Lo que caracteriza a esta intervención es la preservación de su estructura, perteneciente a la corriente de "Arquitectura de Hierro", la inserción de grandes ventanales que permitan a raudales la entrada de luz natural y por supuesto 2000 m² de gastronomía y comercio (Carpio M. , 2014).

El análisis arquitectónico realizado por Gonzalo de Juan (2015), detalla que la fachada presenta un podio a lo largo de todo el perímetro de altura variable entre 25cm y 150 cm debido a la diferencia de cota entre los diferentes puntos del mercado. tras este arranque encontramos unos grandes paños de vidrio que constituyen el cerramiento principal del edificio, a excepción del lado sur, que se cierra con un muro. por encima de este cerramiento encontramos por ultimo una coronación en forma de pequeña cornisa, en la que se coloca una cantidad de ornamentación realizada en el mismo hierro que el resto de la estructura, entre las que destacan especialmente las cresterías de las cubiertas. La fachada posee unas formas geométricas sencillas, basadas en la repetición de rectángulos de proporciones aproximadas 1:3.



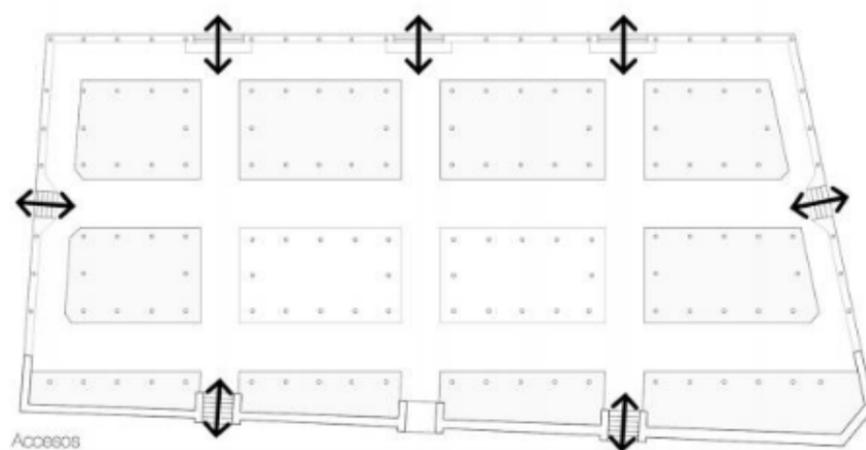
Imagen 24: Mercado de San Miguel
Fuente: Análisis de Mercado de San Miguel (2015)

5.1.4 FUNCIÓN

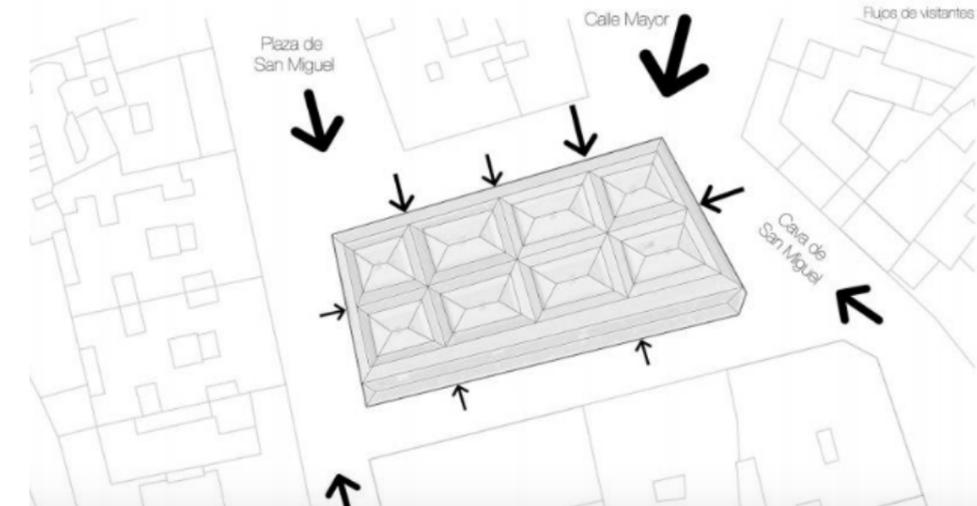
La planta del edificio tiene forma trapezoidal, prácticamente rectangular. El espacio interior queda organizado por ocho "calles" (5 en dirección norte-sur y 3 en dirección este-oeste) que delimitan las zonas en las que se colocan los puestos de venta y 2 zonas estanciales, que conforman un patio de comidas. La división espacial se realiza Mediante los parámetros que delimitaban en la parte superior los puestos originales, alineados con las calles del interior

El mercado, aunque tiene una planta bastante grande de aproximadamente 1200 metros cuadrados, no le da al visitante una gran sensación de amplitud, sino más bien lo contrario en algunos momentos. Esto se debe principalmente a que las zonas de paso, las calles no son muy anchas, de unos cinco metros, pero sí bastante altas y largas.

La circulación en el interior puede realizarse de forma continua a lo largo de un recorrido circular formado por las galerías perimetrales. Este recorrido se complementa con una galería longitudinal y otras dos transversales. Dichagalería longitudinal se convierte en el más importante del edificio, ya que se vértebra entorno a ella.



Accesos al mercado de San Miguel



Accesos al mercado de San Miguel



Alzado del Mercado de San Miguel

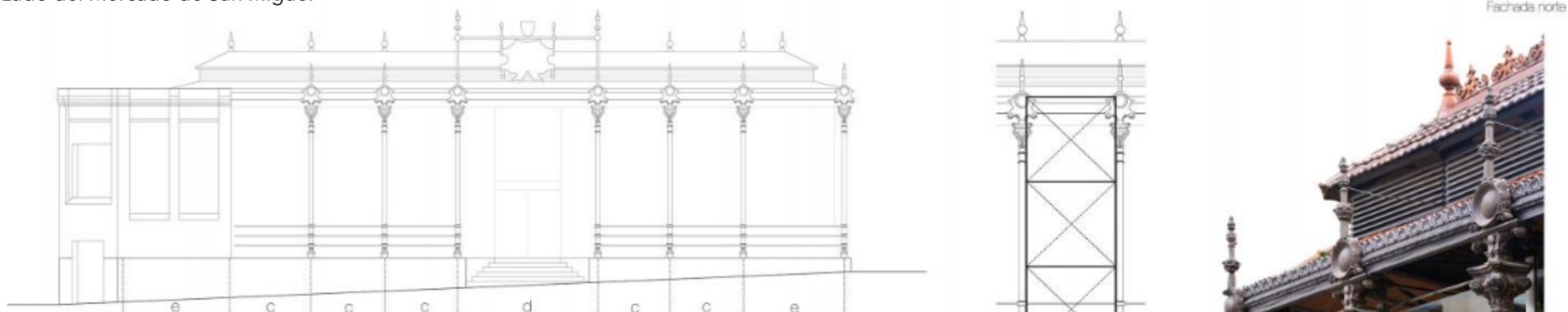


Imagen 25: Planimetría de Mercado de San Miguel
Fuente: Análisis de Mercado de San Miguel (2015)

Modulación fachada

Motivos ornamentales

5.2 MERCADO ATARAZANA MALÁGA-ESPAÑA

5.2.1 ANTECEDENTES

El proyecto del Mercado Central de Abastos de Atarazanas fue un proyecto de rehabilitación y recuperación de este establecimiento el cual fue presentado como concurso a nivel nacional organizado por el Ministerio de Fomento en el 2000 (Manrique, 2013). Antes de cumplir con su funcionalidad actual, este centro de abastos fue almacén, arsenal, hospital militar y cuartel. "A principios del siglo XIX este espacio estaba ocupado por un taller naval (motivo de su nombre: Atarazana) de origen nazarí que fue demolido con el fin de crear un lugar para dar trabajo a las clases pobres" (Rodríguez C., 2010).

El enfoque principal fue sustituir los puestos existentes al no cumplir con los requisitos pertinentes sin intervenir en la estructura de la edificación, destacando la monumentalidad e historia de la estructura.



Imagen 26: Antiguo Mercado Atarazana
Fuente: Málaga y sus historias (2010)

5.2.2 ANÁLISIS DE SITIO

El Mercado público Atarazana se encuentra en el centro de Málaga, a medio camino entre El Corte Inglés y la calle Larios. Dicho establecimiento se encuentra rodeado de distintas edificaciones de uso mixto, en el que predomina el comercio en plantas baja y departamentos en plantas altas. Las calles colindantes a esta edificación son vehiculares y peatonales permitiendo una fácil movilización. Cerca al mercado se encuentra el Río Guadalmedina además de museos, parques y la catedral de Málaga, lo que convierte el entorno urbano en altamente turístico.

5.2.3 FORMA

El fundamentó principal del proyecto de remodelación realizado por Aranguren+Gallegos arquitectos, fue la recuperación de la estructura de acero y vidrio del mercado antiguo, que devuelva a la edificación su carácter diáfano y transparente. La herencia Nazarí que representa la puerta principal reestablece la relación visual de la edificación; el gran diseño de colores y vidrio de fondo muestran en arte las escenas de la vida malagueña (Rodríguez F., 2011).

El Mercado de San Miguel es un lugar histórico y monumental, cargado de reminiscencias literarias. Emplazado en el corazón del Madrid castizo, se halla en la zona de mayor personalidad de la ciudad y mejor oferta comercial, cultural y de ocio (Paz, 2003).

La antigua puerta monumental del recinto, la cual fue trasladada a la fachada principal del nuevo edificio, consiguió salvarse gracias a la intervención de la Academia de Bellas Artes de San Telmo. "De esta forma, aunque desaparecía casi la totalidad de la vieja construcción musulmana, Málaga conseguía a cambio un adecuado y necesario edificio de abastos (que llevaba años demandado), además de uno de sus mejores ejemplares de arquitectura decimonónica" (Rodríguez F., 2011).



Imagen 27: Antiguo Mercado Atarazana
Fuente: Málaga y sus historias (2010)

Respecto al espacio interior de los puestos de expendio de alimento El diseño de los nuevos puestos incorpora el lenguaje contemporáneo en el edificio, inspirados en el taller de escultura de Donald Judd (Marquez, 2013). El diseño interior es totalmente diferente a su estructura protectora, los puestos presentan un diseño lineal, ortogonal y geométrico en el que se destacan las figuras rectangulares y los colores básicos: amarillo, azul y rojo. El cual brindan un ambiente nuevo y diferente al recorrer los pasillos del mercado.



Imagen 28: Mercado Atarazana
Fuente: Plataforma Arquitectura (2013)

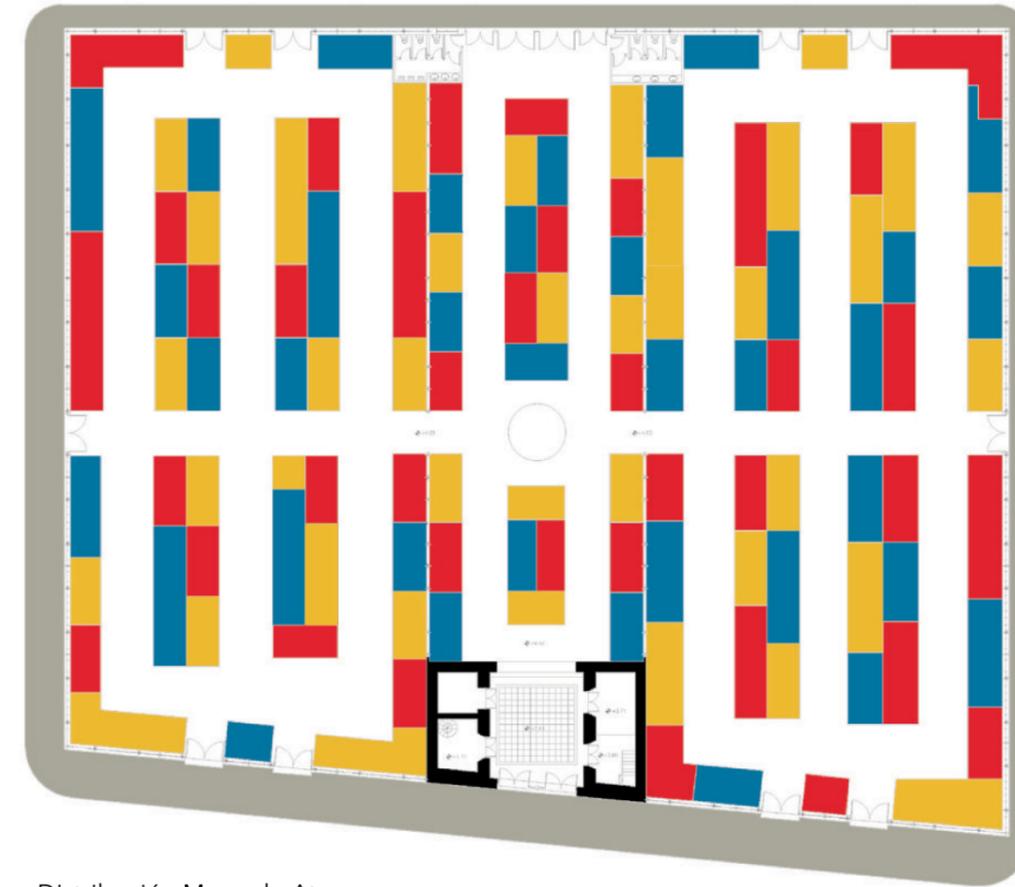


5.2.4 FUNCIÓN

Respecto a la funcionalidad, los recorridos son rectos para la situación de los puestos. "...un gran contraste entre lo nuevo y lo antiguo para diferenciar lo que estaba y lo que se puede quitar en un futuro" (Rodríguez F. , 2011). La rehabilitación del mercado es característico de buscar el equilibrio entre la concepción arquitectónica y espacial de la edificación, en la que la organización formal y espacial de los puestos permitan una visión del espacio al igual que faciliten solventar las necesidades del mercado.

Así mismo, con el fin de concebir un espacio lo más adecuado posible, se ha generado un nuevo sistema de instalaciones centralizado en las calles del mercado que permite la limpieza y mantenimiento del conjunto del Mercado en ideales condiciones de salubridad e higiene (Marquez, 2013).

Este mercado además de ser conocido por su historia y nueva imagen arquitectónica, está también conocido por su gastronomía y venta de comidas típicas, es una zona popular para comer tapas, además cercano a la entrada están distintos bares y demás puestos en los que se expende comida fresca. Sin lugar a dudas este mercado es un punto turístico fijo a visitar en Málaga (Millos, 2017).



Distribución Mercado Atarazana

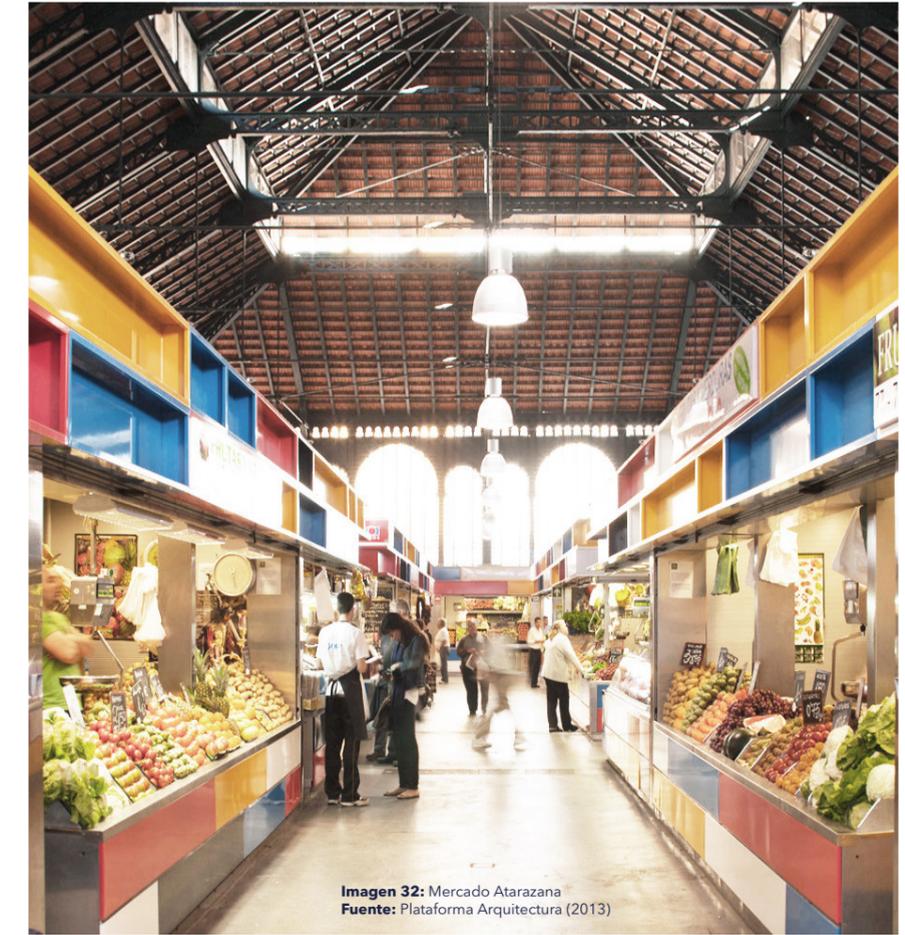


Imagen 32: Mercado Atarazana
Fuente: Plataforma Arquitectura (2013)

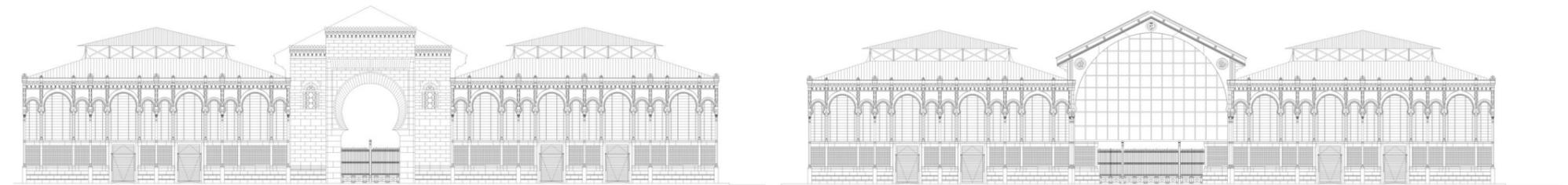


Imagen 31: Planimetría Mercado Atarazana
Fuente: Plataforma Arquitectura (2013)

Imagen 30: Mercado Atarazana
Fuente: Plataforma Arquitectura (2013)

126



Imagen 33: Palacio de Cristal
Fuente: Guayaquil es mi destino (2010)

5.3 PALACIO DE CRISTAL GUAYAQUIL-ECUADOR

5.3.1 ANTECEDENTES

El Mercado del Sur uno de los primeros mercados de la ciudad de Guayaquil, es una edificación arquitectónicamente histórica, actualmente conocido como el Palacio de Cristal el cual fue declarado Patrimonio Histórico de la Ciudad. Su diseño data del año 1907 construido por los ingenieros Francisco Manrique y Carlos Van Ischot (Carpio M. , 2003). Las piezas de la construcción fueron directamente traídas de Bruselas desde la fábrica fundidora de metal de Gustave Eiffel, esta edificación ha sido remodelada durante dos ocasiones por lo que se ha mantenido en pie durante casi un siglo.

El antiguo Mercado Sur, fue producto de la necesidad de comercio en la ciudad colonial, el cual crecía con mucha rapidez, a pesar de ser una construcción planificada y organizada para que los comerciantes puedan expender sus productos correctamente, la mala costumbre e insalubridad por parte de los comerciantes era un problema casi imposible de resolver. Según el historiador José Antonio Gómez Iturralde, en su escrito *Relatos Breves del Guayaquil histórico, De Mercado a Puerta de la Ciudad*; detalla que: "... entonces también había comerciantes de víveres y frutas, reacios a cambiar. Preferían mantenerse en la inmundicia del medio en que trabajaban, antes que pasar a otro lugar que respondía a lo higiénico y moderno" (Gomez Iturralde, 2002).

Tras grandes brotes de epidemias como fiebre amarilla y bubónica llegaron médicos estadounidenses para erradicar dichas problemáticas en la urbe.

Tras estudiar las causas llegaron a la conclusión que era de vital importancia crear puntos de alcantarillado, pavimentación en calles, aprovisionamiento de agua y urgía la necesidad de desinfectar o demoler las edificaciones plagadas de pulgas, ratas y cucarachas. Los mercados eran una de estas edificaciones que debían ser intervenidos.



La prensa guayaquileña, con los títulos de sus editoriales, artículos, etc., calificó al Mercado Sur como "Fochi", "El mercado sur y el caos de siempre", "Es clamoroso el desaseo de los mercados municipales", "Mercados de Guayaquil han retrocedido 50 años", "Desorden y pestilencia en nuestros mercados", "El área inmunda", etc (Gomez Iturralde, 2002).

En el año 1982 el diario el telégrafo recoge la propuesta dada por el doctor Juan Valdano Morejón de convertir el mercado Sur en un centro cultural, este proyecto consideraba tomar varios ambientes de la edificación para museo de artesanías, museo de la ciudad, artes populares y sala de exposiciones. Según Gómez "Menos mal que no se cumplió esta propuesta ambiciosa, pero desconectada de nuestro medio y alejada de toda realidad,

que evidencia que fue concebida por uno de los tantos genios del altiplano que permanentemente aspiran a "culturizarnos" (2002).

Actualmente funciona como un centro de exposiciones y eventos de importancia en la ciudad. "La ciudad creció hacia otra zona. La gente se fue. El encanto se perdió. El Mercado Sur de Guayaquil quedó en el abandono" (Verduga, 2005). Finalmente, la recuperación de esta pieza arquitectónica importante de la urbe se llevó a cabo a los 10 años de gestión administrativa del municipio porteño, en la que el Ing. León Febres Cordero y el ab. Jaime Nebot Saadi se opusieron ante cualquier oposición.

5.3.2 ANALÍISIS DE SITIO

El Palacio de Cristal está ubicada al sur del Malecón 2000, junto al Club de la Unión, en el sector 1A. Esta edificación se encuentra al finalizar el recorrido por el Malecón 2000 colindante a la Fundación Siglo XXI. El Palacio de Cristal se encuentra en la zona central y turística más visitada por guayaquileños, ecuatorianos y extranjeros. La calle que dirige hasta esta edificación histórica es Eloy Alfaro y los distintos equipamientos cercanos a ella están dados por oficinas y comercio como el reconocido Centro Comercial La Bahía. Uno de los puntos más importantes que esta edificación presenta grandes visuales hacia el Río Guayas pues este se encuentra de lado este de la edificación.



Imagen 34: Palacio de Cristal
Fuente: Guayaquil es mi destino (2010)

5.3.3 FORMA

El Palacio de Cristal es una estructura arquitectónica con diseño colonial, totalmente transparente, cuenta con una estructura original en hierro forjado con estilo colonial y en su cara interior se instalan paredes de vidrio que hacen ver la edificación como una enorme caja de cristal. En sus contornos se forman piletas donde se refleja la estructura de una plaza adoquinada sobre la calle Sargento Vargas. Las estructuras metálicas presentan, en efecto, dos ventajas: por una parte, son fáciles de ensamblar; por otra, las diferentes piezas pueden ser más delgadas que las construidas en madera o en piedra; finalmente, permiten una mejor iluminación (S. Bock, 1992).

Este tipo de estructura fue adoptada igualmente en numerosas ciudades latinoamericanas y es interesante citar el ejemplo del mercado mayorista construido en 1889 en Argentina y realizado por la empresa Pedro Vasena reputada por sus construcciones metálicas hasta 1914 (Gutiérrez, R., 1983, pp. 462-463).

En la fachada norte y posterior de la edificación se encuentra grabado en el metal la fecha de empiezo y culminación de la edificación 1905-1907 respectivamente. Pues al ser un material prefabricado, se realizó la impresión con anticipación de dichas fechas. Por su arquitectura es actualmente utilizado para grandes exposiciones culturales e importantes eventos públicos o privados de la ciudad, es considerado actualmente una de las más emblemáticas construcciones de Guayaquil y uno de los principales centros culturales del país.

5.3.4 FUNCIÓN

Como se mencionó esta edificación ha cumplido dos tipos de utilidades, el primero como mercado público y el actual como centro de exposiciones; por lo cual su funcionalidad como mercado estuvo planteado como la mayoría de mercados en la antigüedad, lleno de puestos para colocar los alimentos, sucio y desorganizado, en el que la estructura metálica de la edificación era lo que priorizaba. Por otro lado, un dato curioso de esta edificación es que existió un piso elevado en el interior del Mercado Sur; Gómez Iturralde en su artículo detalla:



Jenny Estrada en su artículo de prensa, ya citado, dice que "Originalmente, el mercado era de una planta con un pabellón central y dos laterales, pero en 1941 resultó estrecho y el Concejo decidió levantarle un piso de hormigón armado". Efectivamente, en su interior, para dar cabida a la proliferación de comerciantes de víveres, de acuerdo a la demanda de la ciudad creciente, seguramente por falta de recursos para otro edificio, se optó por dar este paso. Este piso agregado, acabó con la arquitectura y belleza interior del mercado, y abundó en su desorden (Gomez Iturralde, 2002).

En la actualidad esta edificación renombrada como el Palacio de Cristal cuenta con un área de 20.975 m² de construcción. Incluye: mercado sur, plaza de artesanos, locales comerciales, recovas, edificio de la fundación y cuarto de máquinas. El Municipio concibió este espacio para exposiciones de arte. Además, se dará un espacio a la historia de la ciudad con las animaciones que se presentan en televisión y prensa (Romero, 2005).

5.3.5 FODA

FORTALEZAS

- Edificio de antigüedad rescatado por su arquitectura histórica.
- Uno de los edificios más importantes de Guayaquil.

OPORTUNIDADES

- Potenciación comercial y turística en la zona.
- Ubicado en el Malecón 2000, punto turístico destacado en Guayaquil.

DEBILIDADES

- Transformación total de su función inicial (mercado de abastos).

AMENAZAS

- Poco uso de la edificación, ya que es usado para eventos específicos del año.



Imagen 35: Palacio de Cristal
Fuente: Guayaquil es mi destino (2010)



Imagen 36: Palacio de Cristal
Fuente: Guayaquil es mi destino (2010)



Imagen 37: Antiguo Palacio de Cristal
Fuente: Guayaquil es mi destino (2010)

CAPÍTULO

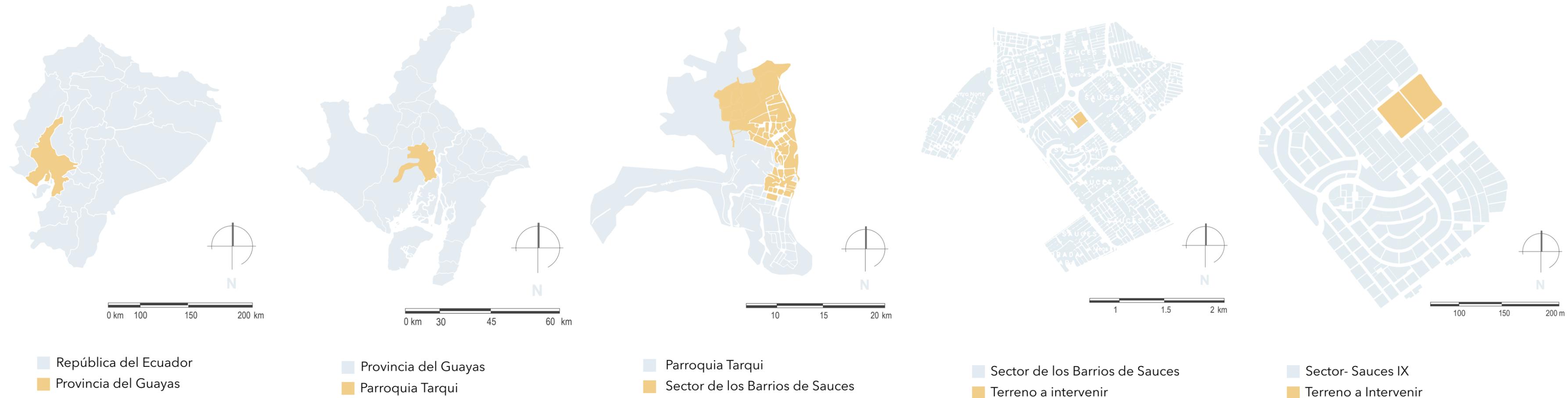
06

DIAGNÓSTICO Y ANÁLISIS DE SITIO

6.1 DIAGNÓSTICO FÍSICO ESPACIAL

6.1.1 UBICACIÓN DEL TERRENO

Gráfico 6: Diagrama de Ubicación
Fuente: Elaboración propia (2019)

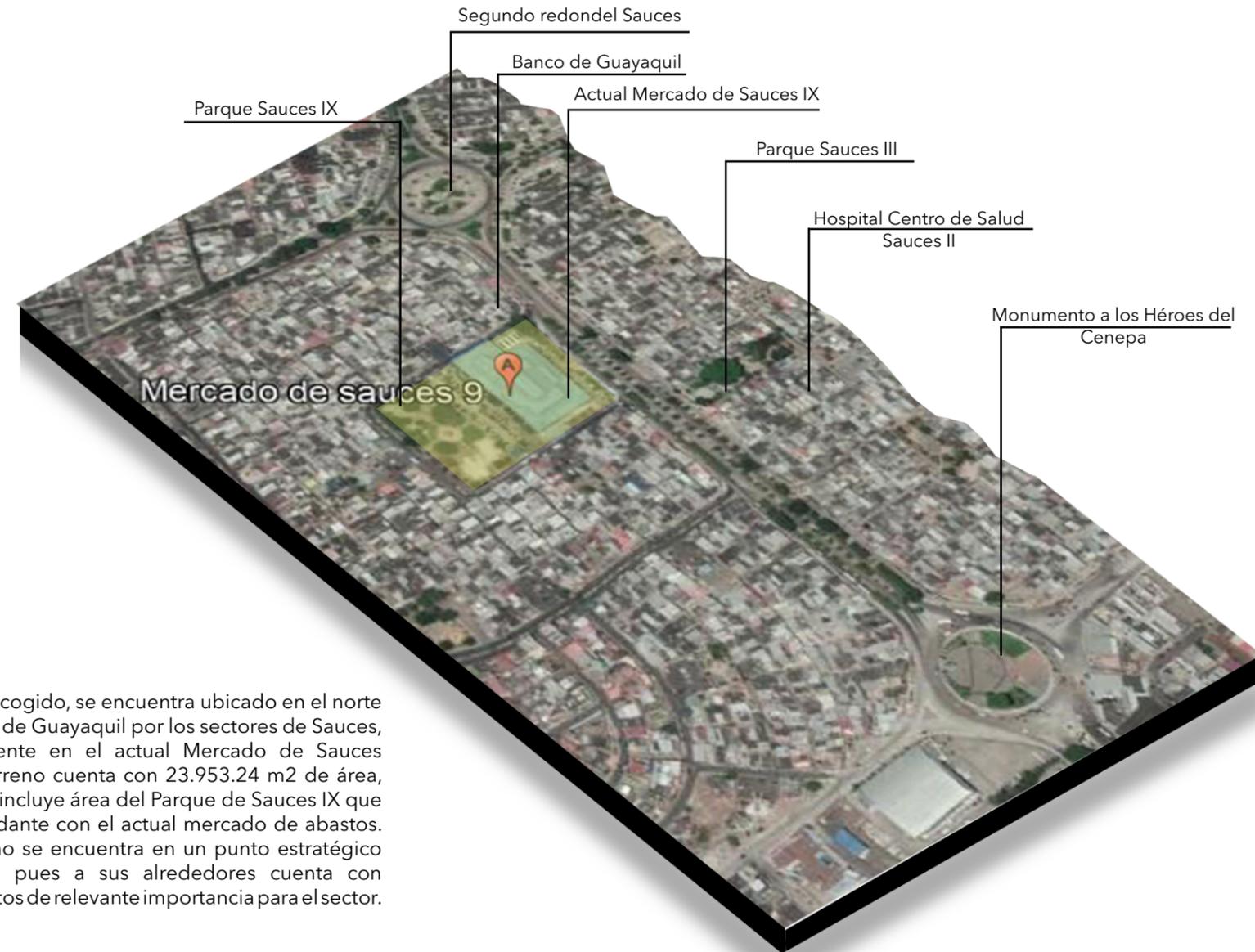


El terreno del Mercado de Saucés IX se encuentra ubicado al norte de la ciudad de Guayaquil, Parroquia Urbana Tarqui, en la principal del barrio de Saucés XI. Dicho barrio es una de las soluciones habitacionales para la clase media realizada en el año 1979, la cual se encuentra colindante al norte con Saucés 6, este Saucés 3, oeste Alborada Novena Etapa, y al sur con Saucés 7. Este equipamiento urbano se encuentra a 10.2 Km del Terminal Terrestre de Guayaquil.

Específicamente el Mercado Municipal de Saucés IX se encuentra en la Av. Dr. Antonio Parra Velasco, entre las mz 518 y 550 frente a saucés III. Este terreno cuenta con un área de 16.899.21 m² de los cuales está limitado en el norte, este y oeste con viviendas y comercios pertenecientes al barrio, mientras que en la parte suroeste con el Parque Saucés 9.

6.1.2 ANÁLISIS DE SITIO

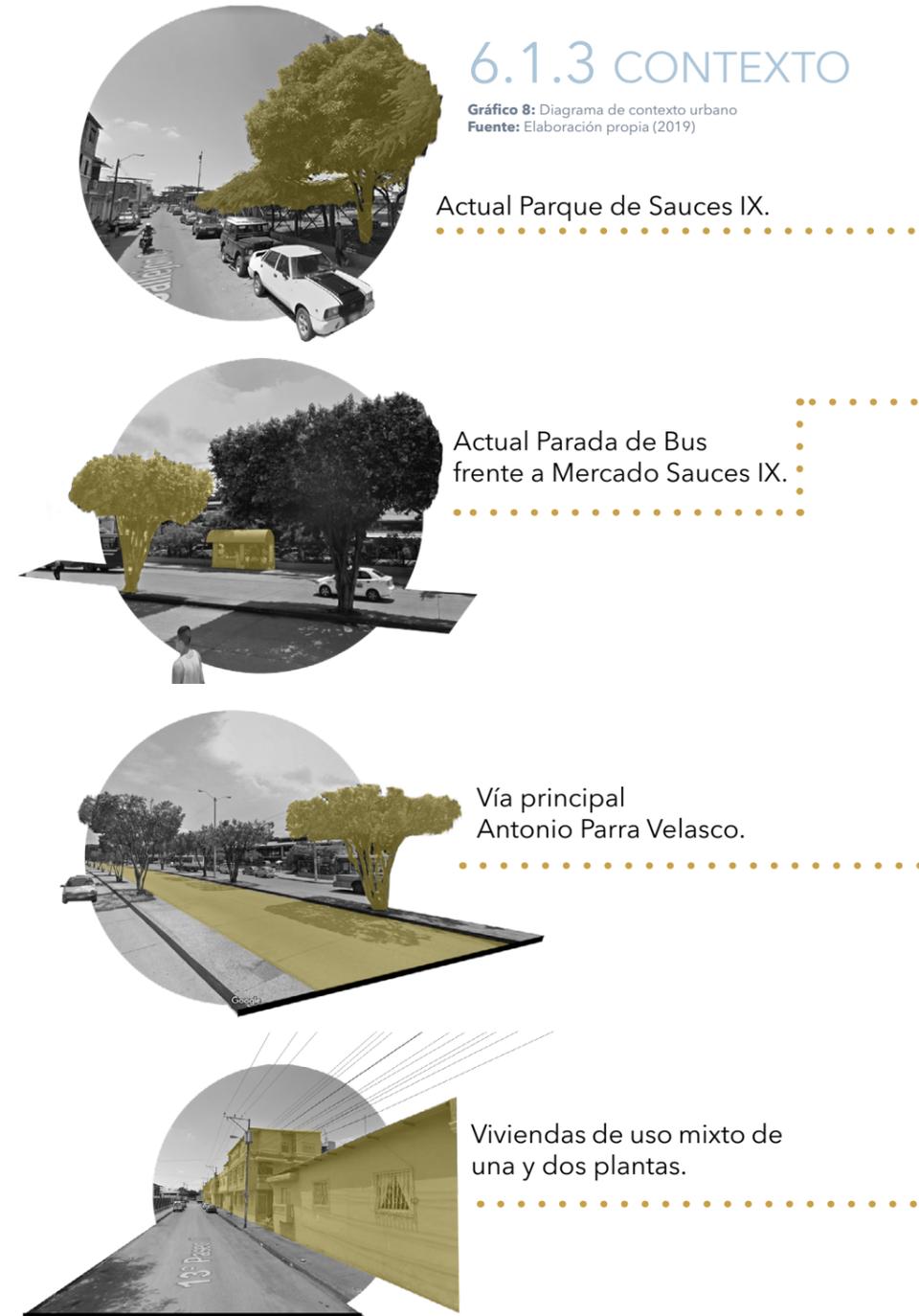
Gráfico 7: Diagrama de análisis de sitio
Fuente: Elaboración propia (2019)



El terreno escogido, se encuentra ubicado en el norte de la ciudad de Guayaquil por los sectores de Saucés, específicamente en el actual Mercado de Saucés IX. Dicho terreno cuenta con 23.953.24 m² de área, terreno que incluye área del Parque de Saucés IX que queda colindante con el actual mercado de abastos. Dicho terreno se encuentra en un punto estratégico de la urbe, pues a sus alrededores cuenta con equipamientos de relevante importancia para el sector.

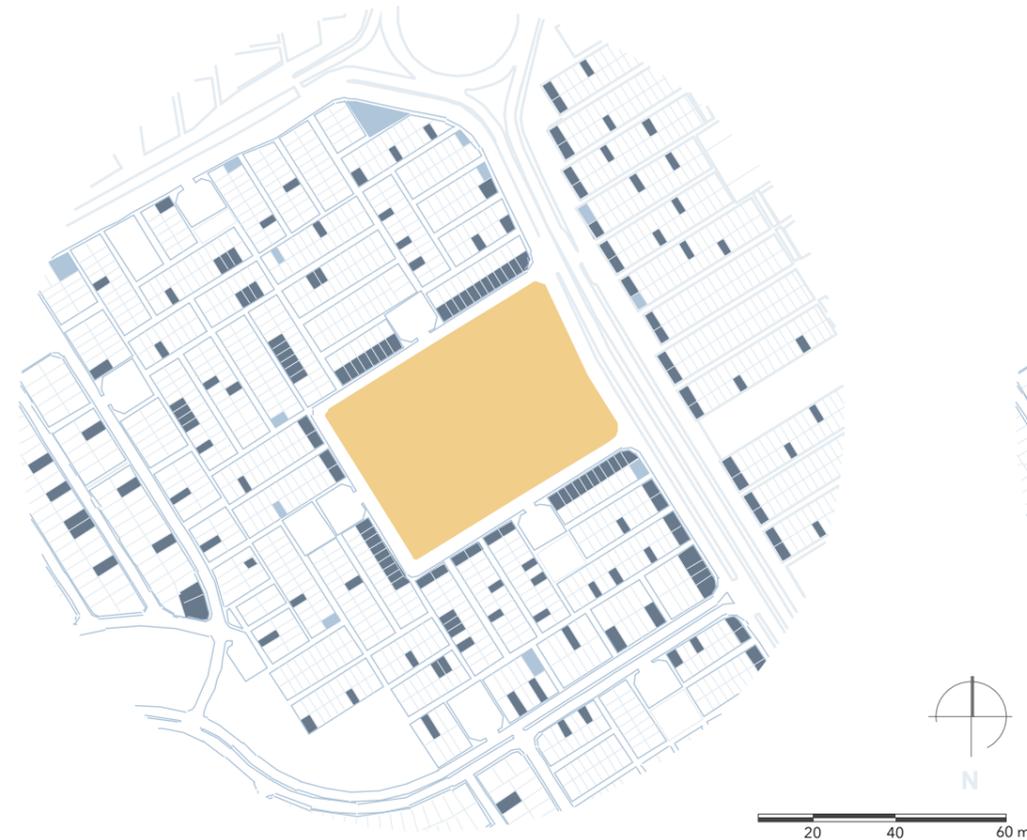
6.1.3 CONTEXTO

Gráfico 8: Diagrama de contexto urbano
Fuente: Elaboración propia (2019)



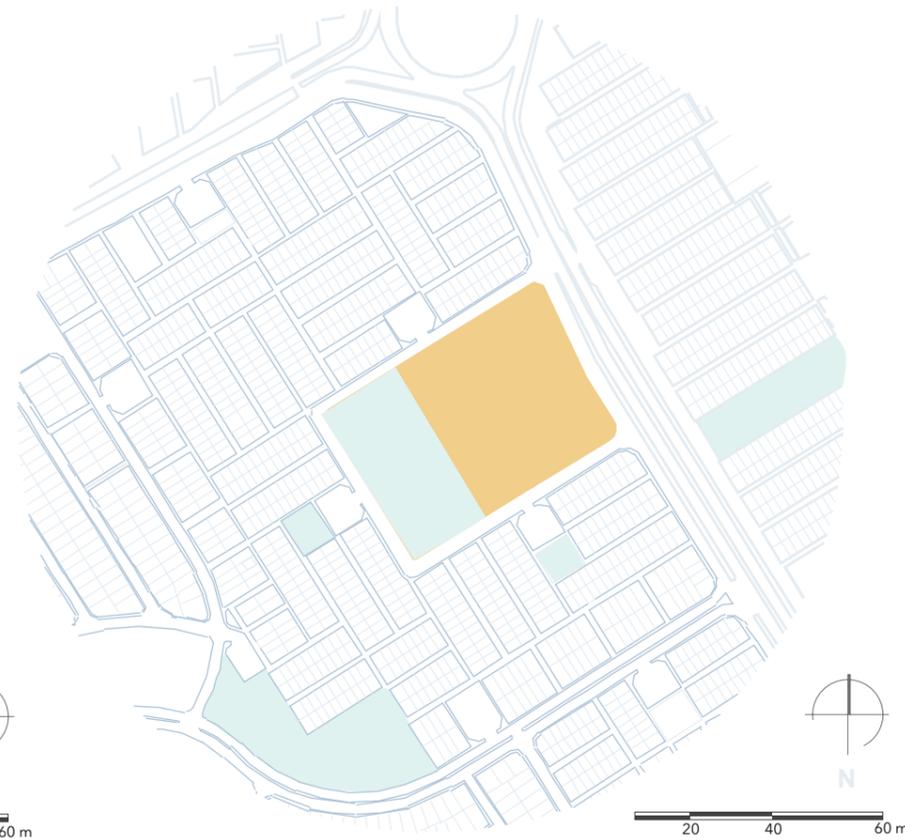
6.1.5 EQUIPAMIENTOS Y ÁREAS VERDES

Gráfico 9: Diagrama de equipamiento y áreas verdes
Fuente: Elaboración propia (2019)



Terreno a intervenir
 Vivienda de uso mixto
 Equipamientos
 Vivienda unifamiliar

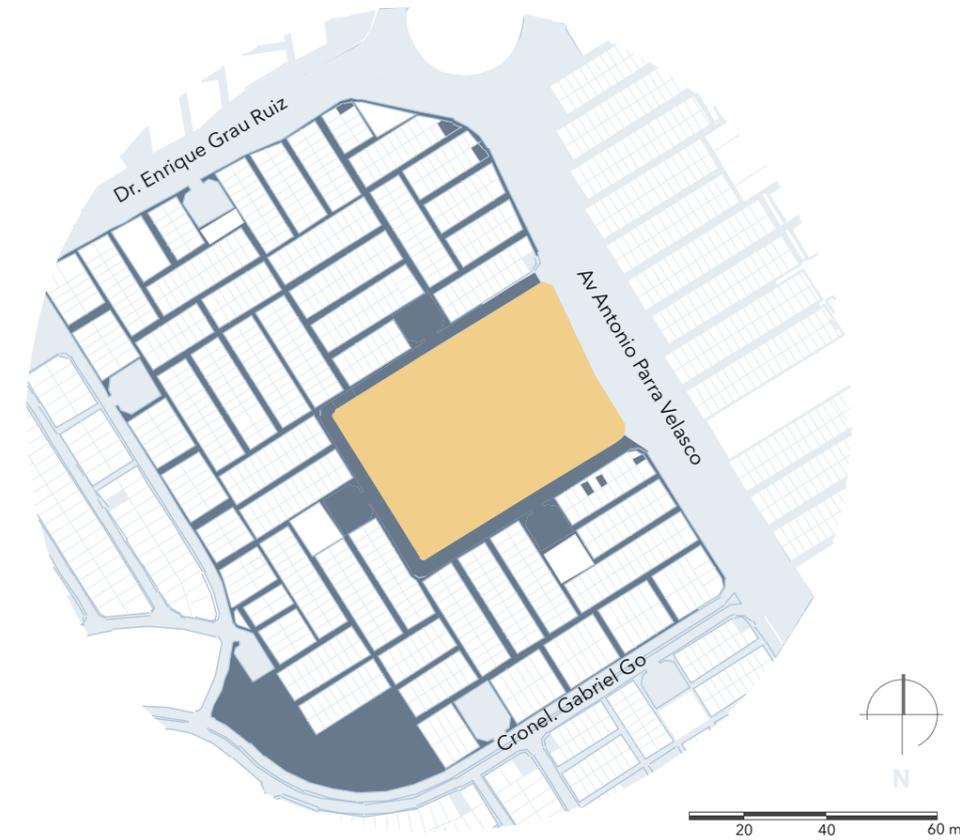
Gráfico 10: Diagrama de equipamiento y áreas verdes
Fuente: Elaboración propia (2019)



Terreno a intervenir
 Áreas Verdes
 Vivienda unifamiliar

6.1.6 VÍAS Y MOVILIDAD

Gráfico 11: Vías de acceso
Fuente: Elaboración propia (2019)



Terreno a intervenir
 Vías secundarias
 Vías primarias

Los equipamientos dotados en los terrenos aledaños al espacio a intervenir, se encuentra mayormente ocupada por viviendas unifamiliares de un solo uso y de uso mixto. Las viviendas de uso mixto presentan comercio en planta baja y residencia en la alta. Lo que hace de este sector activo urbanísticamente. Además cuenta con distintos equipamientos como una Unidad Educativa, Banco de Guayaquil, iglesias y restaurantes.

Las áreas verdes que posee el sector, se encuentra priorizada por el parque de Saucés IX, el cual es intervenido en el proyecto. Además de distintos parques municipales que se pueden observar en la gráfica.

El sector de Saucés IX se encuentra colindante a las vías principales que son: Av. Antonio Parra Velasco, Av. Dr. Enrique Grau Ruíz y la Av. Coronel Gabriel Gómez. El sector se encuentra mayormente conformado por calles peatonales o callejones lo que permite una alta actividad peatonal en el sector,



Imagen 39: Av. Antonio Parra Velasco
Fuente: Google Maps



Imagen 40: Comercio cercano al Mercado de Saucés IX
Fuente: Google Maps

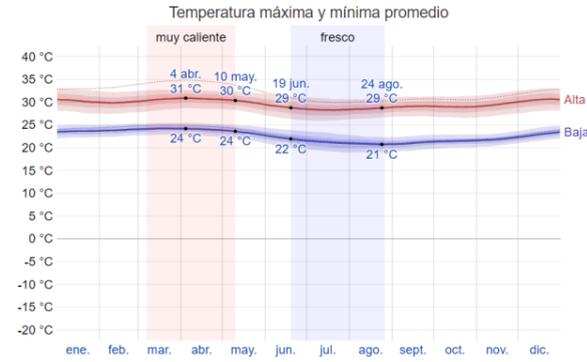


Imagen 41: Comercio cercano al Mercado de Saucés IX
Fuente: Google Maps

6.2 DIAGNOSTICO AMBIENTAL

6.2.1 TEMPERATURA

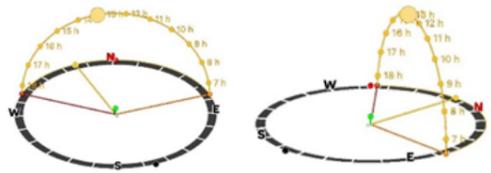
Guayaquil se encuentra en la zona costera de Ecuador por lo cual su clima es cálido en casi todo el año. Sin embargo presenta dos periodos climáticos: temporada húmeda-lluviosa que se extiende desde enero a mayo y temporada seca, desde junio a diciembre. La temperatura anual es de 25.7°C y su precipitación aproximada es de 791 mm la cual ocurre con mayor cantidad en el mes de marzo (Altamirano M., 2005).



La temperatura máxima (línea roja) y la temperatura mínima (línea azul) promedio diaria con las bandas de los percentiles 25° a 75°, y 10° a 90°. Las líneas delgadas punteadas son las temperaturas promedio percibidas correspondientes.

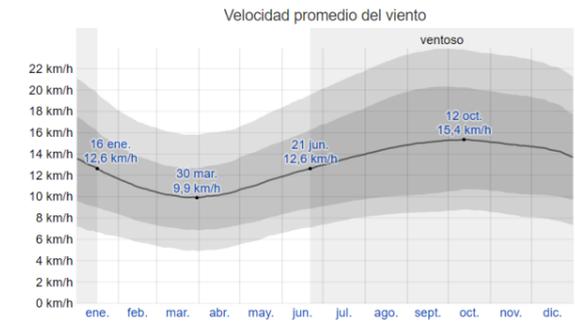
6.2.2 ASOLEAMIENTO

Debido a estar ubicados en la línea ecuatorial, durante todo el año hay entre 12 horas y 12 horas con 15 minutos de sol. Como se pueden apreciar en la figura 29, durante el verano el sol se inclina un poco hacia el norte, y en los meses de invierno el sol se inclina pocos grados hacia el sur como se aprecia en la figura 30, sin embargo, no hay mayor cambio en la posición del sol a lo largo del año.



6.2.3 VIENTOS

Entre junio y enero se considera la época de mayor viento en Guayaquil, con una velocidad promedio de 12,6 km/h. Los vientos más calmados con velocidad promedio de 9,9 km/h se dan de enero a abril (Windfinder, 2018). La dirección del viento varía en Guayaquil en las dos épocas estacionales, pero predominan los vientos en dirección de suroeste a noreste (Gálvez & Regalado, 2007).



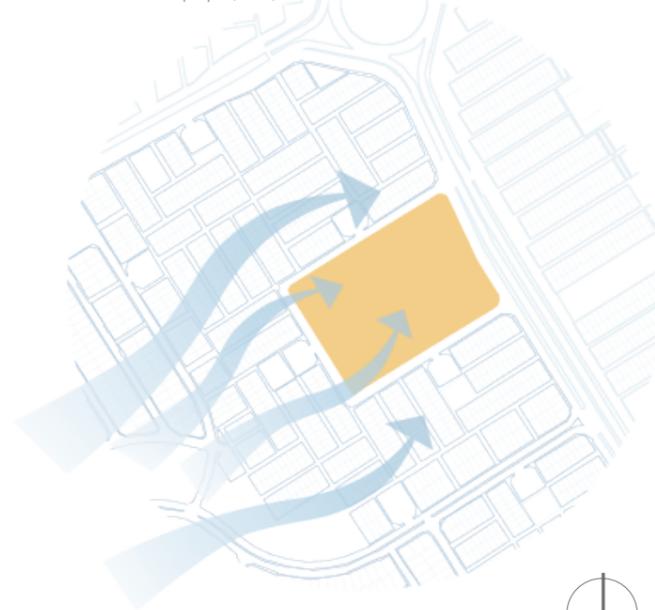
El promedio de la velocidad media del viento por hora (línea gris oscura), con las bandas de percentil 25° a 75° y 10° a 90°.



El porcentaje de horas en las que la dirección media del viento viene de cada uno de los cuatro puntos cardinales, excluidas las horas en que la velocidad media del viento es menor de 1,6 km/h. Las áreas de colores claros en los límites son el porcentaje de horas que pasa en las direcciones intermedias implícitas (noreste, sureste, suroeste y noroeste).

6.2.4 TERRENO Y FACTORES CLIMÁTICOS

Gráfico 12: Diagrama de factores climáticos
Fuente: Elaboración propia (2019)



Terreno a intervenir



“Dios está en los detalles”
-Mies Van Der Rohe

CAPÍTULO

01

**PROPUESTA TEÓRICO
FORMAL Y PROGRAMA
ARQUITECTÓNICO**



Imagen 42: Comerciante Mercado Saucés IX
Fuente: Elaboración propia (2019)

7.1 INTRODUCCIÓN

En base a la información analizada y recaudada en la etapa investigativa mediante distintos sistemas como entrevistas, encuestas y análisis histórico; se ha recolectado información de la cual se han desarrollado distintas pautas y criterios a considerar en la formación del proyecto. De los cuales se han planteado distintos objetivos a realizar:

- Recorrido fotográfico y observatorio de dos mercados públicos importantes de la ciudad de Guayaquil: Mercado Norte y Palacio de Cristal; para el análisis arquitectónico y su implementación en el rediseño del Mercado de Saucés 9, esto para tomar bases arquitectónicas que permitan el diseño del nuevo mercado.
- Relevamiento del Mercado de Saucés 9 para el correcto rediseño del mismo.

Como puntos clave del rediseño del mercado y mediante los análisis y visita de campo realizada en el mercado de Saucés 9, se plantea:

- Crear un altillo que permita ganar espacio en altura para ubicar más puestos de venta de alimentos.

- Rediseñar los puestos de venta de cada comerciante: vegetales, mariscos, carnes, flores, etc. Los cuales mantengan los parámetros necesarios de salubridad y que representen la arquitectura de Guayaquil.

- Re organización y re ubicación de los puestos de ventas con sus respectivas funciones.

- Mejorar estética y funcionalmente la estructura y fachadas del mercado, mediante el enfoque de arquitectura bioclimática.

- Ampliar los parqueos del mercado.

- Rediseño y conexión del parque barrial de Saucés 9 con el mercado.

- Rediseño de parada de bus en el exterior del Mercado de Saucés 9 y análisis de la importancia de la implementación de paso peatonal en la Av. Dr. Antonio Parra Velasco

Todos los puntos mencionados serán correctamente estudiados para la correcta utilización de los mismos en el rediseño del Mercado de Saucés 9.

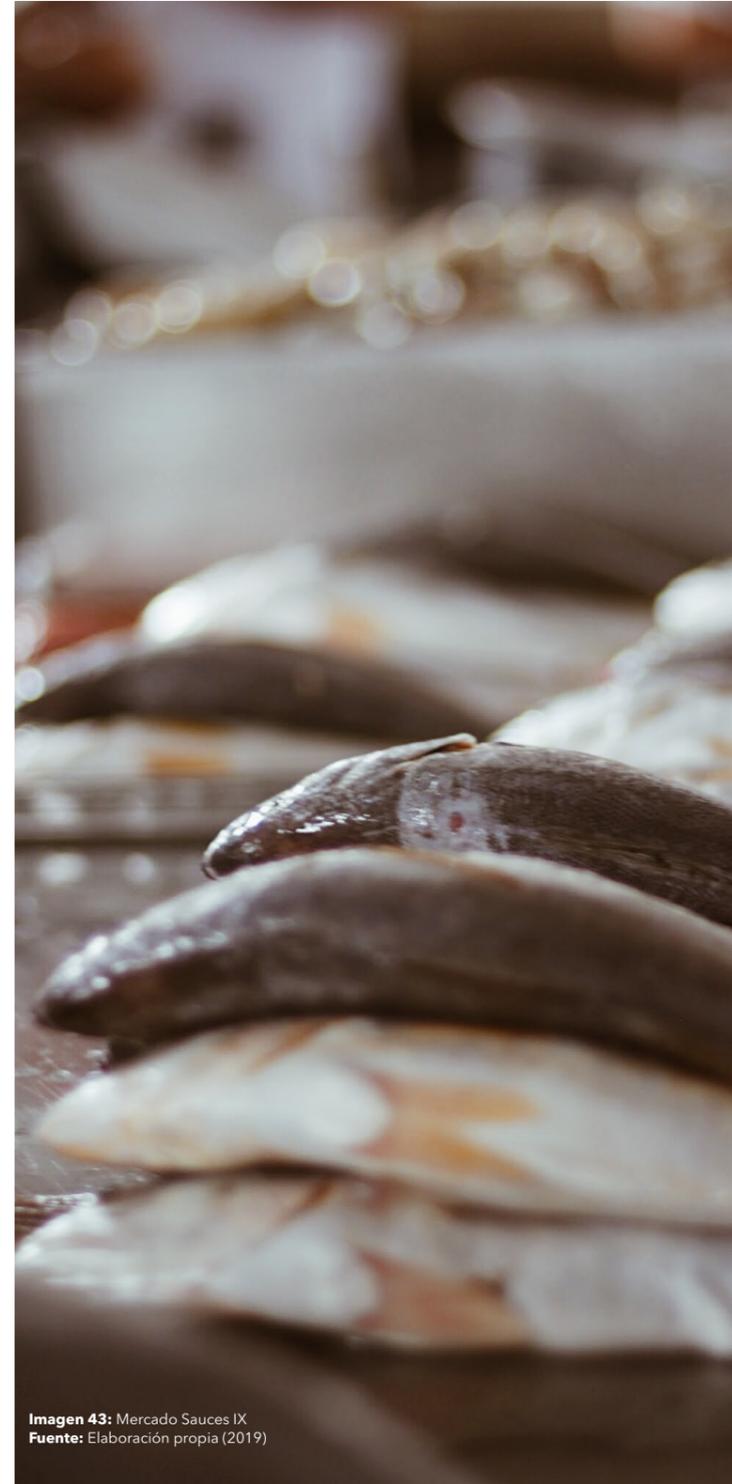


Imagen 43: Mercado Saucés IX
Fuente: Elaboración propia (2019)

7.2 PROCESO DE DISEÑO

Para la elaboración del rediseño, ampliación y remodelación del actual Mercado Publico de Sauces IX, se realizó el análisis estético, formal y arquitectónico del mismo. Mediante el estudio de campo (recorrido y evidencia fotográfica) se pudo plantear distintos criterios que sirvieron de base en el rediseño del mercado. Entre esos criterios se analizó:

- El diseño estructural de la actual edificación
- El diseño organizacional de los puestos de venta
- Análisis de cada puesto de venta de acuerdo a su función; dimensiones, materiales usados y cantidad.
- Análisis de la conexión del mercado con el ente urbano y parque de Sauces IX

7.3 PROGRAMA ARQUITECTÓNICO

Se plantea que el nuevo Mercado Publico de Sauces IX pueda albergar más de 300 stands de expendio de víveres y alimentos, además de restaurantes en la zona perimetral que permitan la reactivación del sector en distintas horas del día. Así mismo, se plantea la incorporación de parqueos subterráneos que permitan abastecer la demanda de comerciantes y consumidores. Por otro lado, el rediseño de la parada de bus y el parque de Sauces 9. Por consiguiente, el programa de necesidades establece las áreas mínimas necesarias para el desarrollo integral de los usuarios.

7.4 PROGRAMA DE NECESIDADES

Tras los resultados obtenidos mediante el análisis del actual mercado, casos análogos de mercados alrededor del mundo y entrevistas realizadas, se define los siguientes espacios arquitectónicos necesarios para la remodelación del Mercado Publico de Sauces IX.

NUEVO MERCADO PÚBLICO DE SAUCES IX						
ZONA	ÁREA	ESPACIO	ÁREA(m2)	CANTIDAD	ÁREA TOTAL	
Expendio de víveres y alimentos	Área de ventas planta baja-interior	Puesto de verduras	10	70	700	
		Puesto de pollos	10	20	200	
		Puesto de carnes	10	20	200	
		Puesto de artesanías	10	12	120	
		Puesto de Abastos	10	46	460	
		Puesto de Embutidos	10	20	200	
		Puesto de plantas y flores	8	28	224	
		Tiendas-fachadas laterales	12	22	264	
		Área de tiendas - exterior				
		Zona acondicionada	Área de ventas	Puesto de pescados y mariscos	10	40
Cto. De Aire acondicionado	5			1	5	
Bodega	9			1	9	
Patio de comidas	Área de ventas- planta alta	Cto. Frio	6	1	6	
		Puesto de comidas	10	34	340	
		Comedor	4	50	200	
		Cto. Aire Acondicionado	5	1	5	
Restaurantes	Restaurante/ Ancla	Bodega	9	1	9	
		Cocina	11.5	1	11.5	
		Bar	8.8	1	8.8	
		Comedor	4	30	120	
		Baños	1.2	2	2.4	
	Restaurantes/ Fachada posterior	Cocina	11.5	3	34.5	
		Bar	8.8	3	26.4	
		Comedor	4	60	240	
		Baños	1.2	2	2.4	
		Baño mujeres	1.2	3	3.6	
Servicio	Baños de usuarios consumidores	Baño hombres	1.2	3	3.6	
		Baño discapacitados	3	2	6	
		Bodega	4	2	8	
		Baño mujeres	1.2	3	3.6	
		Baño hombres	1.2	3	3.6	
	Baño de usuarios vendedores	Bodega	4	2	8	
		Centro de acopio de residuos	56	1	56	
		Cto. De suministros	8.7	1	8.7	
		Cto. De frio	8.7	1	8.7	
		Bomba	6	1	6	
Recreacion	Recreacion	Cto. Para transformador	8.7	1	8.7	
		Cto. Para generador	8.7	1	8.7	
		Cto. Sistema contra incendios	9	1	9	
		Guarderia	80	1	80	
		Aula de cocina	54	1	54	
Administracion	Administracion	Salon General	50	1	50	
		Oficina de administrador	10.5	1	10.5	
		Oficina de Gerente	10.5	1	10.5	
Parque Sauces 9	Zona A (laterla derecha)	Cesped	1116.91	1	1116.91	
		Contemplacion	268	1	268	
		Espesjos de agua	220	1	220	
		Cesped	347	1	347	
		Contemplacion	250	1	250	
	Zona B (central)	Cesped	950	1	950	
		Contemplacion	74	1	74	
		Garita	2	1	2	
	Zona C(lateral izquierda)	Parqueo	7.5	122	915	
		Parqueo discapacitados	10	4	40	
Bodega		16	1	16		
Cto. Maquinas		16	1	16		
Parqueo		7.5	122	915		
Parqueos	Subsuelo 1	Parqueo discapacitados	10	4	40	
		Bodega	16	1	16	
		Cto. Maquinas	16	1	16	
		Parqueo	7.5	122	915	
		Parqueo discapacitados	10	4	40	
Subsuelo 2	Subsuelo 2	Bodega	16	1	16	
		Parqueo	7.5	122	915	
		Parqueo discapacitados	10	4	40	
		Bodega	16	1	16	
		Parqueo	7.5	122	915	
Subtotal					9321.11	
Circulación 15%					1398.1665	
Area Verde 10%					932.111	
Área total mínima del proyecto					11651.39	
Área del terreno					23953.24	

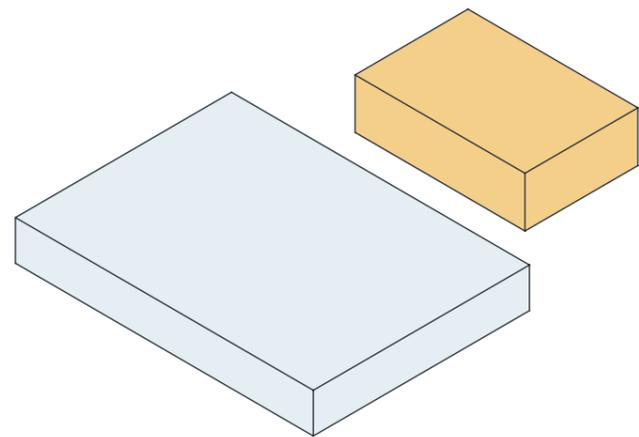
Tabla 2: Cuadro de programa de necesidades
Fuente: Elaboración propia (2019)



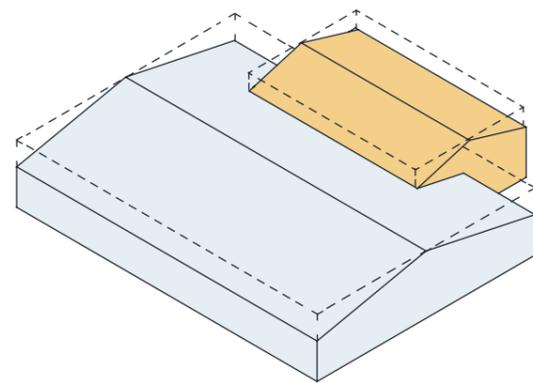
Imagen 43: Comerciante de Mercado Sauces IX
Fuente: Elaboración propia (2019)

7.5 FORMA

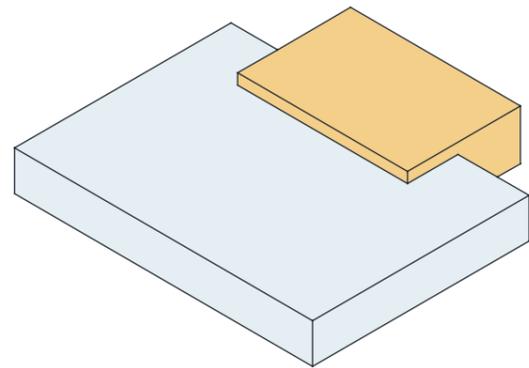
Gráfico 13: Diagrama de Forma
Fuente: Elaboración propia (2019)



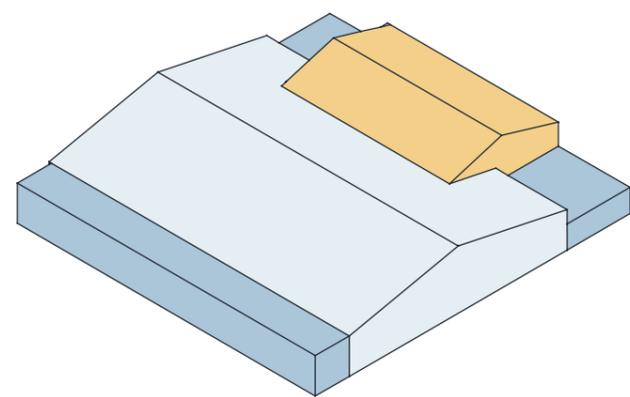
El uso del cubo como forma base da lugar a tener un espacio claramente definido.



La cubierta a dos aguas hace alusión a los mercados tradicionales, además permite la entrada de luz cenital.



La intersección de estos volúmenes genera la división entre los espacios públicos y privados.

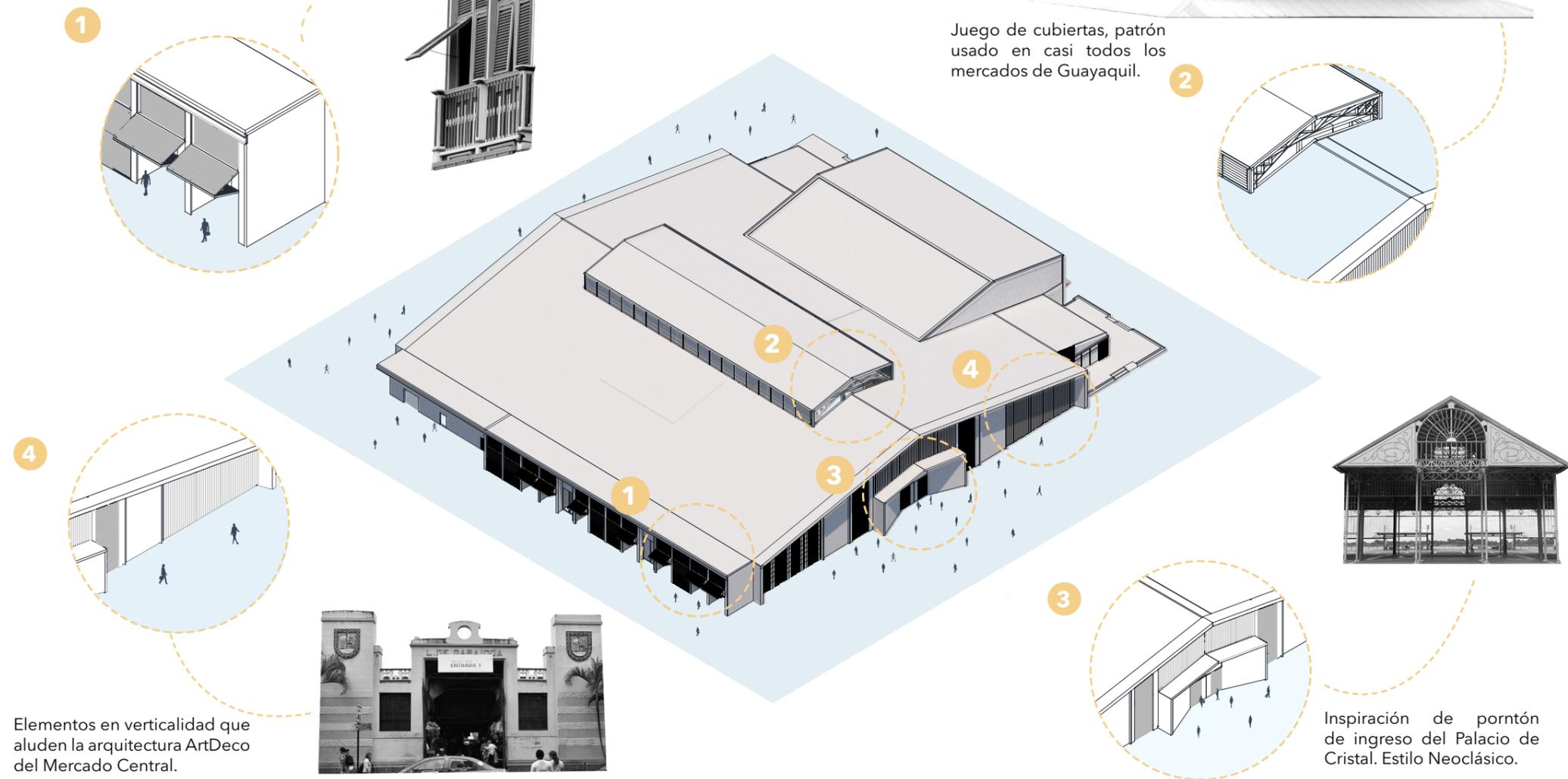


La adición de las alas adyacentes permite la conexión del comercio del mercado con el entorno urbano.

La forma simple de la edificación está consolidada en el uso de cubiertas a dos aguas las cuales forman una gran cercha interior que asemeja la estructura interna del Palacio de Cristal. Esta forma permite la captación de vientos predominantes y luz natural, necesarias para el desarrollo integral de los usuarios.

7.6 CONCEPTO

Gráfico 14: Diagrama conceptual
Fuente: Elaboración propia (2019)



Chazas representativas de la arquitectura Guayaquileña.

Juego de cubiertas, patrón usado en casi todos los mercados de Guayaquil.

Elementos en verticalidad que aluden a la arquitectura ArtDeco del Mercado Central.

Inspiración de porción de ingreso del Palacio de Cristal. Estilo Neoclásico.

El concepto en el que se basa el diseño del nuevo mercado está dado por el análisis arquitectónico en elementos que representan la arquitectura de Guayaquil y distintos arquetipos de mercados como: el Mercado Sur, actual Palacio de Cristal (arquitectura colonial) y el Mercado Central (arquitectura neoclásica). Dichos conceptos nacen mediante la descomposición de piezas predominantes de dichas edificaciones, adaptándolas al nuevo diseño de una forma limpia y moderna.

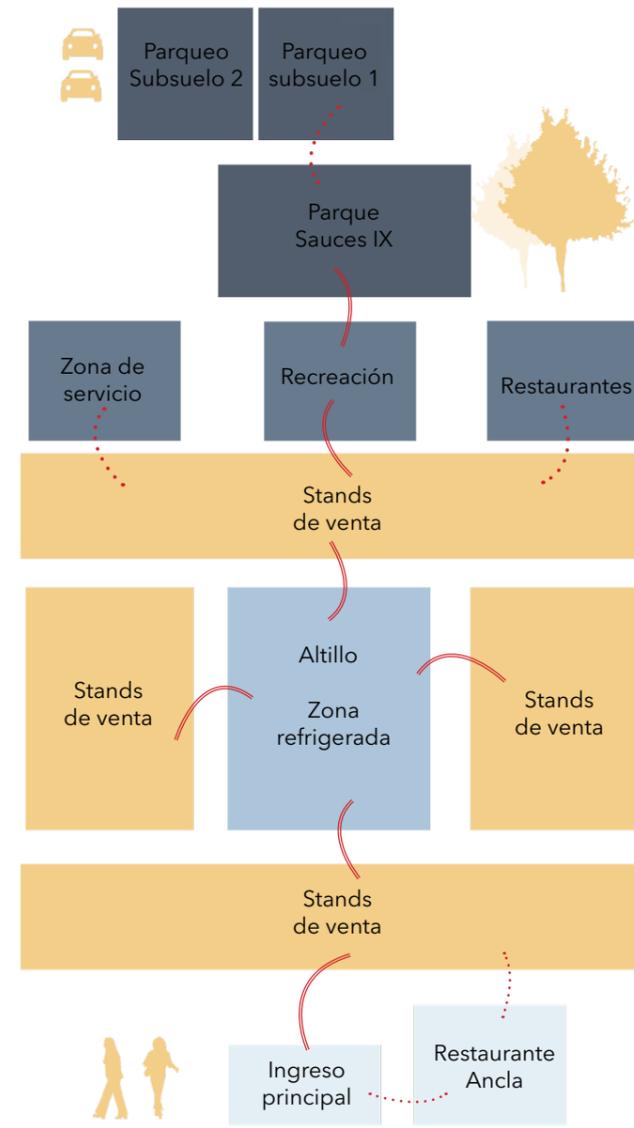


Gráfico 15: Zonificación en planta
Fuente: Elaboración propia (2019)

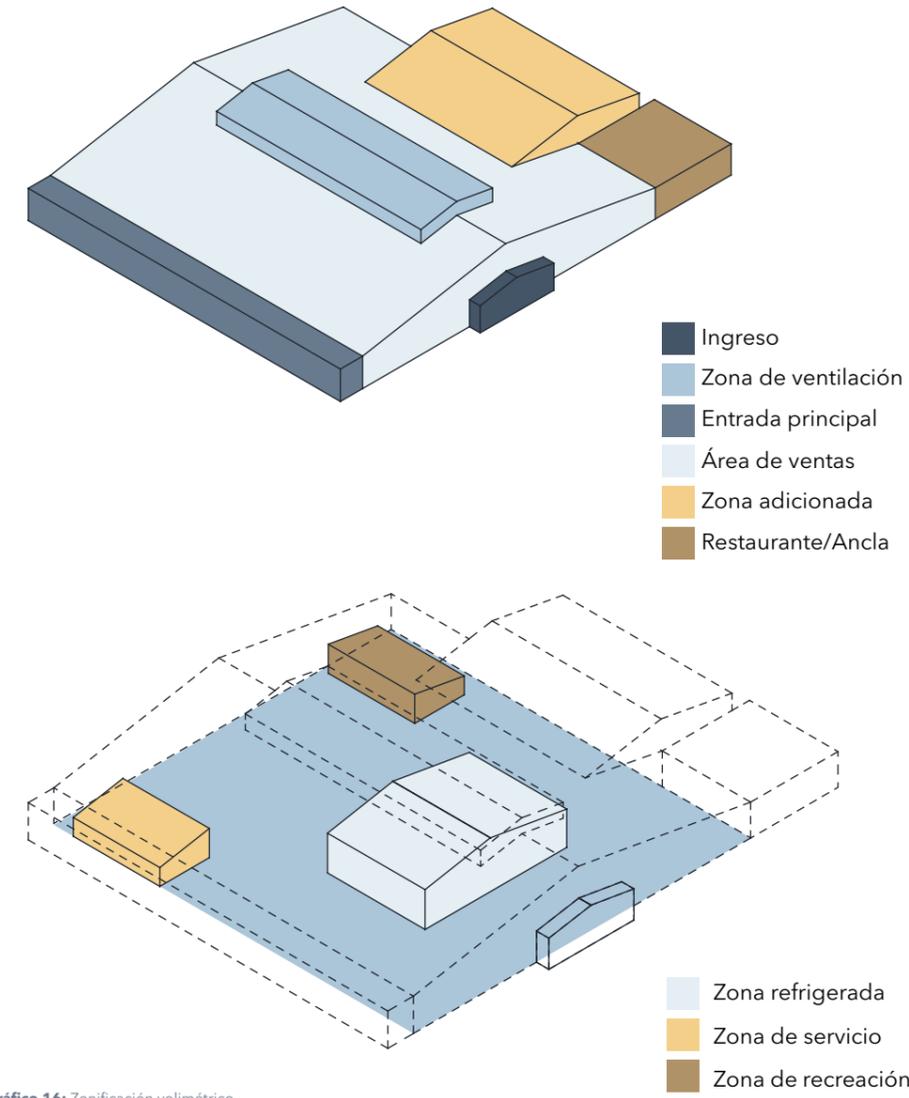


Gráfico 16: Zonificación volumétrica
Fuente: Elaboración propia (2019)

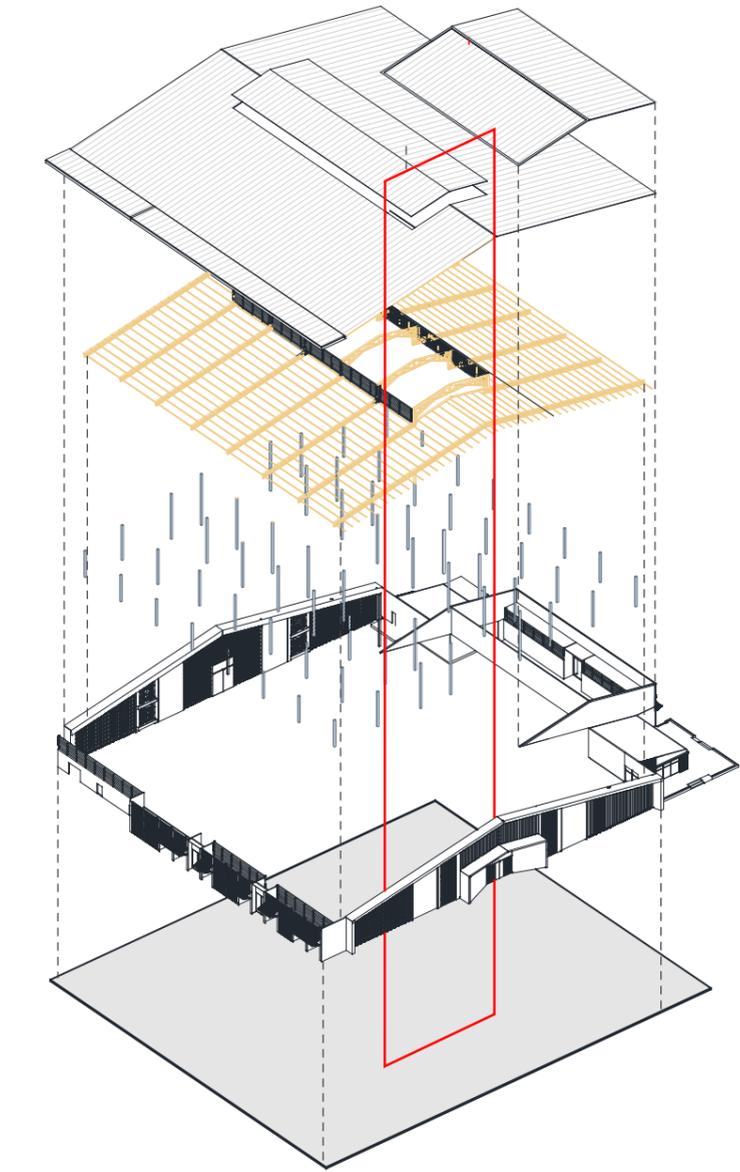


Gráfico 17: Axonometría del Nuevo Mercado Sauces IX
Fuente: Elaboración propia (2019)

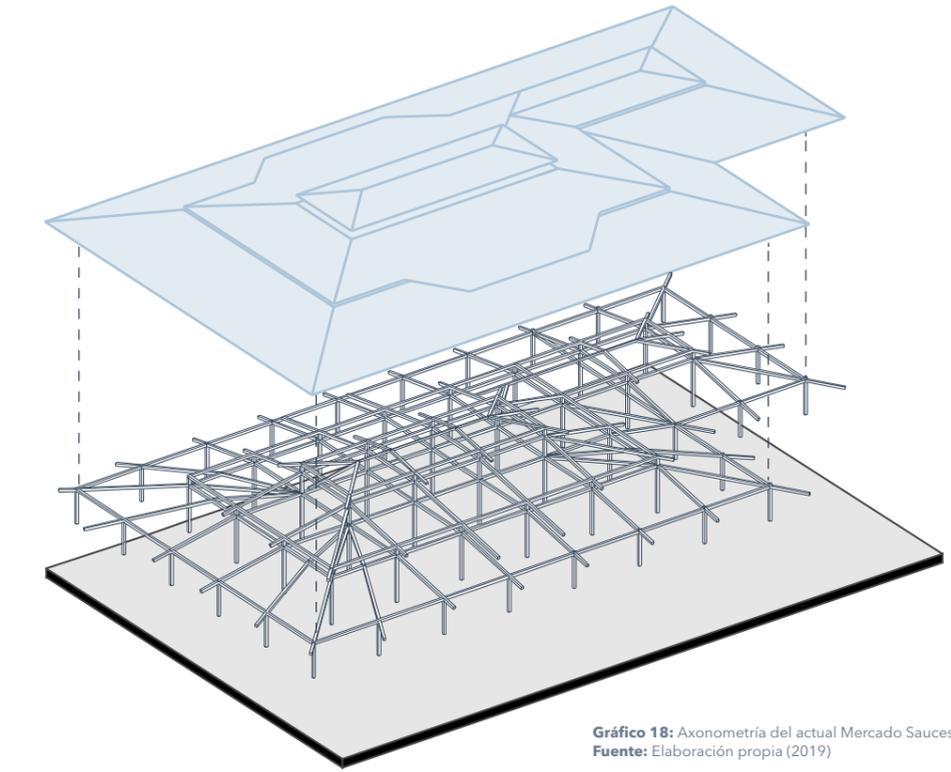


Gráfico 18: Axonometría del actual Mercado Sauces IX
Fuente: Elaboración propia (2019)

El actual Mercado de Sauces IX presenta estructura de vigas y columnas de hormigón armado con 3 juegos de cubierta. En el rediseño del mercado se decidió mantener las columnas, sin embargo las vigas de hormigón fueron reemplazadas por cerchas metálicas, más la adición de nuevas columnas en la ampliación del mercado.



Gráfico 19: Diagrama de Materialidad y Bioclimática
Fuente: Elaboración propia (2019)

- 1



Implementación de jardines verticales y cubiertas verdes.
- 2



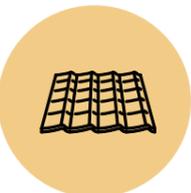
Implementación de paneles solares en cubiertas.
- 3



Centro de acopio para la correcta recolección de desechos.
- 4



Uso de materiales que permiten el paso de luz natural y vientos. Louvers traslucidos y malla metálica.
- 5



Cubiertas de Steel panel y uso de policarbonato con protección UV.
- 6



Sistema de recolección de aguas lluvias, para reutilización en limpieza dentro del mercado.

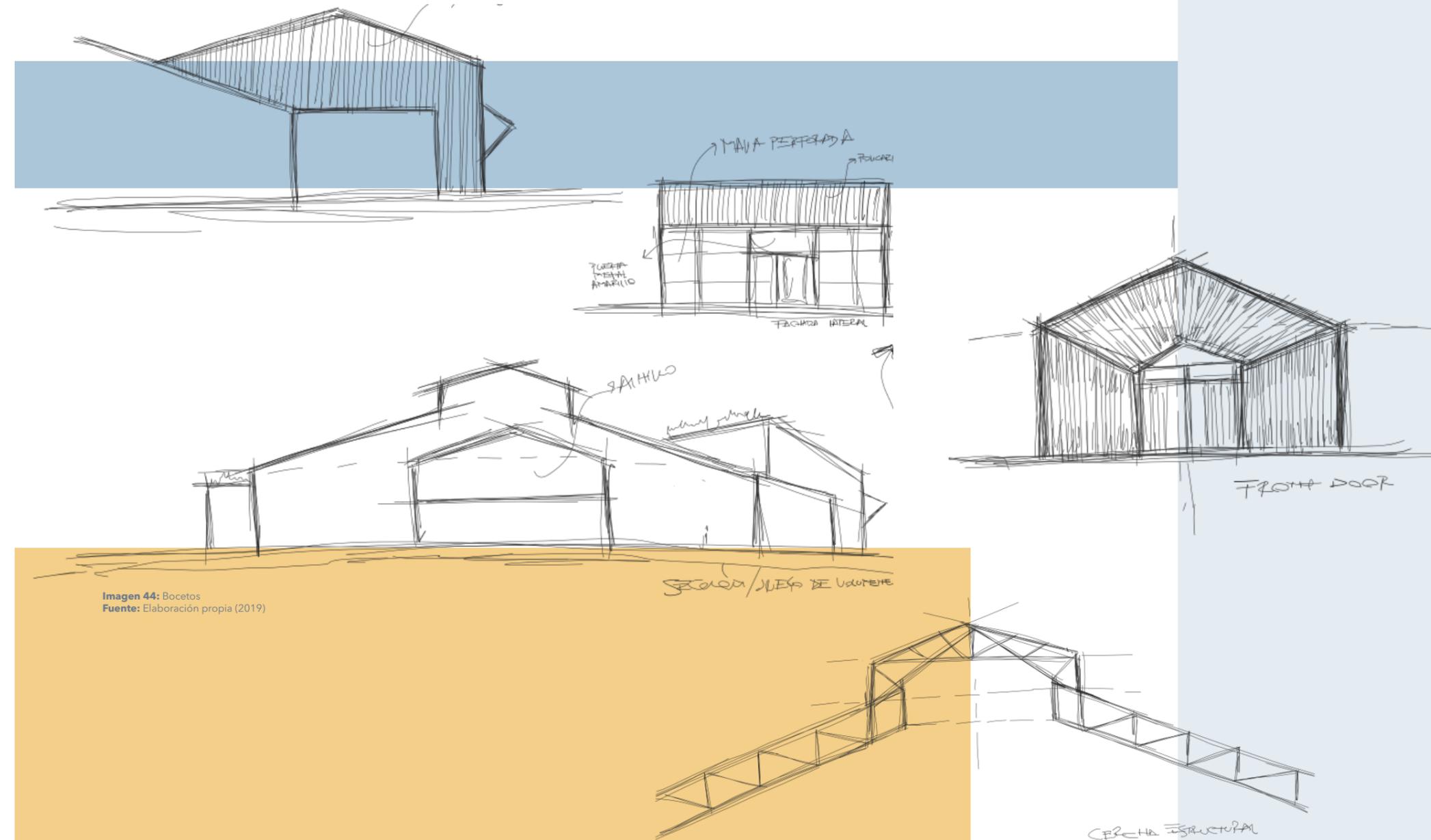
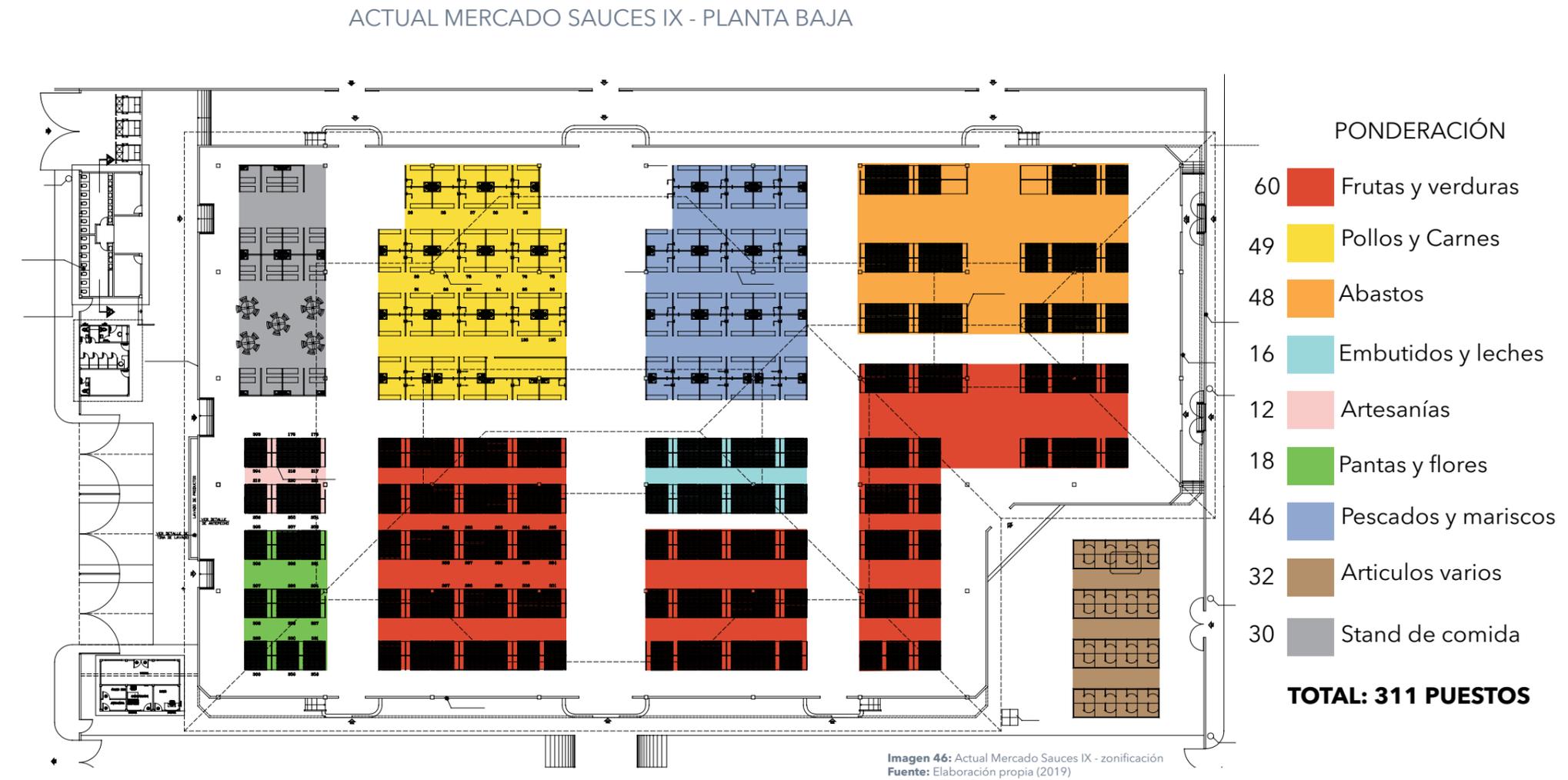
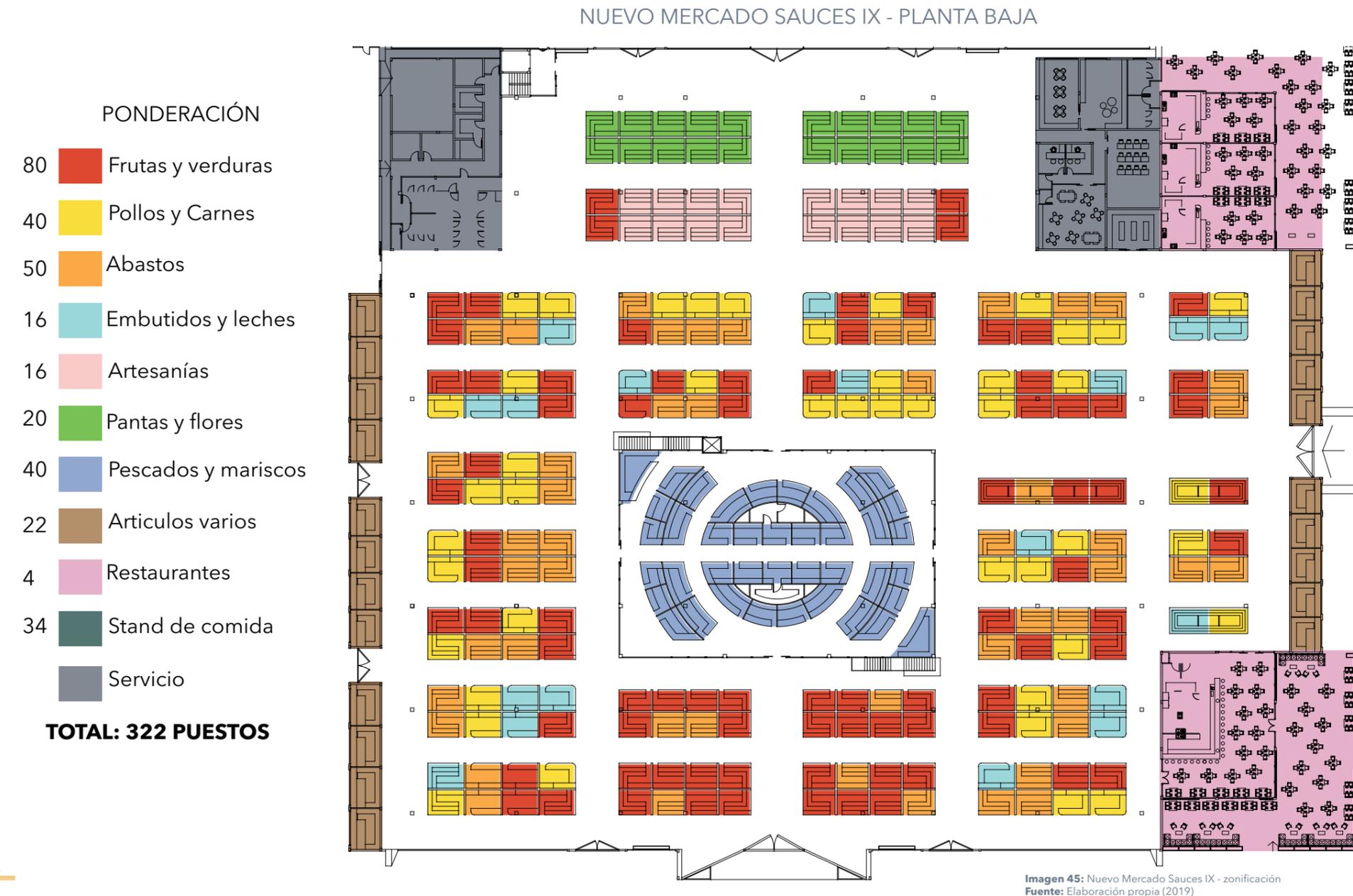


Imagen 44: Bocetos
Fuente: Elaboración propia (2019)



NOTA: en la actualidad el mercado cuenta con más de 400 puestos, los cuales fueron agregados a los largo de los años.

7.12 PLANIMETRÍA Y RENDERS

Imagen 47: Planta Baja Arquitectónica
Fuente: Elaboración propia (2019)

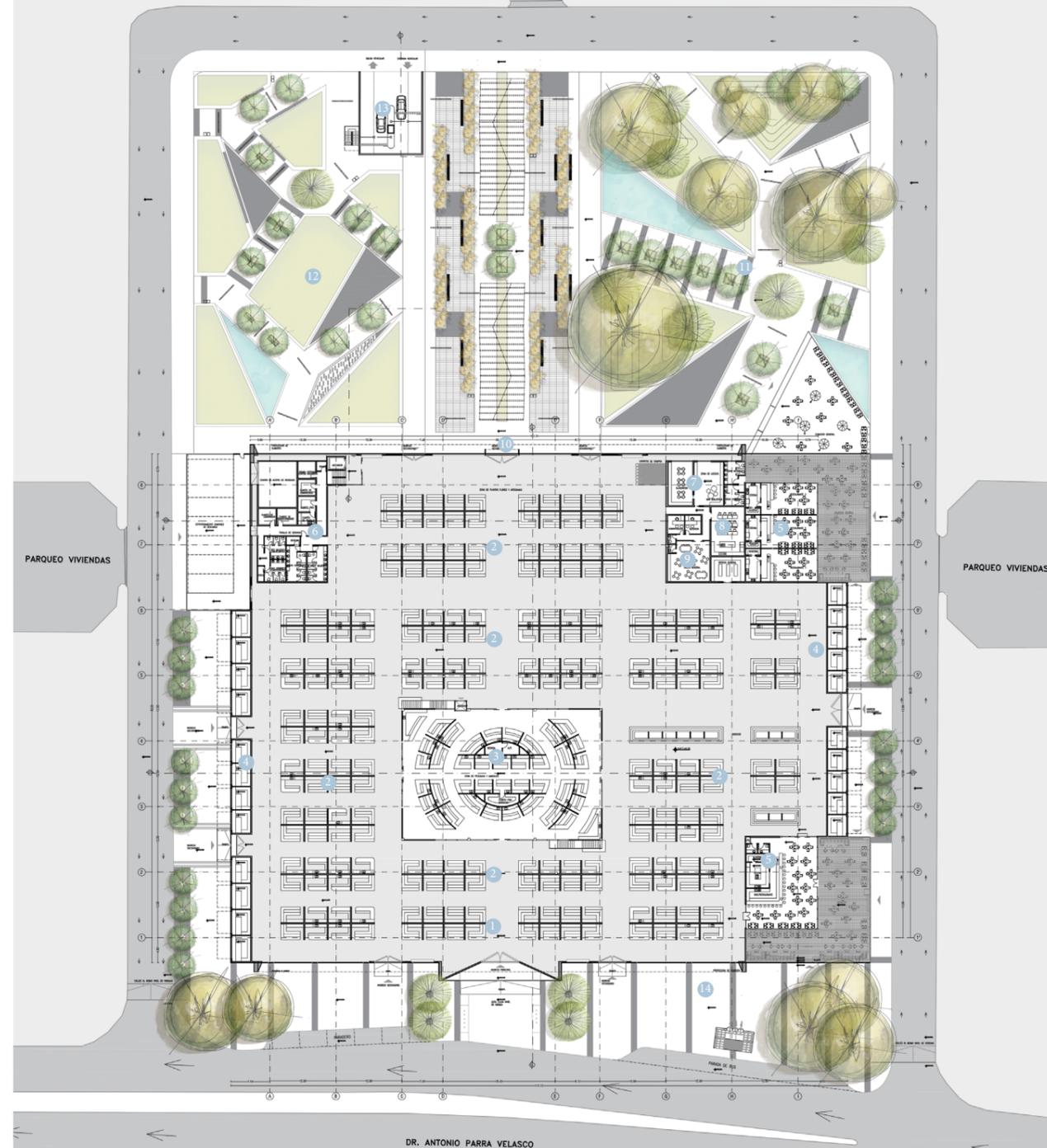


Imagen 48: Planta Altillo - Patio de comidas
Fuente: Elaboración propia (2019)

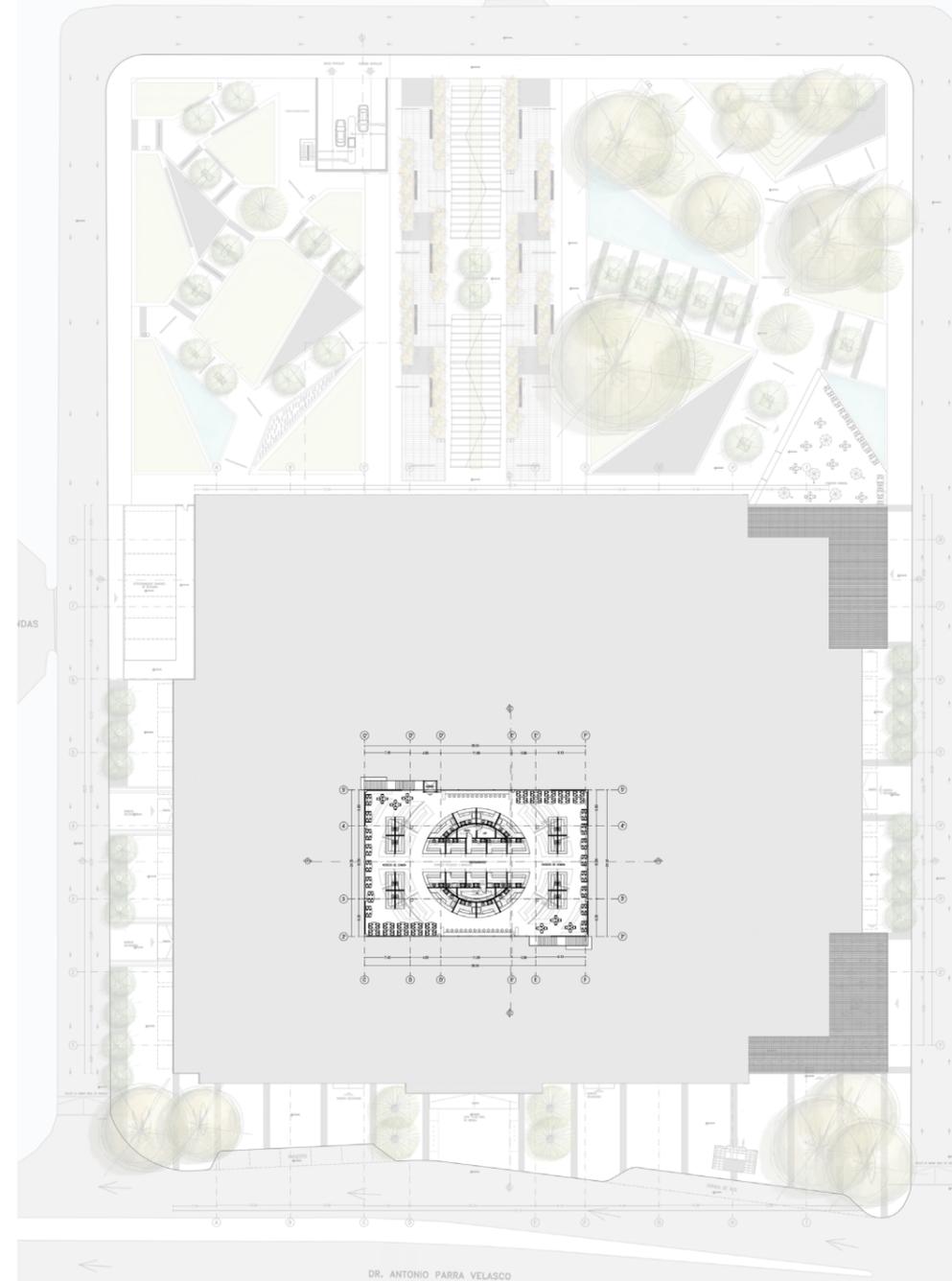
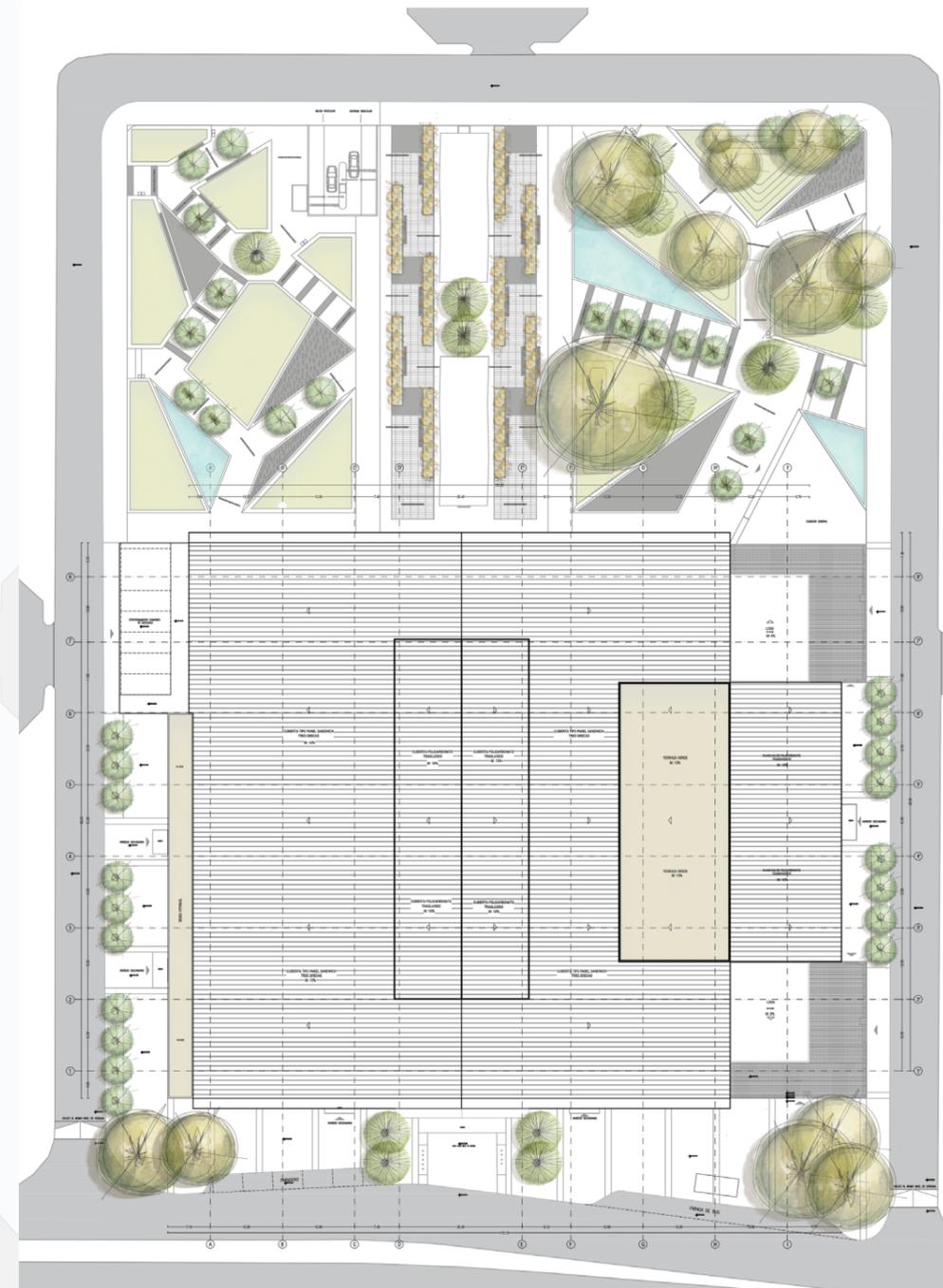


Imagen 49: Implantación
Fuente: Elaboración propia (2019)



CUADRO DE AREAS	
Nº	AREA
1	ENTRADA PRINCIPAL AL MERCADO
2	ZONA DE VENTAS – STANDS
3	ZONA DE MARSICOS Y PESCADOS
4	TIENDAS SEMI-EXTERIOR
5	RESTAURANTES/BAR
6	AREA DE SERVICIO
7	GUARDERIA
8	CLASE DE COCINA
9	SALON GENERAL
10	ENTRADA POSTERIOR-DESDE PARQUE
11	PARQUE-AREA FRONDOSA
12	PARQUE- AREA PLANA
13	ENTRADA PARQUEO SUBTERRANEO
14	PARADA DE BUS



Fachada frontal



Fachada posterior

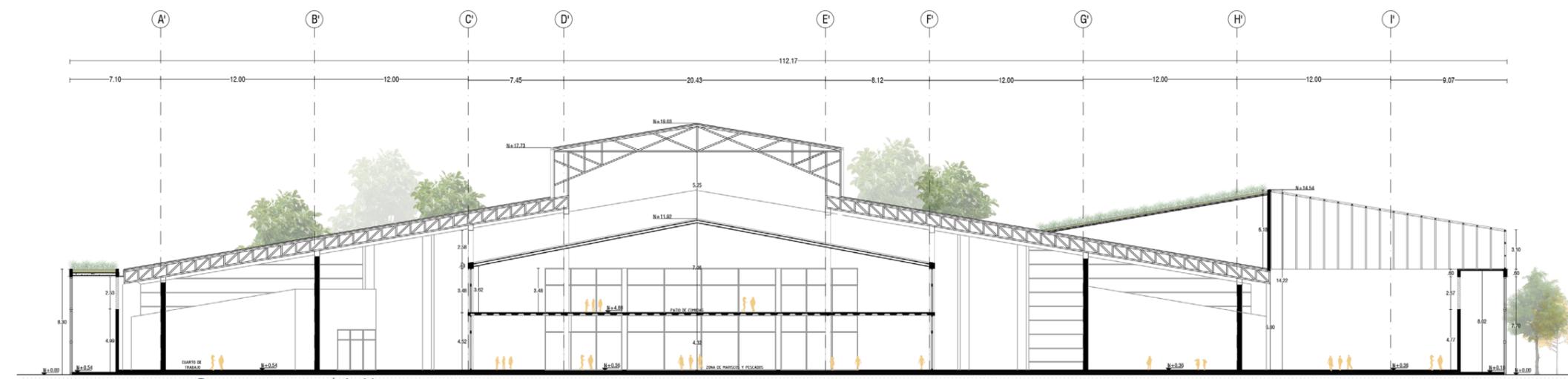


Fachada lateral derecha

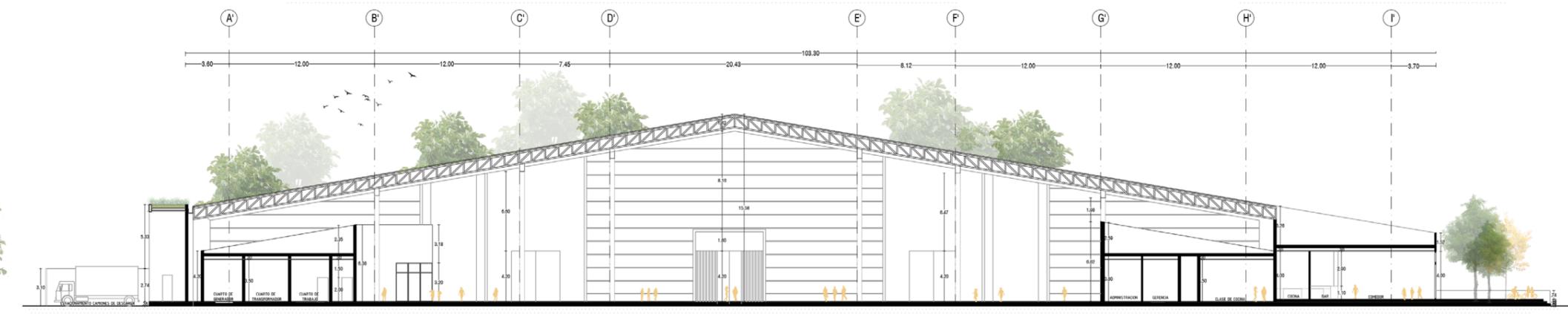


Fachada lateral izquierda

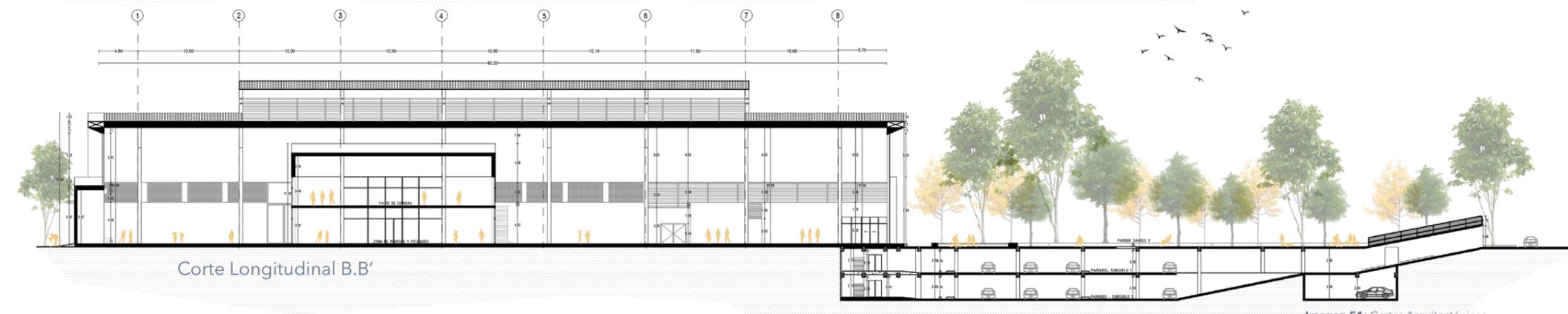
Imagen 50: Fachadas
Fuente: Elaboración propia (2019)



Corte transversal A.A'



Corte transversal B.B'



Corte Longitudinal B.B'

Imagen 51: Cortes Arquitectónicos
Fuente: Elaboración propia (2019)

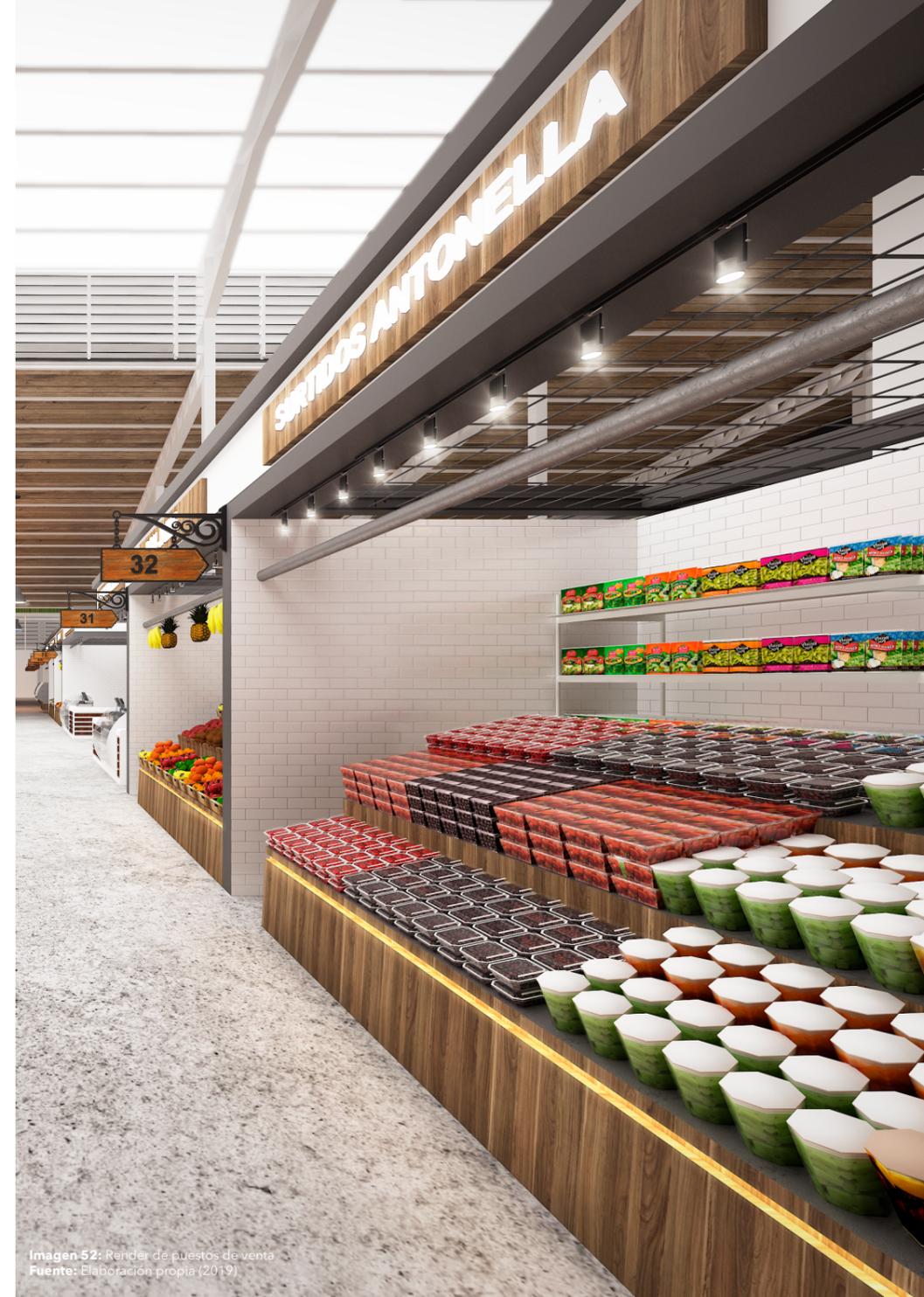
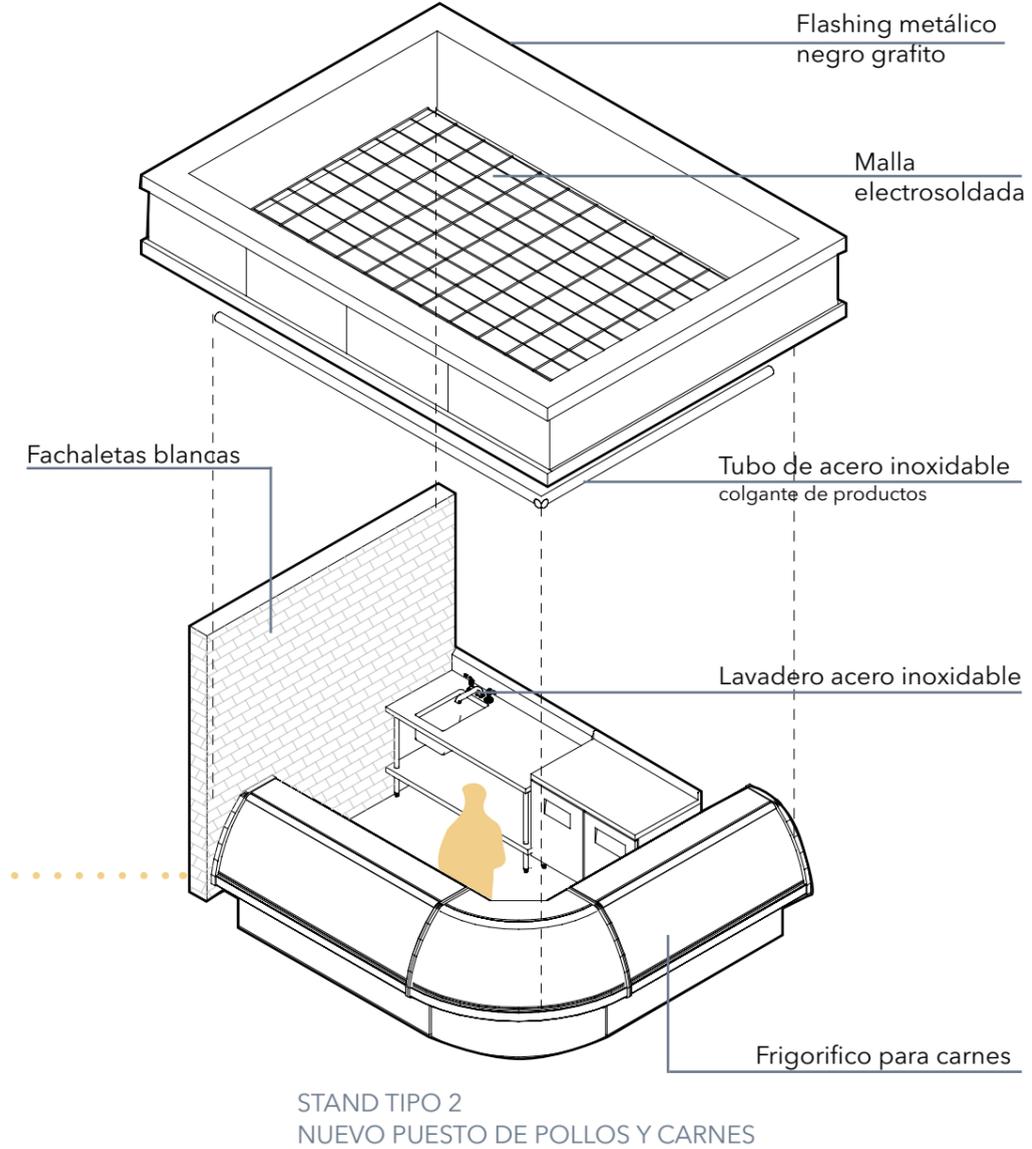
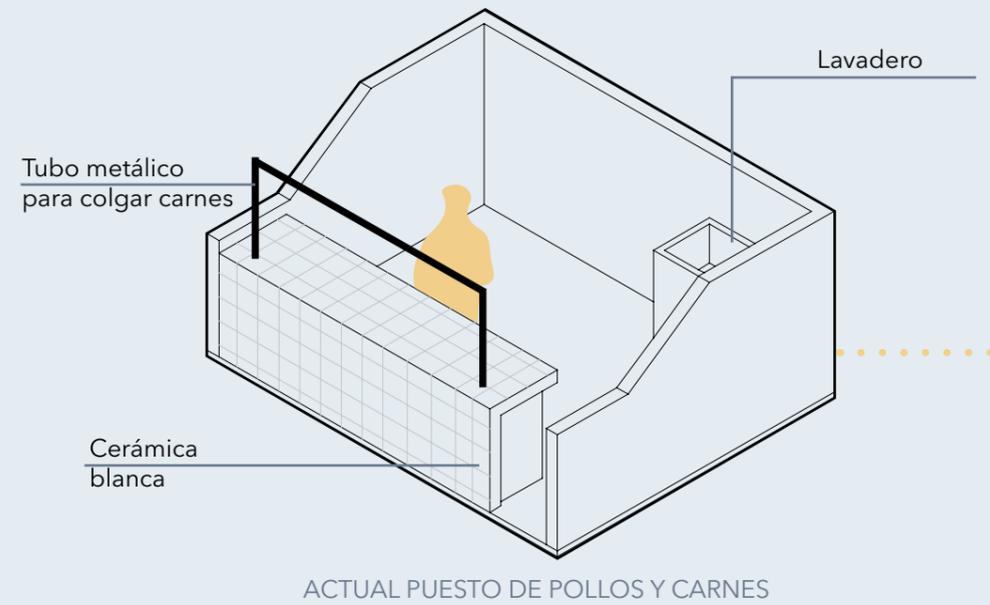
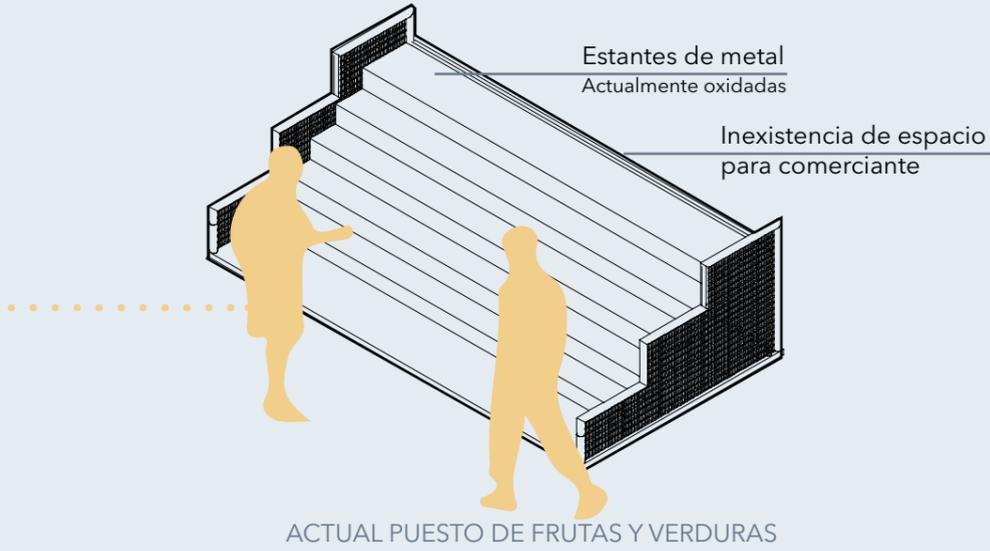
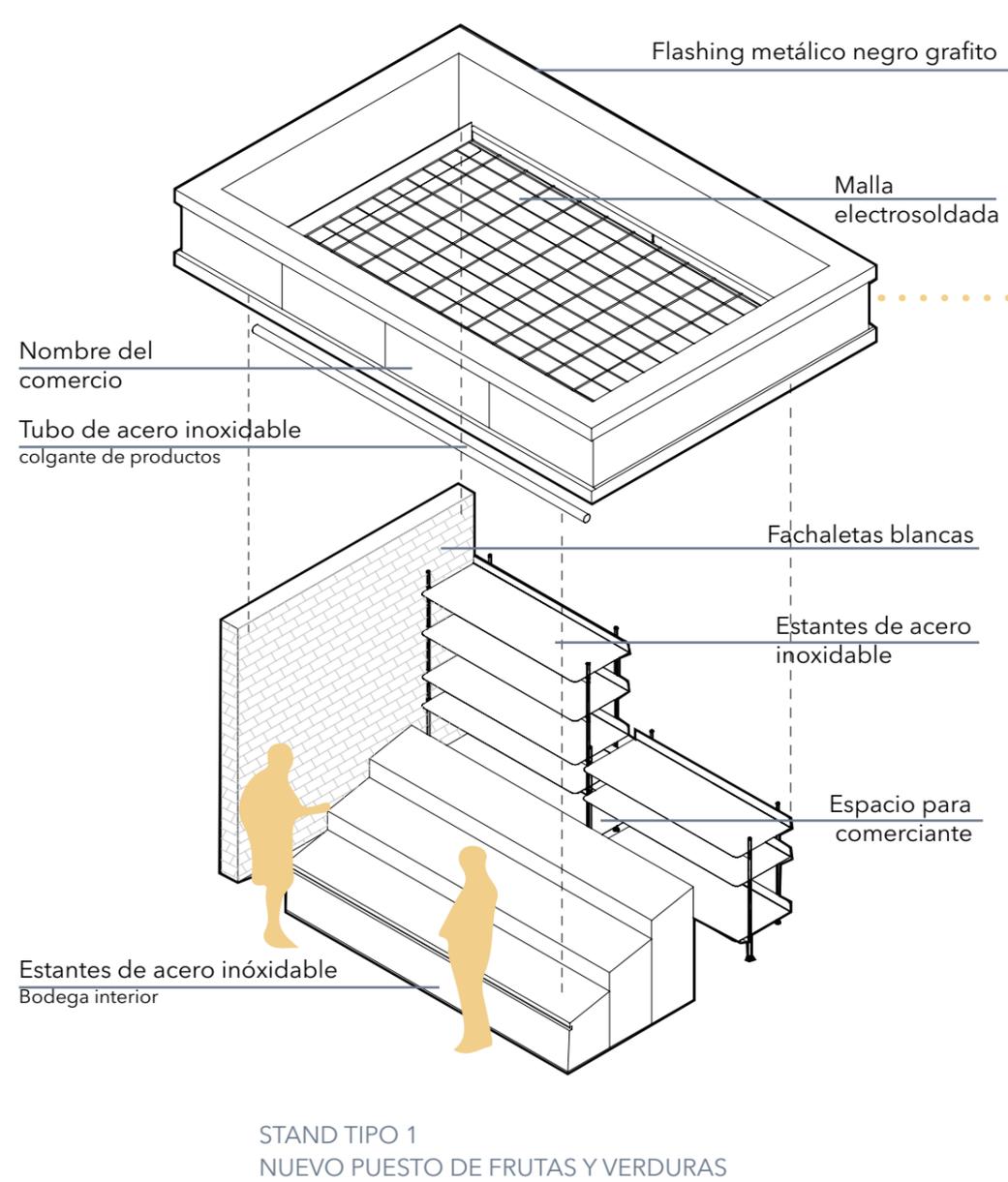


Gráfico 20: Diagrama de puestos de venta
Fuente: Elaboración propia (2019)

Imagen 52: Render de puestos de venta
Fuente: Elaboración propia (2019)



Imagen 53: Render fachada lateral
Fuente: Elaboración propia (2019)

DETALLE DE PUERTAS RETRÁCTILES

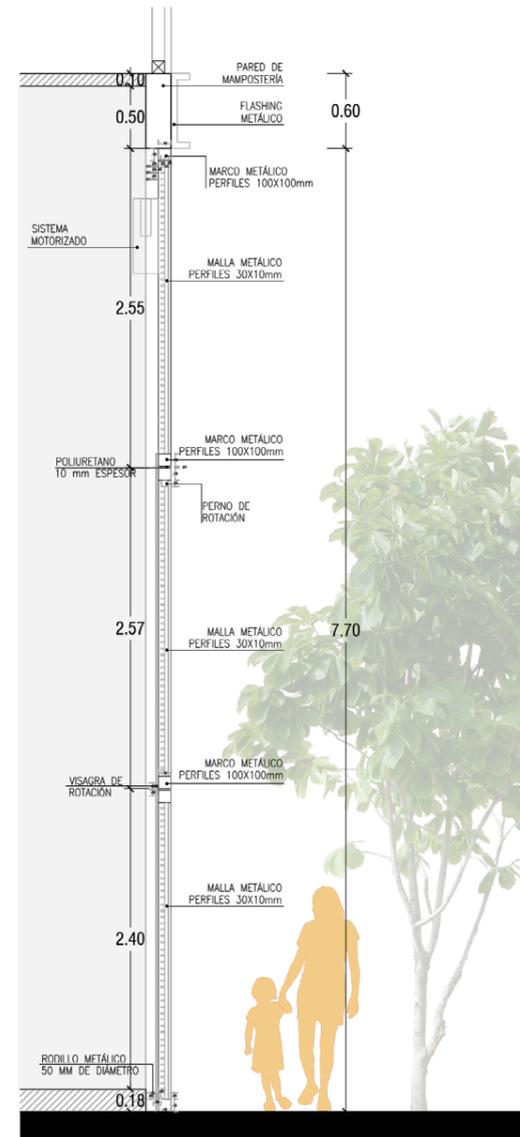


Gráfico 21: Detalle de puerta retráctil cerrada
Fuente: Elaboración propia (2019)

Las fachadas laterales están conformadas por distintas tiendas comerciales que conectan al mercado público con el contexto urbano. Las estructuras envolventes de dichos espacios presentan módulos de malla electro soldada que mediante mecanismo de pernos de rotación estas se retraen hacia arriba y abajo.

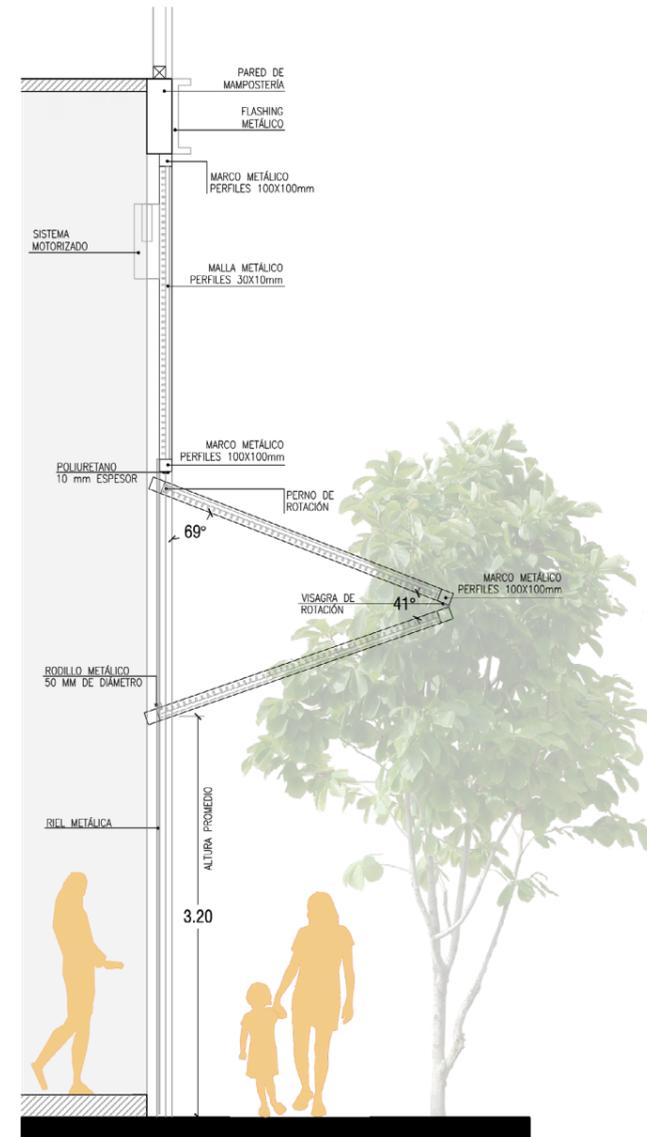


Gráfico 22: Detalle de puerta retráctil abierta
Fuente: Elaboración propia (2019)

Esta estructura metálica permite total independencia a los locales. Además, al estar abiertas forman una clase de alero que asemeja a las chazas comúnmente usadas en la arquitectura tradicional guayaquileña; dicho elemento otorga dinamismo y sombra a los usuarios que transitan por el sector.

DETALLE DE PARADA DE BUS

El juego de volúmenes permite y forma crea una conexión del nuevo diseño del Mercado público con la parada de bus. Este diseño incorpora nuevos elementos como estacionamiento de bicicletas, bancas antas y bajas además de un gran mapa que muestra las rutas de buses en Guayaquil.



Imagen 53: Render Parada de Bus
Fuente: Elaboración propia (2019)



Imagen 54: Render Parada de Bus
Fuente: Elaboración propia (2019)

El rediseño de la parada de bus de Saucos IX enmarca la utilización de elementos naturales como enredaderas las cuales otorgan sombra junto con elementos metálicos como la malla electrosoldada.



Imagen 55: Actual parada de bus Saucos IX
Fuente: Google Maps



Imagen 56: Actual para de Bus Saucos IX
Fuente: Google Maps





Imagen 58: Render de Nuevo Mercado Sauces IX
Fuente: Elaboración propia (2019)



Imagen 59: Render de Nuevo Mercado Sauces IX y parque barrial
Fuente: Elaboración propia (2019)

PARQUE SAUCES IX

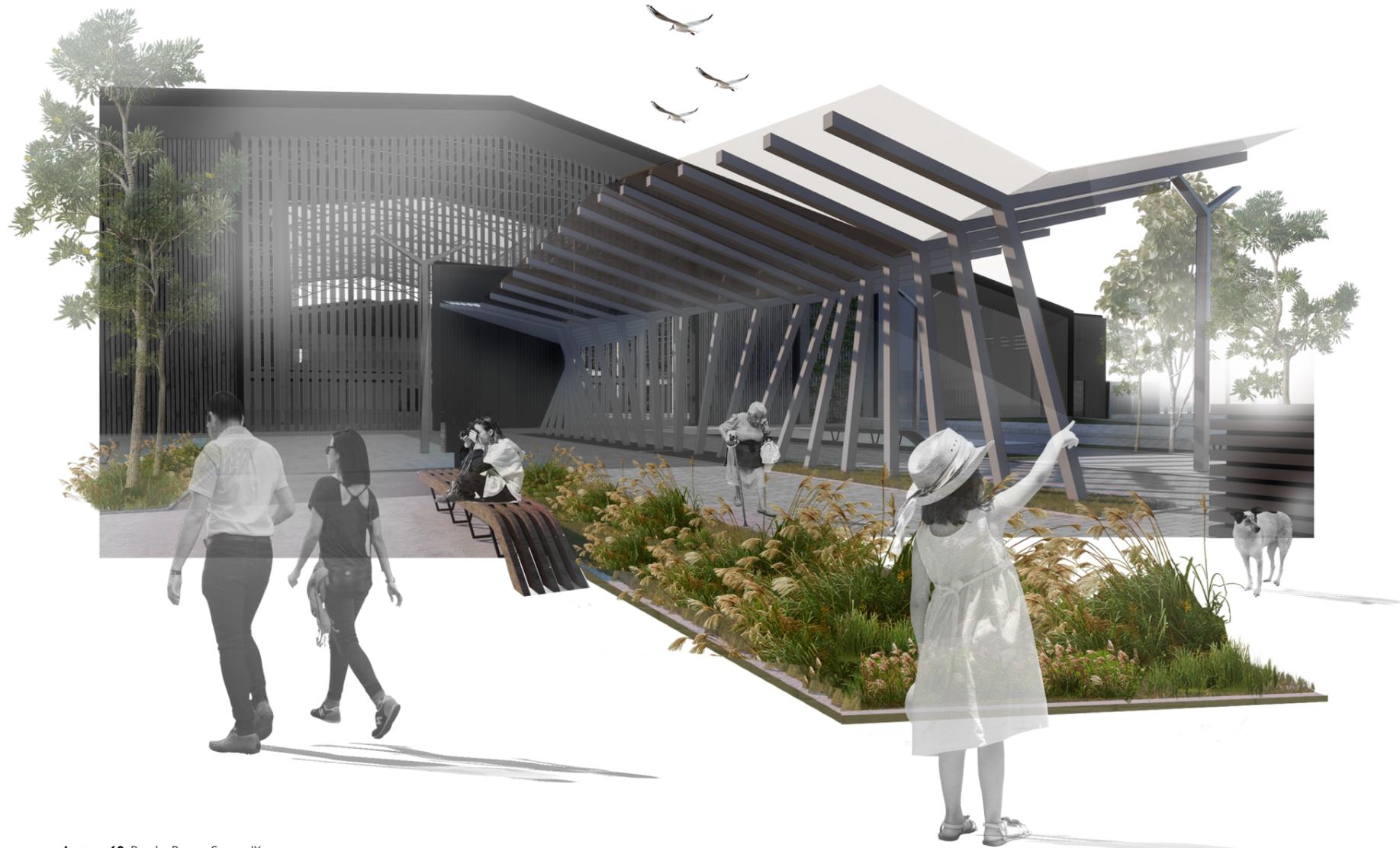


Imagen 60: Render Parque Saucés IX
Fuente: Elaboración propia (2019)

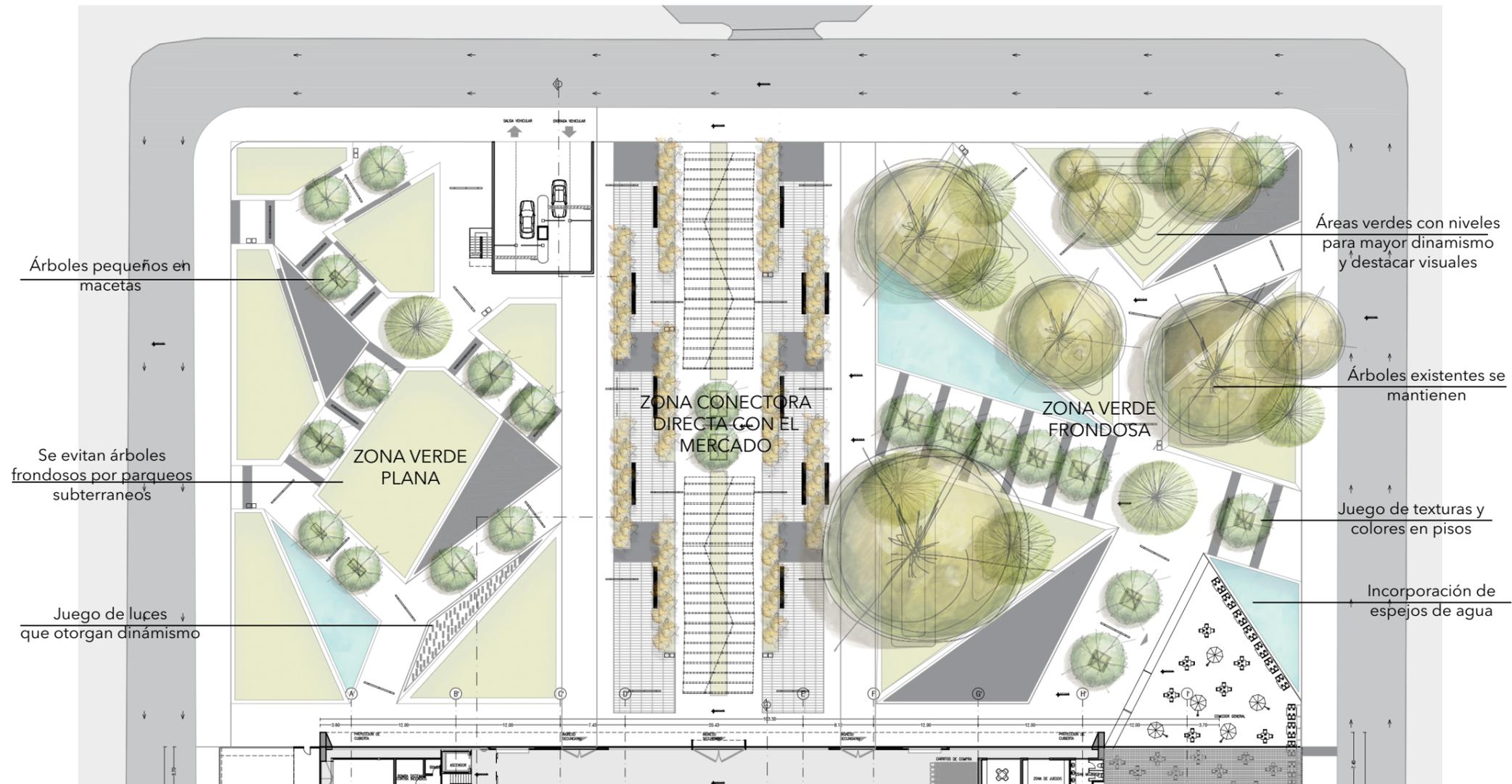
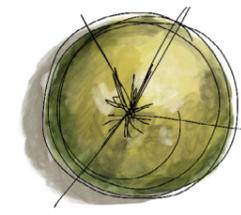


Imagen 61: Paisajismo, planta de nuevo Parque de Saucés IX
Fuente: Elaboración propia (2019)



Olivo Negro
Cantidad: 33



Árbol Saucés
Cantidad: 13



Árbol Guayacán
Cantidad: 11



Arbustos: veraneras y helechos
Cantidad: 11



Imagen 62: Render de Nuevo Mercado Saucés IX (interior)
Fuente: Elaboración propia (2019)



Imagen 63: Render de Nuevo Mercado Saucés IX (interior)
Fuente: Elaboración propia (2019)



Imagen 64: Render de Guardería
Fuente: Elaboración propia (2019)



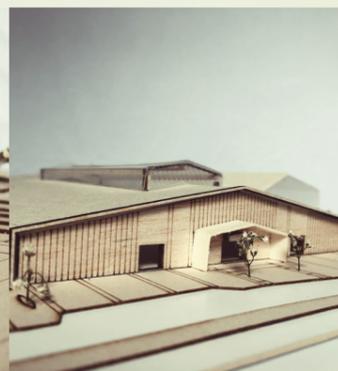
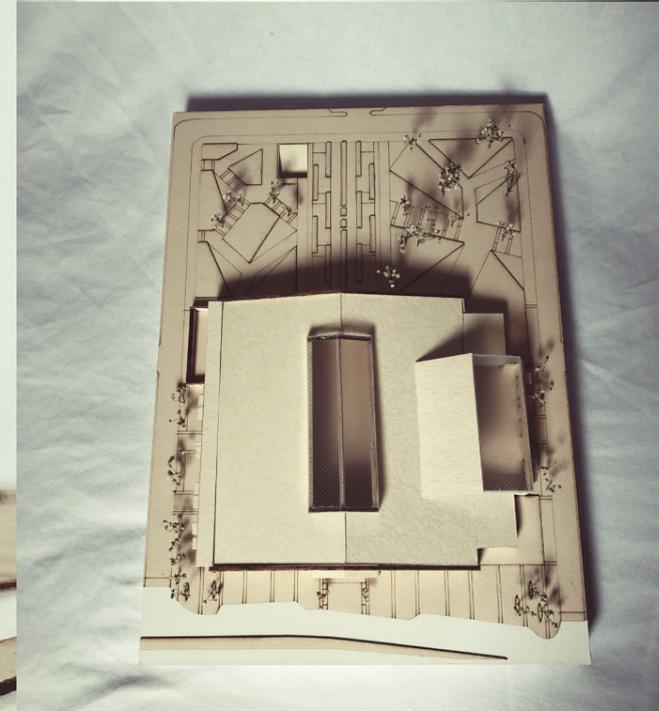
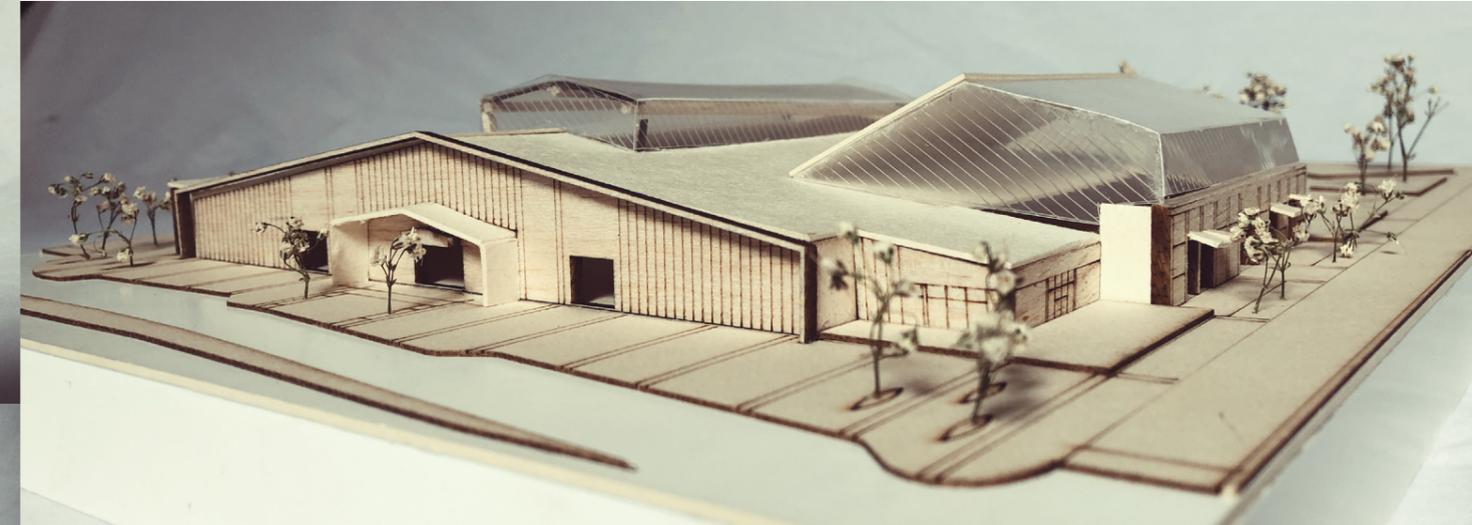
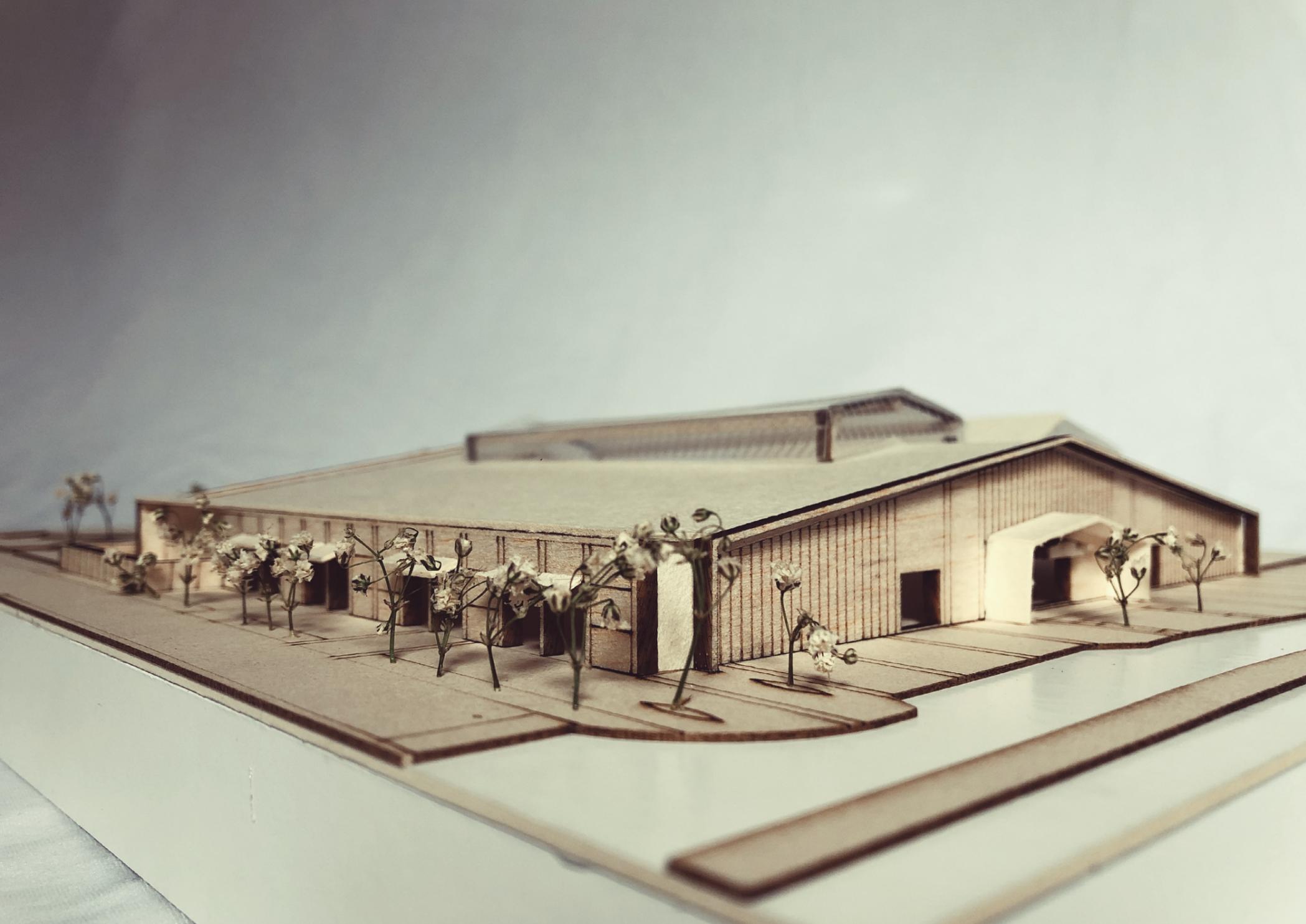
Imagen 65: Render de Guardería
Fuente: Elaboración propia (2019)



Imagen 66: Render de clase de cocina
Fuente: Elaboración propia (2019)



Imagen 67: Render de clase de cocina
Fuente: Elaboración propia (2019)



7.12 PRESUPUESTO REFERENCIAL

El presupuesto a presentar da como resultado el valor aproximado para la remodelación y ampliación del nuevo Mercado de Sauces IX.

PRESUPUESTO MERCADO SAUCES IX					
RUBRO No.	CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL
OBRAS PRELIMINARES					
1	TRABAJOS DE CAMPO				\$ 105,705.95
1.1	Ploteo de planos y copias varias	gbl	1.00	\$ 500.00	\$ 500.00
1.2	Limpieza de terreno	m2	23954.00	\$ 1.15	\$ 27,547.10
1.3	Trazado y replanteo	m2	23954.00	\$ 0.40	\$ 9,581.60
1.4	Cerramiento del solar de zinc. Altura 2.40 m	ml	627.00	\$ 23.20	\$ 14,546.40
1.5	Letrero de obra	gbl	2.00	\$ 170.00	\$ 340.00
1.6	Caseta de guardia y bodega provisional	m2	45.00	\$ 60.73	\$ 2,732.85
1.7	Oficina de obra	m2	48.00	\$ 121.00	\$ 5,808.00
1.8	Instalación eléctrica provisional	gbl	1.00	\$ 1,900.00	\$ 1,900.00
1.9	Instalación de agua provisional	gbl	1.00	\$ 600.00	\$ 600.00
1.10	Guardiania (dos guardianes)	mes	12.00	\$ 1,800.00	\$ 21,600.00
1.11	Bodeguero	mes	12.00	\$ 450.00	\$ 5,400.00
1.12	Agua potable para obra	mes	12.00	\$ 150.00	\$ 1,800.00
1.13	S.S.H.H. Trabajadores (6 unidades)	mes	10.00	\$ 750.00	\$ 7,500.00
1.14	Equipo topográfico	mes	9.00	\$ 650.00	\$ 5,850.00
2	MOVIMIENTO DE TIERRAS Y DERRIBOS				\$ 23,314.50
2.1	Excavación (parqueos subterrneos)	m3	3861.00	\$ 4.50	\$ 17,374.50
2.2	Excavación (zona pescados y mariscos)	m3	1320.00	\$ 4.50	\$ 5,940.00
SUBTOTAL OBRAS PRELIMINARES					\$ 129,020.45
INFRAESTRUCTURAS - ESTRUCTURAS					
3	PARQUEOS SUBTERRANEOS				\$ 2,145,445.80
3.1	Replantillo	m2	3861.00	\$ 4.80	\$ 18,532.80
3.2	Plintos de hormigón armando (2mx2m)	m3	171.00	\$ 263.00	\$ 44,973.00
3.3	Columnas (parqueos subterrneos)	m3	241.00	\$ 400.00	\$ 96,400.00
3.4	Vigas de hormigó armado (parqueos subterrneos)	m3	132.00	\$ 390.00	\$ 51,480.00
3.5	Contrapiso vehicular	m2	3861.00	\$ 30.00	\$ 115,830.00
3.6	Losa vehicular	m2	7722.00	\$ 210.00	\$ 1,621,620.00
3.7	Mamposteria (subterrneos)	m2	4410.00	\$ 21.00	\$ 92,610.00
3.8	Escaleras	gbl	2.00	\$ 2,000.00	\$ 4,000.00
3.9	Ascensor	gbl	2.00	\$ 50,000.00	\$ 100,000.00
4	ZONA DE PESCADOS Y MARISCOS - RESTAURANTE				\$ 645,479.00

4.1	Replantillo	m2	880.00	\$ 4.80	\$ 4,224.00
4.2	Plintos de hormigón armando (1mx1m)	m3	86.00	\$ 150.00	\$ 12,900.00
4.3	Columnas (zona de mariscos)	m3	68.00	\$ 400.00	\$ 27,200.00
4.4	Vigas de hormigó armado (zonas de mariscos)	m3	6.00	\$ 390.00	\$ 2,340.00
4.5	Contrapiso	m2	1063.00	\$ 30.00	\$ 31,890.00
4.6	Losa (zona de mariscos)	m2	1063.00	\$ 75.00	\$ 79,725.00
4.7	Cubierta interna (2 aguas)	gbl	1063.00	\$ 100.00	\$ 106,300.00
4.8	Paredes de vidrio templado (4,40 de alto)	m2	1074.00	\$ 350.00	\$ 375,900.00
4.9	Escaleras	gbl	2.00	\$ 2,500.00	\$ 5,000.00
SUBTOTAL DE INFRAESTRUCTURAS - ESTRUCTURAS					\$ 2,790,924.80
PARQUE SAUCES 9					
5	AREAS VERDES				\$ 18,115.50
5.1	Jardineras	m2			
5.2	Césped	m2	2421.00	\$ 5.50	\$ 13,315.50
5.3	Espejos de agua	m2			
5.4	Arboles en el piso (buscar nombre)	gbl	8.00	\$ 500.00	\$ 4,000.00
5.5	Maceteros	gbl	8.00	\$ 100.00	\$ 800.00
6	LUMINARIAS				\$ 13,690.00
6.1	Lamparas de piso	gbl	165.00	\$ 30.00	\$ 4,950.00
6.2	Postes de iluminación	gbl	38.00	\$ 230.00	\$ 8,740.00
7	BANCAS				\$ 3,600.00
7.1	Bancas	gbl	12.00	\$ 300.00	\$ 3,600.00
8	CUBIERTA METALICA				\$ 20,000.00
8.1	Cubierta metalica	gbl	2.00	\$ 10,000.00	\$ 20,000.00
9	DISEÑO DE PISOS				\$ 337,267.00
9.1	Hormigón pulido	m2	9724.00	\$ 33.00	\$ 320,892.00
9.2	Porcelanato beige	m2	655.00	\$ 25.00	\$ 16,375.00
SUBTOTAL DE LA PLAZA					\$ 392,672.50
AREA DE SERVICIO - BAÑOS - AREA EDUCATIVA - RESTAURANTES					
10	AREA DE SERVICIO - BAÑOS				\$ 14,235.00
10.1	Inodoros	gbl	14.00	\$ 120.00	\$ 1,680.00
10.2	Lavamanos	gbl	16.00	\$ 45.00	\$ 720.00
10.3	Urinaros	gbl	3.00	\$ 50.00	\$ 150.00
10.4	Puertas 2.40m*0.90m	gbl	12.00	\$ 125.00	\$ 1,500.00
10.5	Mamposteria	m2	485.00	\$ 21.00	\$ 10,185.00
11	AREA EDUCATIVA				\$ 19,305.00
11.1	Mamposteria	m2	540.00	\$ 21.00	\$ 11,340.00
11.2	Inodoros	gbl	2.00	\$ 120.00	\$ 240.00
11.3	Lavamanos	gbl	2.00	\$ 45.00	\$ 90.00
11.4	Cocina	gbl	1.00	\$ 400.00	\$ 400.00
11.5	Refrigeradora	gbl	2.00	\$ 1,300.00	\$ 2,600.00
11.6	Lavaplatos	gbl	1.00	\$ 60.00	\$ 60.00

11.6	Lavaplatos	gbl	1.00	\$ 60.00	\$ 60.00
11.7	Mesas	gbl	25.00	\$ 75.00	\$ 1,875.00
11.8	Sillas	gbl	60.00	\$ 45.00	\$ 2,700.00
12	RESTAURANTES				\$ 61,371.00
12.1	Mamposteria	m2	351.00	\$ 21.00	\$ 7,371.00
12.2	Meson	m2	36.00	\$ 120.00	\$ 4,320.00
12.3	Cocina	gbl	3.00	\$ 400.00	\$ 1,200.00
12.4	Refrigeradora	gbl	3.00	\$ 1,300.00	\$ 3,900.00
12.5	Lavamanos	gbl	3.00	\$ 60.00	\$ 180.00
12.6	Pergola	m2	290.00	\$ 150.00	\$ 43,500.00
12.7	Inodoros	gbl	4.00	\$ 120.00	\$ 480.00
12.8	Lavamanos	gbl	6.00	\$ 45.00	\$ 270.00
12.9	Urinaros	gbl	3.00	\$ 50.00	\$ 150.00
SUBTOTAL DEL AREA DE SERVICIO - BAÑOS - AREA EDUCATIVA - RESTAURANTES					\$ 94,911.00
FACHADAS					
13	FACHADA PRINCIPAL				\$ 79,465.00
13.1	Mamposteria	m2	415.00	\$ 21.00	\$ 8,715.00
13.2	Louvers translucidos	m2	600.00	\$ 95.00	\$ 57,000.00
13.3	Malla metalica para enredadera	m2	180.00	\$ 50.00	\$ 9,000.00
13.4	Revestimiento tipo madera	m2	190.00	\$ 25.00	\$ 4,750.00
14	FACHADA LATERAL DERECHA				\$ 65,735.00
14.1	Mamposteria	m2	135.00	\$ 21.00	\$ 2,835.00
14.2	Ventanales de vidrio templado	m2	70.00	\$ 350.00	\$ 24,500.00
14.3	Louvers metalicos acabado maderado	m2	75.00	\$ 45.00	\$ 3,375.00
14.4	Malla metalica retractil	m2	220.00	\$ 75.00	\$ 16,500.00
14.5	Luvers translucidos	m2	195.00	\$ 95.00	\$ 18,525.00
15	FACHADA LATERAL IZQUIERDA				\$ 51,600.00
15.1	Puertas metalicas 3m*2m	gbl	14.00	\$ 100.00	\$ 1,400.00
15.2	Steel panel	m2	145.00	\$ 30.00	\$ 4,350.00
15.3	Louvers translucidos	m2	165.00	\$ 95.00	\$ 15,675.00
15.4	Malla metalica retractil	m2	309.00	\$ 75.00	\$ 23,175.00
15.5	Puerta de vidrio templado	m2	20.00	\$ 350.00	\$ 7,000.00
16	FACHADA POSTERIOR				\$ 67,365.00
16.1	Louvers metalicos acabado maderado	m2	37.00	\$ 45.00	\$ 1,665.00
16.2	Louvers translucidos	m2	600.00	\$ 95.00	\$ 57,000.00
16.3	Malla metalica para enredadera	m2	80.00	\$ 50.00	\$ 4,000.00
16.4	Revestimiento tipo madera	m2	188.00	\$ 25.00	\$ 4,700.00
SUBTOTAL DE FACHADAS					\$ 264,165.00

NAVE CENTRAL					
17	PUESTOS DE VENTA				
17.1	Mesones	m2	1872.00	\$ 120.00	\$ 224,640.00
17.2	Mamposteria	m2	3332.00	\$ 21.00	\$ 69,972.00
17.3	Malla electro soldada	m2	2800.00	\$ 50.00	\$ 140,000.00
SUBTOTAL DE NAVE CENTRAL					\$ 434,612.00
BAR / RESTAURANTE					
18	BAR / RESTAURANTE				
18.1	Mamposteria	m2	180.00	\$ 21.00	\$ 3,780.00
18.2	Meson	m2	29.00	\$ 120.00	\$ 3,480.00
18.3	Paredes de vidrio templado (4,40 de alto)	m2	120.00	\$ 350.00	\$ 42,000.00
18.4	Cocina	gbl	1.00	\$ 400.00	\$ 400.00
18.5	Refrigeradora	gbl	2.00	\$ 1,300.00	\$ 2,600.00
18.6	Lavamanos	gbl	2.00	\$ 60.00	\$ 120.00
18.7	Pergola	m2	297.00	\$ 150.00	\$ 44,550.00
18.8	Inodoros	gbl	2.00	\$ 120.00	\$ 240.00
SUBTOTAL DE BAR/RESTAURANTE					\$ 97,170.00
CERCHAS					
19	ESTRUCTURA INTERIOR				
19.1	Cerchas	gbl	8.00	\$ 10,000.00	\$ 80,000.00
SUBTOTAL CERCHAS					\$ 80,000.00
TOTAL					\$ 4,283,475.75
METRAJE DEL TERRENO (M2)					23,953.24
VALOR POR METRO CUADRADO					\$ 178.82
NOTA VALOR NO INCLUYE PLANOS DE INGENIERIA NI SUPERVISIÓN TÉCNICA					

Tabla 3: Cuadro de presupuesto
Fuente: Elaboración propia (2019)

CAPÍTULO

08

**CONCLUSIONES Y
RECOMENDACIONES**

CONCLUSIONES

Esta propuesta arquitectónica enfatiza la importancia de realzar los mercados públicos y su vital importancia en la ciudad. Mediante el análisis histórico y estudio de casos se logró proporcionar de distintas soluciones tanto espaciales como formales para la creación y remodelación de los actuales mercados públicos de la ciudad de Guayaquil. Esto con el fin de que se cree un nuevo punto turístico gastronómico en la ciudad, que permita potenciar urbanísticamente el Sector, en este caso Sauces IX. Por otro lado, Mediante el uso de arquetipos de mercados históricos de Guayaquil se logró crear una estructura moderna con parámetros bioclimáticos que hacen de ella un lugar llamativo sin alterar su contexto urbano. Además, el rediseño y ampliación del interior de la edificación, permite crear un lugar salubre y acogedor para que los usuarios puedan realizar sus compras sin preocuparse por la falta de parqueos, malos olores, inseguridad y demás puntos que sufre el actual Mercado de Sauces IX. Las remodelaciones de establecimientos públicos son parte esencial del crecimiento de la ciudad, su historia y su cultura. El cambio siempre dará respuestas positivas.



RECOMENDACIONES

Este proyecto tiene como fin que demás mercados de la ciudad de Guayaquil sean analizados y repotenciados. Así mismo que este libro sirva de base para las futuras construcciones de mercados públicos. Por otro lado, deben ser analizadas las normativas que actualmente presenta la Red de Mercados de Guayaquil, para evitar futuras anomalías en los mercados y estos puedan cumplir en su totalidad con los parámetros de salubridad y buen vivir.

CAPÍTULO

09

**REFERENCIAS
BIBLIOGRÁFICAS**

BIBLIOGRAFIA

Altamirano, J. (08 de 04 de 2017). Plataforma Arquitectura. Obtenido de <https://www.archdaily.mx/mx/806810/el-mercado-publico-sustentable>

Altamirano, M. (2005). CLIMATE-DATA.ORG. Obtenido de <https://es.climate-data.org/america-del-sur/ecuador/provincia-del-guayas/guayaquil-2962/>

Alvarez, A. (2016). LA CONTAMINACIÓN AMBIENTAL Y LA SALUD EN EL MERCADO. Santa Elena.

Barranco Arévalo, O. (2015). La Arquitectura Bioclimática. Módulo Arquitectura CUC, 31-40.

Boeder, m. (02 de 05 de 2000). EcuadorExplorer.com. Obtenido de <http://www.ecuadorexplorer.com/es/html/la-ciudad-de-guayaquil.html>

Borja, J. (07 de 2009). Ciudadanía y espacio público. Obtenido de <http://urban.cccb.org/urbanLibrary/htmlDbDocs/A011-B.html>

Brooks, A. (26 de 09 de 2017). Bizfluent. Obtenido de <https://bizfluent.com/about-4728387-what-urban-development.html>

Carpio, M. (01 de 08 de 2003). EcosTravel. Obtenido de <https://www.ecostravel.com/ecuador/ciudades-destinos/palacio-cristal-guayaquil.php>

Carpio, M. (24 de 08 de 2014). La Fondark. Obtenido de <https://arkeopatias.wordpress.com/tag/mercado-de-san-miguel/>

Chaicoseay, M. (04 de 11 de 2018). Entrevista en Mercado de Sauces 9. (A. Balcazar, Entrevistador)

Chaudha, R. (2001). Sociology Discussion. Obtenido de <http://www.sociologydiscussion.com/urbanism/urbanism-as-a-way-of-life-concept-and-characteristics/2619>

Chero, G. (05 de 11 de 2018). Mercado de Sauces 9. (A. Balcazar, Entrevistador)

Chonillo, L. (2011). Un Siglo de Cambios. Duran, Ecuador: Poligrafica.

Crespi, M. (20 de 11 de 2014). Comunicatur. Obtenido de <http://www.comunicatur.info/es/los-mercados-de-abastos-y-las-ciudades-turisticas/>

Cruz, A. (25 de 05 de 2013). Andalucia Rustica. Obtenido de <https://andaluciarustica.com/malaga-mercado-de-atarazanas.htm>

Facso. (2017). uploads.knightlab. Obtenido de <https://uploads.knightlab.com/storymapjs/34b68545387f91e45edcfb9d0591f8bc/insalubridad-en-mercados-de-guayaquil/draft.html>

Faustos, M. (27 de 05 de 2018). El Comercio. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/mercado-central-guayaquil-cierre-remodelacion-comercio.html>

Fernandez, A. (2009). ARQUITECTURA DE MERCADOS. Obtenido de <https://revistahojasanta.com/sobremesa-1/2017/9/15/arquitectura-de-mercados>

Gálvez, H., & Regalado, J. (2007). Acta oceanográfica del Pacífico. INOCAR. Guayaquil: INOCAR. Obtenido de https://www.inocar.mil.ec/web/phocadownloadpap/actas_oceanograficas/acta14/OCE1401_25.pdf

Garcia Medina, C. (2010). Mercados públicos municipales: el caso del mercado Benito Juárez de Ciudad. Oxaca.

Gaviria, M. (30 de 01 de 2012). Mercasa. Obtenido de http://www.mercasa.es/noticias/post/el_mercado_municipal_cumple_la_funcion_de_encuentro_social

Gomez Iturralde, J. (2002). De Mercado Sur a Puerta de la Ciudad.

Gonzalo, J. (2015). Análisis de la Arquitectura - MERCADO DE SAN MIGUEL . 03: 06.

Guadia, M. (2012). Mercats i identitat alimentària. Obtenido de <http://lameva.barcelona.cat/bcnmetropolis/dossier/>

Guaman, M. (01 de 09 de 2016). Ecuavisa.com. Obtenido de <https://www.ecuavisa.com/articulo/guayaquil-mi-destino/189746-guayaquil-capital-comercial-del-ecuador>

Haro Moreano, C., & Orellana, A. (2004). Experiencia Guayaquil, Eficiencia institucional, Desarrollo Local y Movilidad. Guayaquil.

Hernandez Cordero, A. (2001). Los mercados públicos: espacios urbanos en disputa. Ciudad de Mexico.

Hernandez Moreno, S. (2008). El Diseño Sustentable como Herramienta para el Desarrollo de la Arquitectura y Edificación en México. Guanajuato.

Hernandez, A. (2017). Los mercados públicos: espacios urbanos en disputa. Ciudad de Mexico.

Hernandez, S. (2008). El Diseño Sustentable como Herramienta para el Desarrollo de la Arquitectura y Edificación en Mexico . Guanajuato.

Hoyos, M. (12 de 11 de 2018). Historia de los Mercados de Guayaquil. (A. Balcazar, Entrevistador)

Jaramillo, A. (28 de 04 de 2011). El Universo. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/2011/04/28/1/1550/asi-comenzo-sauces-guayaquil.html>

La Gioia, A. (23 de 09 de 2015). world-architects. Obtenido de <https://www.world-architects.com/en/architecture-news/headlines/the-architecture-of-barcelonas-markets>

Lima, A. (08 de 09 de 2018). Expreso. Obtenido de <https://www.expreso.ec/guayaquil/mercado-sauces-clientes-lapuntilla-comercio-YF2362991>

Llerena, E. (05 de 11 de 2018). Mercado de Sauces 9 y problemática. (A. Balcazar, Entrevistador)

Maldonado, A. (25 de 05 de 2011). ArkiPlus. Obtenido de <http://www.arkiplus.com/disenio-urbano>

Manrique, M. (05 de 07 de 2013). Plataforma Arquitectura. Obtenido de <https://www.plataformaarquitectura.cl/cl/02-274371/proyecto-de-remodelacion-del-mercado-municipal-de-atarazanas-aranguren-and-gallegos-arquitectos>

Marquez, G. (05 de 07 de 2013). Plataforma Arquitectura. Obtenido de <https://www.plataformaarquitectura.cl/cl/02-274371/proyecto-de-remodelacion-del-mercado-municipal-de-atarazanas-aranguren-and-gallegos-arquitectos>

Martinez, E. (2005). Urbanismo: concepto y definición. Clasificación de las ciudades, morfología y evolución. Mexico.

Martinez, G. (9 de 10 de 2014). Concepto Definicion.com. Obtenido de <http://conceptodefinicion.de/metodologia/>

Martinez, M. (15 de 09 de 2015). Secretos de Madrid. Obtenido de <http://www.secretosdemadrid.es/fotos-antiguas-el-mercado-de-san-miguel-en-1910/>

Mason, M. (2009). Environmental science.org. Obtenido de <https://www.environmentalscience.org/sustainability>

Menendez, G. (20 de 05 de 2001). Arqhys. Obtenido de <https://www.arqhys.com/arquitectura/urbanismo-historia.html>

Metecno. (10 de 2012). One Touch Construccion. Obtenido de <http://www.emb.cl/construccion/articulo.mvc?xid=1961&edi=92&xit=edificios-son-responsables-de-hasta-un-35-de-las-emisiones-de-co2-a-nivel-mundial>

Millos, J. (15 de 08 de 2017). Vacaciones España. Obtenido de <https://www.vacaciones-espana.es/Malaga-ciudad/articulos/atarazanas-mercado-central-de-malaga>

O'niel, D. (30 de 09 de 2005). Project for Public Spaces. Obtenido de <https://www.pps.org/article/tencharacteristics-2>

Ornes, X. (2009). Urbanismo. Obtenido de <https://formulaproyectosurbanospmipe.wordpress.com/>

Paz, M. (15 de 02 de 2003). Rutas Con Historia. Obtenido de <https://www.rutasconhistoria.es/loc/mercado-de-san-miguel>

Pinela de Vargas, J. (05 de 11 de 2018). Mercado Sauces 9. (A. Balcazar, Entrevistador)

Rodriguez, C. (2010). Costa del Sol - Malaga. Obtenido de <http://blog.visitacostadelsol.com/es/mercado-de-atarazanas-un-espacio-para-la-gastronomia-y-el-turismo>

Rodriguez, F. (15 de 01 de 2011). CIRCARQ. Obtenido de https://circarq.wordpress.com/2013/03/18/mercado-de-las-atarazanas_-aranguren-gallegos/

Ruiz, M. (20 de 12 de 2011). Eumend.net. Obtenido de http://www.eumend.net/tesis-doctorales/2012/mirm/enfoque_mixto.html

SanMartin, M. (10 de 2011). Universidad de Guaayquil - Facultad de Ciencias Economicas.

Serrentino, R. (2008). Arquitectura modular basada en la teoria de policubos. Tucuman, Argentina.

Smith, C. (2003). Sociology. Obtenido de <http://sociology.iresearchnet.com/urban-sociology/urban-space/>

Smith, J. (08 de 10 de 2017). EKOHUNTERS. Obtenido de <https://www.ekohunters.com/blog/bioclimatic-architecture.html>

Sosa Griffin, M. E., & Siem, G. (2004). Manual de Diseño para Edificaciones Energéticamente Eficientes en el Trópico. Caracas: Impressum C.A.

Sosa Griffin, M. E., & Siem, G. (2004). Manual de Diseño para Edificaciones Energéticamente Eficientes en el Trópico. Caracas.

Tonnelat, S. (2010). the sociology of urban spaces. Paris.

Torres, M. (2001). Reformas Madrid. Obtenido de <https://www.reformas-servicios.com/que-es-la-arquitectura-modular-y-cuales-son-sus-ventajas/>

Vazques, J. (24 de 07 de 2016). Obtenido de <https://es.slideshare.net/Ingjuancarlos01/enfoque-cuantitativo-cualitativo-y-mixto>

Verduga, M. (5 de 05 de 2005). Clave! Turismo. Obtenido de <https://claveturismo.com/es/palacio-de-cristal/>

Von Buchwald, J. (29 de 08 de 2018). El Universo. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/entretenimiento/2018/08/29/nota/6928724/mercado-sauces-ix-ruta-gastronomica-que-deleita-paladar>

Windfinder. (2018). Windfinder. Obtenido de https://es.windfinder.com/windstatistics/guayaquil_aeropuerto

Wong, V. (10 de 11 de 2018). Mercado de Sauces 9. (A. Balcazar, Entrevistador)

Zambrano, J. (12 de 07 de 2013). Arquínépolis. Obtenido de <http://arquinetpolis.com/regeneracion-urbana/>

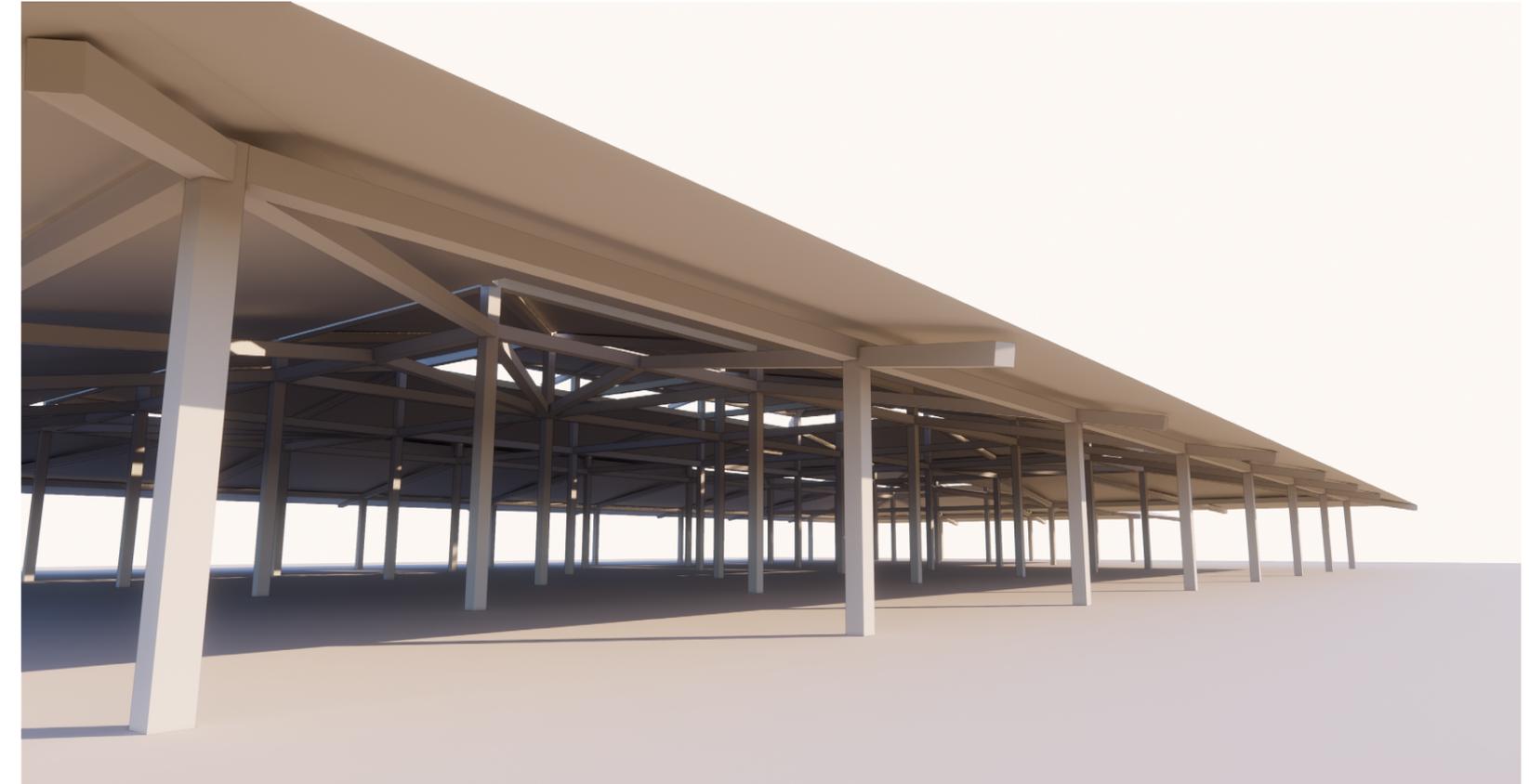
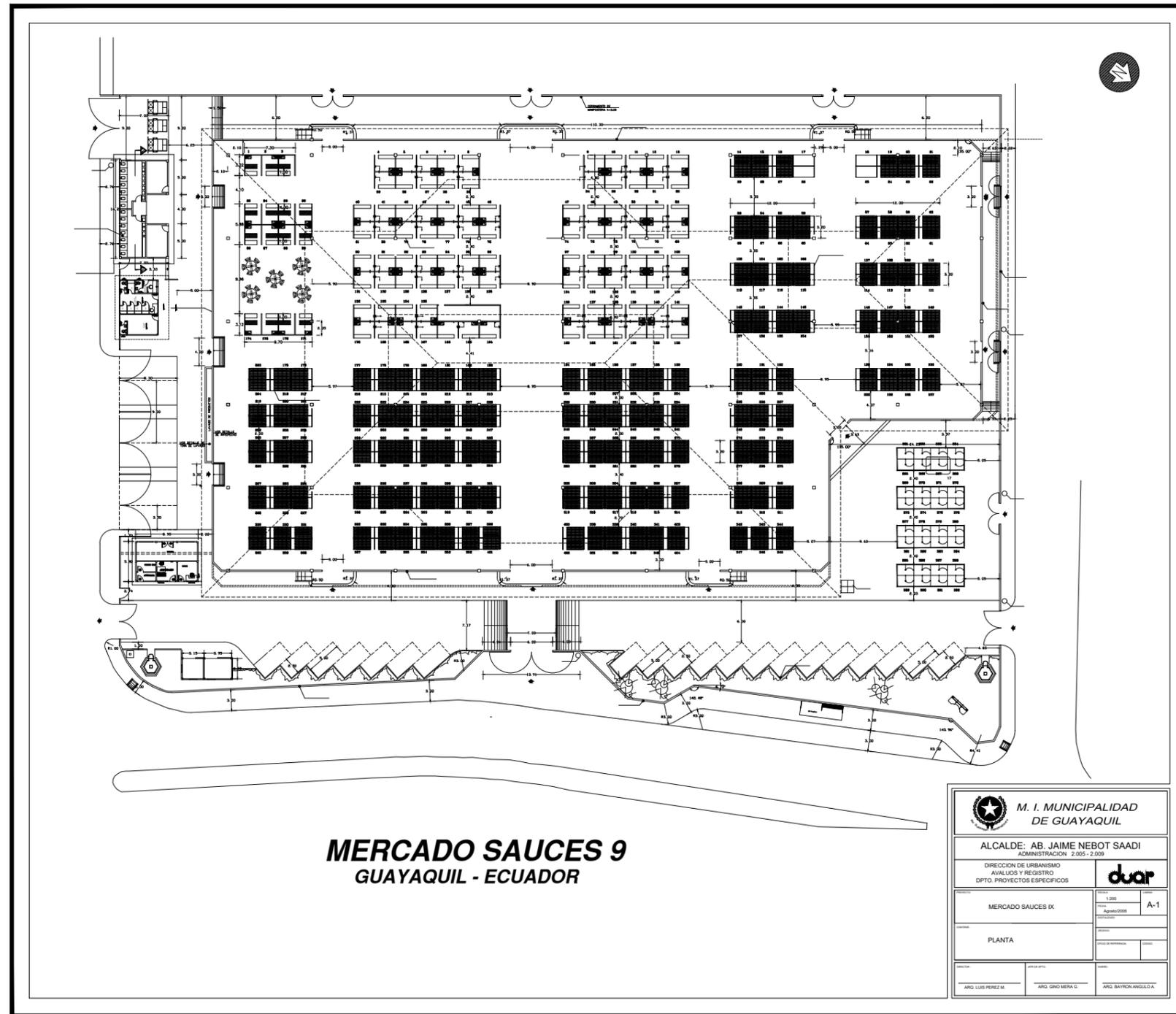
Zaretsky, A. (2017). Public Market Development. Obtenido de <https://publicmarketdevelopment.com/what-is-a-public-market-2/>

“La arquitectura es una expresión de valores”
-Norman Foster

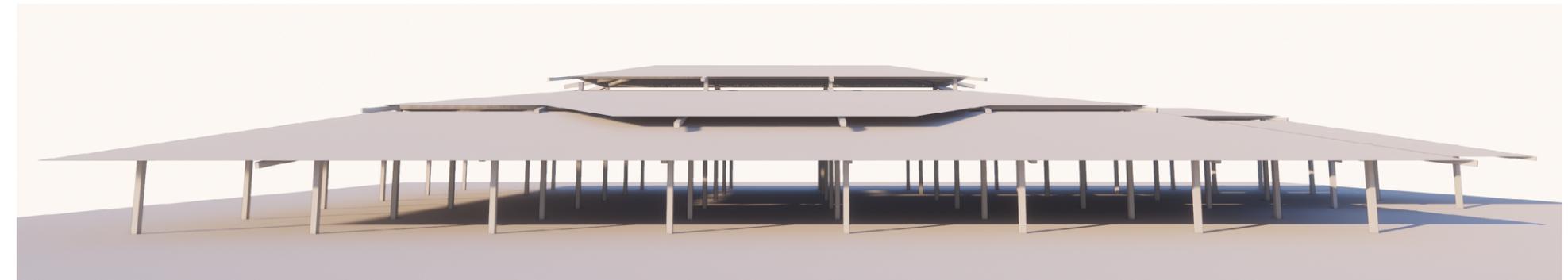
CAPÍTULO

10

ANEXOS



Modelado 3D de la estructura del actual Mercado Municipal de Saucés IX



ROOT - HITLER ALEXANDER PINOS MEDRANO
HITLER ALEXANDER PINOS MEDRANO
on Thu, Apr 18 2019, 12:49 PM
5% match
Submission ID: 245005812

Attachments (1)

ANDREA BALCAZAR - ESCRITO SIN GRAFICOS.docx 5%
Recuento de palabras: 19.585
ID del adjunto: 1730323565

ANDREA BALCAZAR - ESCRITO SIN GRAFICOS.docx

TITULO:

REDISEÑAR EL MERCADO PÚBLICO DE SAUCES IX A PARTIR DE LA
RECONCEPTUALIZACIÓN DE ARQUETIPOS DE MERCADOS HISTÓRICOS DE LA CIUDAD
DE GUAYAQUIL.

RESUMEN

La siguiente **"REFORMA A LA ORDENANZA QUE ACTUALIZA LOS VALORES POR LA OCUPACIÓN DE LOS PUESTOS EN LOS MERCADOS MUNICIPALES; ORDENAMIENTOS MUNICIPALES; E INGRESO DE VEHÍCULOS A LA TERMINAL DE TRANSFERENCIA DE VÍVERES"**.

ARTÍCULO 1.- Sustitúyase el Artículo 6, por el siguiente texto:

"ARTÍCULO 6.- *Los valores por el ingreso y permanencia de los vehículos pesados y livianos a las instalaciones de la Terminal de Transferencia de Víveres, serán los siguientes:*

VEHÍCULO PESADO: *US\$2.00 por la primera hora
US\$2.00 por cada hora o fracción adicional*

VEHÍCULO LIVIANO: *US\$0.50 por la primera hora
US\$0.50 por cada hora o fracción adicional.*

En caso de pérdida del ticket que recibe en la puerta de ingreso de la Terminal, con el cual se establece hora y fecha de ingreso del usuario y por consiguiente el valor a pagar por su permanencia, deberá el propietario del vehículo o la persona responsable que al momento se encuentre conduciéndolo, pagar la suma de veinte dólares (US\$20.00) de los Estados Unidos de América para poder abandonar dichas instalaciones.

26/11/92

EL M. I. CONCEJO CANTONAL DE GUAYAQUIL

En ejercicio de la facultad que le confiere el Art. 124 de la Constitución Política de la República, con sujeción a los Art. 163, letra i) y n), 164 letra d), 167 letra d), e), g), h) e i) de la Ley de Régimen Municipal,

Resuelve:

Expedir la siguiente **ORDENANZA DE MERCADOS MUNICIPALES Y DE LAS ZONAS DE ESPACIO PÚBLICO DESTINADOS PARA EL FUNCIONAMIENTO DE MERCADOS INFORMALES Y FERIAS LIBRES.**

Art. 1.- **AMBITO JURIDICO.-** Esta Ordenanza regula las actividades comerciales que se realizan en los mercados municipales y en las zonas de espacio público que mediante Resoluciones del Concejo Cantonal se declaren de manera provisional permitidas para el funcionamiento de mercados informales y ferias libres.

CAPITULO I).- DE LOS MERCADOS MUNICIPALES.-

Art. 2.- **TIPOS Y ENUMERACION.-** Los mercados municipales actualmente son:

TIPO A:

- 1.- Mercado Central: Lorenzo de Garaycoa, 6 de Marzo, Clemente Ballén, 10 de Agosto.
- 2.- Mercado Carlos Guevara Moreno (CARAGUAY): Callejón Camal y la E.
- 3.- Mercado Artesanal: Loja; Juan Montalvo y Baquerizo Moreno.
- 4.- Mercado Mascote: Pío Montúfar, Av. del Ejército; Alcedo y Pedro Pablo Gómez.
- 5.- Mercado Machala (6 de Diciembre): Machala, Antepara, Ayacucho y Pedro Pablo Gómez.
- 6.- Mercado Sur: Febres Cordero, Manabí, Río Guayas, y Sargento Vargas.

TIPO B:

- 1.- Mercado Asisclo Garay: Brasil; Cuenca entre la sexta y la séptima.
- 2.- Mercado Oeste: Lizardo García, Babahoyo, 10 de Agosto y Sucre.
- 3.- Mercado Este: Gómez Rendón; Chimborazo; Maldonado y Coronel.
- 4.- Mercado Jockey: José de Antepara, Bolivia; Machala y Vacas Galindo.
- 5.- Mercado Guasmo Norte (1 de Septiembre) (Financiado por el BEDE): Cooperativa 25 de Enero en Av. Chiriboga y calle s/n.
- 6.- Mercado Norte: Baquerizo Moreno, Padre Aguirre y Tomás Martínez; calle Banife.
- 7.- Mercado Gran Colombia: Abel Castillo, Babahoyo, García Goyena y Camilo Destruge.
- 8.- Mercado Mapasingue Oeste (Financiado por el BEDE): Estación de la 48 y calle s/n.

9.- Mercado Urbanización COVIEM (Huancavilca) (Financiado por el BEDE): Cooperativa de Vivienda Empleados Municipales.

TIPO C:

- 1.- Mercado calle M y la 44ava.
- 2.- Mercado Grau Ruiz: calle Ch y la 36ava.
- 3.- Mercado Santa Teresita: 30ava.; Maracaibo; 31ava.; El Oro.
- 4.- Mercado Gómez Rendón: 28ava, entre Maldonado y Gómez Rendón.
- 5.- Mercado Martha de Roldós: Urbanización Martha de Roldós; Juan Tan Camarengo y Av. Principal.
- 6.- Mercado Colina de Mapasingue 3 (Plan Pan).
- 7.- Mercado San Francisco de Asís (Financiado por el BEDE): Mapasingue Este.
- 8.- Mercado Prosperina: Entre Prosperina y Plan Pan.
- 9.- Mercadillo Plan Piloto (Plan Pan): Pre-Cooperativa de vivienda Batallón del Suburbio Callejón N.
- 10.- Mercadillo Plan Piloto Asociación Comerciantes 30 de Octubre: Cooperativa Luchadores del Suburbio en la 26ava. y Calle N.
- 11.- Mercadillo Pre-Cooperativa 10 de Agosto: (Plan Pan).
- 12.- Mercadillo Pre-Cooperativa Guayas y Quil (Plan Pan).
- 13.- Mercadillo Pre-Cooperativa Unión de Bananeros N° 3.
- 14.- Mercadillo Pre-Cooperativa 7 de Septiembre.
- 15.- Mercadillo Urbanización Floresta 1: Vía a la Floresta; Av. Principal y Centro Comunal (BEV).
- 16.- Mercadillo Mapasingue: Oeste (Plan Pan): Estación de la línea 1.
- 17.- Mercadillo sector Las Malvinas (Plan Pan).
- 18.- Mercadillo sector Guasmo Oeste Fertiza (Plan Pan).
- 19.- Mercadillo San Gregorio Pre-Cooperativa Reina del Quinche (Plan Pan).
- 20.- Mercado Narcisa de Jesús: Guasmo Sur Av. Abdón Calderón.
- 21.- Mercado Saucos 3: Av. de las ferias y bloque del Ejército.

Art. 3.- **MERCADOS QUE SE INCORPORAN AL CONTROL MUNICIPAL.-** Se incorporan al control municipal, todos los mercados que se sigan construyendo o adecuando en la ciudad, pudiendo cualquiera de los mencionados cambiar de clasificación, mediante resolución del Concejo.

Art. 4.- **AREAS DE LOS MERCADOS MUNICIPALES, OBJETO DE LA PRESENTE ORDENANZA.-** El área de los mercados municipales, se extiende únicamente a la parte interior de las construcciones destinadas para los mismos.

Los espacios exteriores ubicados alrededor de cualquiera de los mercados mencionados, no serán considerados como parte integral de los mercados, y se regirán por las normas contempladas en el capítulo II de la presente Ordenanza.

Art. 5.- **DESTINO DE LOS PUESTOS INTERIORES.-** Los puestos interiores, estarán destinados única y exclusivamente para el expendio de víveres, excluyendo el Mercado Artesanal cuyo destino es exclusivo para productos artesanales.

SEXO: EDAD:

1.- ¿Cuán importante considera usted el mercado de Sauces 9 para la zona?

- Poco Importante
- Medio Importante
- Muy importante

2.- ¿Con cuanta frecuencia visita usted el Mercado de Sauces 9?

- 1 vez al mes
- 1 vez a la semana
- Todos los días
- Los fines de semana

3.- ¿Considera usted necesario que el Mercado de Sauces 9 presente mejoras y mantenimiento?

- No
- Tal vez
- Si

4.- ¿Considera usted que existe un problema con los parqueos del Mercado de Sauces 9?

- No
- Tal vez
- Si

5.- Si su respuesta fue si, ¿Considera usted necesario realizar un mejoramiento y ampliación del parqueo?

- No
- Tal vez
- Si

6.-¿Le gustaría que el Mercado de Sauces 9 sea reconocida como un punto gastronómico (de buen servicio y comida) en la ciudad?

- No
- Tal vez
- Si

7.- La mayoría de alimentos como carnes y mariscos se encuentran expuestos a moscas e insectos que producen enfermedades, ¿Cree pertinente que se tomen medidas para evitar esto?

- No
- Tal vez
- Si

SEXO: EDAD:

1.- ¿Cuán importante considera usted el mercado de Sauces 9 para la zona?

- Poco Importante
- Medio Importante
- Muy importante

2.- ¿Cuánto tiempo lleva vendiendo el Mercado de Sauces 9?

- 1 año
- 5 años
- 10 años

3.- ¿Considera usted necesario que el Mercado de Sauces 9 presente mejoras y mantenimiento?

- No
- Tal vez
- Si

4.- ¿Considera usted que existe un problema con los parqueos del Mercado de Sauces 9?

- No
- Tal vez
- Si

5.- Si su respuesta fue si, ¿Considera usted necesario realizar un mejoramiento y ampliación del parqueo?

- No
- Tal vez
- Si

6.- ¿Le gustaría que el Mercado de Sauces 9 sea reconocida como un punto gastronómico (de buen servicio y comida) en la ciudad?

- No
- Tal vez
- Si

7.- La mayoría de alimentos como carnes y mariscos se encuentran expuestos a moscas e insectos que producen enfermedades, ¿Cree pertinente que se tomen medidas para evitar esto?

- No
- Tal vez
- Si

8.- ¿Le gustaría que los puestos para colocar sus productos sean mejorados estética y funcionalmente?

- No
- Tal vez
- Si