



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE INGENIERÍA
CARRERA DE ARQUITECTURA

**Propuesta de Intervención Arquitectónica del Mercado de Productores de San
Pedro de Riobamba, Ecuador**

Trabajo de Titulación para optar al título de Arquitecto

Autor:

Parra Rodríguez, Kerly Daniela

Tutor:

MgSc. Ximena Alexandra Molina Miranda

Riobamba, Ecuador. 2026

DECLARATORIA DE AUTORÍA

Yo, **Kerly Daniela Parra Rodríguez**, con cédula de ciudadanía **0604903039**, autor del trabajo de investigación titulado: **“PROPUESTA DE INTERVENCIÓN ARQUITECTÓNICA DEL MERCADO DE PRODUCTORES DE SAN PEDRO DE RIOBAMBA, ECUADOR”**, certifico que la producción, ideas, opiniones, criterios, contenidos y conclusiones expuestas son de mi exclusiva responsabilidad.

Asimismo, cedo a la Universidad Nacional de Chimborazo, en forma no exclusiva, los derechos para su uso, comunicación pública, distribución, divulgación y/o reproducción total o parcial, por medio físico o digital; en esta cesión se entiende que el cesionario no podrá obtener beneficios económicos. La posible reclamación de terceros respecto de los derechos de autor de la obra referida será de mi entera responsabilidad; liberando a la Universidad Nacional de Chimborazo de posibles obligaciones.

En Riobamba, 07 de julio de 2026



Kerly Daniela Parra Rodríguez

CC. 0604903039

DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR

Quien suscribe, Mgs. Arq. Ximena Alexandra Molina Miranda, catedrático adscrito a la Facultad de Ingeniería, por medio del presente documento certifico haber asesorado y revisado el desarrollo del trabajo de investigación **“PROPUESTA DE INTERVENCIÓN ARQUITECTÓNICA DEL MERCADO DE PRODUCTORES DE SAN PEDRO DE RIOBAMBA, ECUADOR”**, bajo la autoría de Kerly Daniela Parra Rodríguez; por lo que se autoriza ejecutar los trámites legales para su sustentación.

Es todo cuanto informo en honor a la verdad; en Riobamba a los 22 días del mes de mayo del año 2026.



Mgs. Arq. Ximena Alexandra Molina Miranda.
TUTOR

CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

Quienes suscribimos, catedráticos designados Miembros del Tribunal de Grado para la evaluación del trabajo de investigación **“PROPUESTA DE INTERVENCIÓN ARQUITECTÓNICA DEL MERCADO DE PRODUCTORES DE SAN PEDRO DE RIOBAMBA, ECUADOR”**, presentado por **Kerly Daniela Parra Rodríguez**, con cédula de identidad número **0604903039**, bajo la tutoría de **Arq. Ximena Alexandra Molina Miranda, MgSc**; certificamos que recomendamos la **APROBACIÓN** de este con fines de titulación. Previamente se ha evaluado el trabajo de investigación y escuchada la sustentación por parte de su autor; no teniendo más nada que observar.

De conformidad a la normativa aplicable firmamos, en Riobamba al 01 día del mes de julio del año 2026.

Arq. Fredy Marcelo Ruiz, Mgs.

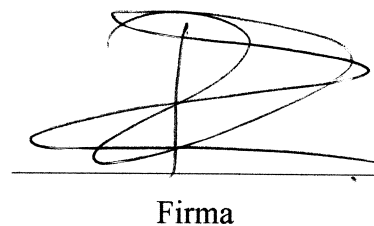
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL DE GRADO



Firma

Arq. Diego Patricio Zarate, Mgs.

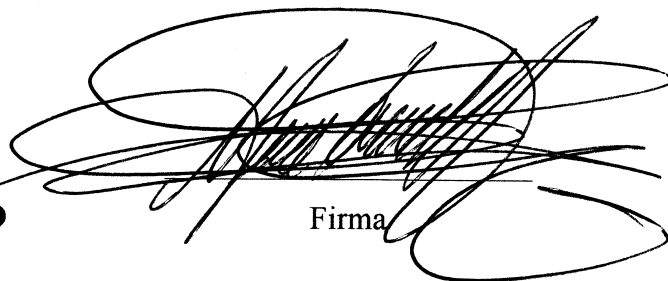
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO



Firma

Arq. José Remigio Gavidia, Mgs.

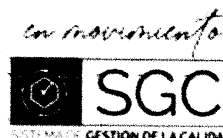
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO



Firma



Dirección
Académica
VICERRECTORADO ACADEMICO



UNACH-RGF-01-04-08.17
VERSIÓN 01: 06-09-2021

CERTIFICACIÓN

Que, **KERLY DANIELA PARRA RODRÍGUEZ**, con CC: **0604903039**, estudiante de la Carrera de **ARQUITECTURA**, Facultad de **INGENIERÍA**; ha trabajado bajo mi tutoría el trabajo de investigación titulado **"PROPUESTA DE INTERVENCIÓN ARQUITECTÓNICA DEL MERCADO DE PRODUCTORES DE SAN PEDRO DE RIOBAMBA, ECUADOR"**, cumple con el **7%**, de acuerdo con el reporte del sistema Anti-plagio **COMPILATIO Magister +**, porcentaje aceptado de acuerdo a la reglamentación institucional, por consiguiente, autorizo continuar con el proceso.

Riobamba, 22 de junio de 2026



Mgs. Arq. Ximena Alexandra Molina Miranda
TUTORA TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

DEDICATORIA

Dedico el presente trabajo a mi familia, por ser el pilar fundamental en mi vida y brindarme su apoyo constante a lo largo de mi formación académica.

A todas aquellas personas que formaron parte de mi proceso estudiantil y que, de una u otra manera, contribuyeron con su ayuda, conocimientos y colaboración en el desarrollo de cada proyecto, trabajo y maqueta realizada.

De manera especial, dedico este logro a mi abuelita, quien, aunque no pudo estar presente físicamente para acompañarme en este momento, permanece siempre en mi corazón. Sé que desde el cielo me guía y me cuida como un ángel en cada paso que doy.

AGRADECIMIENTO

A Dios, por concederme la fortaleza, la paciencia y la perseverancia necesarias para culminar esta etapa de mi formación profesional y permitirme avanzar en el cumplimiento de mis objetivos.

A mis padres y a mi familia, por su apoyo incondicional, comprensión y acompañamiento constante a lo largo de este proceso académico.

A la Universidad, por brindarme una formación académica de calidad y contribuir de manera significativa a mi desarrollo personal y profesional.

A mis docentes, por su dedicación, compromiso y por compartir sus conocimientos y experiencia, los cuales han sido fundamentales en mi proceso de aprendizaje.

Finalmente, expreso un especial reconocimiento a mis tutores, Arq. Ximena Molina y Arq. Alejandro Becerra, por su orientación, apoyo y valiosa asesoría durante el desarrollo del presente trabajo de titulación.

ÍNDICE GENERAL

DECLARATORIA DE AUTORÍA	
DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR	
CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL	
CERTIFICADO ANTIPLAGIO	
DEDICATORIA	
AGRADECIMIENTO	
RESUMEN	
ABSTRACT	
CAPÍTULO I. INTRODUCCION	13
1.1 Introducción.....	13
1.2 Antecedentes.....	13
1.3 Problemática	14
1.4 Justificación.....	16
1.5 Objetivos.....	17
1.5.1 Objetivo General.....	17
1.5.2 Objetivos Específicos	17
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO	18
2.1 PLANIFICACIÓN URBANA.....	18
2.1.1 El mercado como parte de la planificación urbana.....	18
2.2 INICIO Y DESARROLLO DE LOS MERCADOS	20
2.2.1 Mercado.....	21
2.2.2 Economía e impacto económico de los mercados en la ciudad.....	22
2.3 MERCADO MAYORISTA	23
2.3.1 Tipos de Mercados Mayoristas.....	24
2.3.2 Mercados Mayoristas en el Ecuador.....	24
2.4 PRODUCCIÓN Y TERRITORIO.....	25
2.5 NORMATIVAS DE LOS MERCADOS MAYORISTAS EN ECUADOR.....	26
2.6 GESTIÓN DE LOS MERCADOS	28
CAPÍTULO III. METODOLOGIA	30
CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	32
4.1 Análisis de Referentes	32
4.1.1 Referente Mundial	32

4.1.2	Referente latinoamericano	33
4.1.3	Referente latinoamericano	34
4.1.4	Conclusiones.....	35
4.2	Diagnóstico.....	35
4.2.1	Análisis macro	35
4.2.2	Análisis meso.....	37
4.2.3	Plan masa – lineamientos	42
4.2.4	Análisis micro.....	42
	CAPÍTULO V. PROPUESTA	47
5.1	Criterios urbanos.....	47
5.2	Criterios arquitectónicos.....	47
5.3	Propuesta	48
	CAPÍTULO VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	53
6.1	Conclusiones.....	53
6.2	Recomendaciones	54
7.	BIBLIOGRAFÍA	55
8.	ANEXOS	57

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Ubicación Mercamadrid.....	32
Figura 2. Ubicación Central de Abastos.....	33
Figura 3. Ubicación Mercado central de Buenos Aires.....	34
Figura 4. Centralidades.....	36
Figura 5. Abastecimiento.....	37
Figura 6. Localización.....	38
Figura 7. Análisis Formal.....	39
Figura 8. Análisis funcional.....	40
Figura 9. Análisis de riesgos.....	41
Figura 10. Lineamientos – Plan masa.....	42
Figura 11. Crecimiento de la EP EMMPA.....	43
Figura 12. Zonificación actual del Mercado Mayorista.....	44
Figura 13. Problemas.....	45
Figura 14. Fotografías.....	45
Figura 15. Modificaciones.....	45
Figura 16. Plan Masa.....	46
Figura 17. Criterios urbanos.....	47
Figura 18. Zonificación propuesta.....	48
Figura 19. Planos propuesta.....	49
Figura 20. Isometría.....	49
Figura 21. Cortes generales.....	49
Figura 22. Bloque 1.....	50
Figura 23. Bloque 2.....	50
Figura 24. Bloque 3.....	50
Figura 25. Bloque 4.....	51
Figura 26. Puestos.....	51
Figura 27. Bloque 5 y 6.....	51
Figura 28. Bloque 7.....	52

RESUMEN

La evolución de la producción agrícola y ganadera en la antigüedad generó excedentes, lo que impulsó el trueque, permitiendo la especialización del trabajo y el desarrollo de nuevas actividades económicas. Este proceso derivó en la consolidación de espacios de intercambio, que evolucionaron hacia mercados minoristas y mayoristas. En la actualidad, estos espacios cumplen funciones económicas, sociales y territoriales, siendo claves para la planificación urbana y la arquitectura. En este contexto, el mercado de productores San Pedro de Riobamba constituye un nodo relevante; no obstante, el aumento de la demanda alimentaria y la insuficiente planificación han generado problemas de infraestructura, organización y funcionamiento. La investigación, de enfoque descriptivo y exploratorio, se desarrolla en cuatro fases: revisión teórica, análisis de referentes, diagnóstico y propuesta arquitectónica. El diagnóstico evidencia limitaciones como falta de espacios, estacionamientos insuficientes y congestión vehicular, afectando la eficiencia del abastecimiento y la experiencia de usuarios y comerciantes. La propuesta plantea optimizar la organización espacial, mejorar la operatividad y responder a demandas actuales, fortaleciendo el sistema económico local y el desarrollo urbano de Riobamba mediante criterios funcionales, sostenibles y de movilidad logística, integrando rutas de carga eficientes y áreas de servicio adecuadas.

Palabras claves: Mercados mayoristas, Propuesta arquitectónica, Planeación urbana.

ABSTRACT

The evolution of agricultural and livestock production in ancient times generated surpluses, which promoted barter and allowed the specialization of labor and the development of new economic activities. This process led to the consolidation of exchange spaces, which later evolved into retail and wholesale markets. Nowadays, these spaces fulfill economic, social, and territorial functions and have become important elements in urban planning and architecture. In this context, the San Pedro de Riobamba Producers Market represents an important commercial node. However, the increase in food demand and inadequate planning have caused problems related to infrastructure, organization, and operation. This research follows a descriptive and exploratory approach and is developed in four phases: theoretical review, analysis of case studies, diagnosis, and architectural proposal. The diagnosis identified limitations such as lack of space, insufficient parking areas, and traffic congestion, affecting supply efficiency and the experience of users and merchants. The proposal seeks to improve spatial organization, optimize operation, and respond to current needs, strengthening the local economic system and the urban development of Riobamba through functional, sustainable, and logistics mobility criteria, including efficient loading routes and adequate service areas.

KEYWORDS: Wholesale markets, Architectural proposal, Urban planning



Reviewed by:
MsC. Edison Damian Escudero
ENGLISH PROFESSOR
C.C.0601890593

CAPÍTULO I. INTRODUCCION

El desarrollo económico y la soberanía alimentaria de una ciudad, provincia o región dependen en gran medida de la eficiencia de sus centros de acopio y distribución masiva. En el cantón Riobamba, la comercialización de productos agrícolas al por mayor ha sido históricamente un eje dinamizador del comercio y un espacio de cohesión social. Sin embargo, el crecimiento acelerado de la demanda de alimentos en las diferentes ciudades del país y el incremento de la producción primaria local han sometido a estas infraestructuras comerciales en presiones operativas sin precedentes, transformando estos espacios de comercialización en complejos desafíos de planificación urbana y gestión pública.

En la década de los años ochenta, Riobamba carecía de un espacio técnico para la comercialización de productos agrícolas, recurriendo inicialmente a la Plaza Román y, posteriormente a inicios de los noventa, a la Plaza La Condamine. Este último emplazamiento evidenció tempranamente agudos problemas de saturación, crisis de movilidad vehicular y deficiencias en los sistemas de salubridad e higiene ambiental. Ante esta realidad, los esfuerzos institucionales orientados entre los años 2001 y 2005 por parte de la autoridad correspondiente, permitieron el diseño normativo y el inicio de la edificación de una estructura especializada, consolidándose formalmente en el año 2010 con la puesta en marcha de la Empresa Pública Municipal Mercado de Productores Agrícolas “San Pedro de Riobamba” (EP-EMMPA).

En la actualidad, a pesar de contar con un marco jurídico de derecho público dotado de autonomía administrativa, financiera y de gestión sustentado en la Ordenanza N° 011-2002, la EP-EMMPA enfrenta limitaciones estructurales. Como falta de espacio físico, mejor distribución de líneas de buses, una mejor planeación urbana, pero la desatención institucional frente a las nuevas dinámicas del mercado ha impedido resolver problemas emergentes derivados de la masificación comercial, poniendo en riesgo el verdadero rol del mercado mayorista como núcleo generador de economía, desarrollo y crecimiento dentro de la ciudad.

Ante este contexto, la investigación actual propone un análisis y diagnóstico situacional profundo de la EP-EMMPA. El estudio responde a la necesidad urgente de identificar las fortalezas o capacidades, oportunidades, debilidades o limitaciones y amenazas o situaciones adversas del estado de la situación de la EP-EMMPA; proporcionar bases técnicas que fundamenten el diseño de alternativas de solución que propicien la optimización de la organización interna, aumenten la productividad cantonal, provincial y generen un espacio técnico, higiénico y sostenible para la comercialización de los productos agrícolas.

1.2 Antecedentes

El mercado ha llegado a convertirse en un espacio clave de articulación social y económica entre el área rural y el área urbana. Su relevancia es evidente, ya que constituye un reflejo de la organización de la sociedad y sostiene gran parte de la economía de pueblos y nacionalidades dedicados a la producción.

Según (Hollenstein Müller, 2021), el mercado agroalimentario puede entenderse como el sistema de transacciones que se establece entre productores, comerciantes y consumidores

de alimentos frescos o sin procesar, desempeñando un papel esencial en la cadena de abastecimiento.

La evolución de los mercados agrícolas en América Latina ha sido notable a lo largo de las décadas. La década de 1970 estuvo caracterizada por relaciones asimétricas entre los hacendados y el trabajo campesino, cuyo rendimiento, a su vez, era limitado. Con la llegada de los nuevos milenios, surgieron nuevas formas del mercado que sostenían estas relaciones asimétricas, pero brindando a los pequeños productores más libertades a la hora de gestionar sus ingresos. Estas nuevas relaciones llevaron a un aumento significativo de la productividad y del crecimiento de estos mercados.

A medida que la población se expandió, los mercados comenzaron a diversificar su oferta y dejaron de ser exclusivamente espacios de intercambio agrícola, integrando la comercialización de diferentes productos. En épocas pasadas, además, representaban puntos de encuentro fundamentales, localizados habitualmente en plazas centrales junto a las iglesias, lo que facilitaba la afluencia de personas pero también originó con el tiempo problemas de circulación y operatividad.

Con la llegada de la ciudad se volvió necesario establecer normas que regularan su funcionamiento; pero la expansión de las ciudades y la exigencia de nuevos productos superaron la capacidad de los mercados tradicionales, lo que dio lugar a la construcción de infraestructuras de dimensiones mayores a la distribución duradera a escala mayorista, tanto a nivel local como provincial o internacional.

1.3 Problemática

Cabe destacar, en primer lugar, que los mercados mayoristas constituyen un recurso fundamental de la economía, tanto la global como la local, ya que, además de facilitar la distribución de productos agrícolas, son capaces de influir en los precios mediante la determinada orquestación de la oferta y la demanda. Su planificado funcionamiento afecta directamente a la seguridad alimentaria, a la logística urbana, al empleo y a la eficiencia comercial. En el ámbito internacional, los mercados mayoristas son los vehículos de una parte considerable del comercio de los productos frescos, lo que pone de manifiesto su impacto estructural en las economías y la organización de las ciudades.

Los mercados mayoristas son uno de los elementos más importantes del intercambio de productos frescos a nivel global. En Europa llegan a suponer hasta un 40-60% del comercio de frutas y verduras; en Latinoamérica, ejemplos como la Central de Abasto de Ciudad de México y el Mercado Central de Buenos Aires se encuentran entre los que tienen mayores cifras de funcionamiento. La Central de Abasto de Ciudad de México establece un intercambio de alrededor del 80% de los productos frescos que son consumidos en la capital, lo que da muestra del importante papel que ocupa en la economía local. Este tipo de mercados mayoristas inciden en la configuración de los precios de los productos agrícolas, por lo que mejorar su funcionamiento puede revertir en unos menores precios finales para los consumidores, lo que haría que productores y consumidores se beneficien.

En trabajo de campo se constata que, en cualquier mercado mayorista de España, la función de este tipo de equipamiento es la de la garantía de abastecimiento, pero también la de las economías locales o regionales. Uno de los problemas que acompaña a muchos de estos equipamientos son infraestructuras obsoletas y con falta de planificación, además de una

escasa integración con lo urbano, que los hace menos eficientes como forma de optimización del modelo de negocio y reduciendo su potencial de crecimiento. Esto pone de manifiesto las necesidades de procesos de modernización de los mercados mayoristas para optimizar su funcionamiento y poder asegurar un buen funcionamiento dentro de la cadena de suministros.

En el marco local, la Empresa Pública Municipal Mercado de Productores de Riobamba (EP-EMMPA) se establece, por esas razones, como un punto neuro económico altamente relevante para la comercialización de los productos agrícolas y pecuarios, aventajando el marco provincial. Comparativamente, la EP-EMMPA abastece no menos de veintinueve ciudades del país (siendo la región insular una de ellas). Además, el mercado alberga a 952 arrendatarios distribuidos en diversas secciones, lo que refleja su importancia económica y social dentro del territorio.

Según estudios y análisis realizados en la empresa, pese a su relevancia, la EP-EMMPA enfrenta una serie de problemáticas críticas que limitan su funcionamiento y desarrollo. En primer lugar, la infraestructura existente resulta insuficiente frente al crecimiento sostenido de productores y comerciantes, considerando que el mercado dispone de aproximadamente 9 hectáreas que ya no responden a la demanda actual. Esta limitación espacial limita la capacidad de operación, desorganiza las actividades comerciales y conlleva pérdidas económicas.

En segundo lugar, el mercado soporta una gran carga del tráfico rodado, con una entrada de anualmente aproximadamente 500.000 vehículos de distintos tipos y ejes; dicho tráfico rodado, que se suma a la ubicación del mercado en avenidas perimetrales muy concurridas, produce congestión y disminuye la accesibilidad tanto de los productores como de los consumidores; y también, la falta de estacionamientos (en particular para los vehículos de carga) empeora esta problemática, lo que ocasiona una baja eficacia logística del mercado. A nivel urbano, la posición y el funcionamiento del mercado revelan carencias en los planes de ordenación territorial, lo que afecta la movilidad, el transporte público y la seguridad. La alta concentración de personas y vehículos genera conflictos de uso del suelo, provoca un aumento de las percepciones de inseguridad y limita la correcta integración del mercado con el tejido urbano circundante.

La falta de equipamientos complementarios y la escasez de espacios disponibles para extender la actividad comercial afean la competitividad del mercado, lo que se ve acentuado por el desconocimiento de su importancia en la ciudad, que ha hecho que se ejecuten proyectos desprovistos de un análisis de impacto integral que favorezca el ciclo de exclusión en las fases de planificación de la ciudad.

Por lo tanto, el mercado es, al mismo tiempo, un espacio de eficiencia pues el mercado es un espacio que se encuentra limitado para ser el motor de un desarrollo económico y social para Riobamba, pero también el hecho de no hacer una intervención integral perjudica su sostenibilidad, su capacidad de abastecimiento y su contribución a la seguridad alimentaria. Frente a este escenario, surge la necesidad de plantear soluciones que permitan mejorar la eficiencia del mercado, fortalecer su integración urbana y evaluar el impacto de su modernización en la economía local, orientando así su desarrollo hacia un modelo más sostenible, funcional y competitivo.

1.4 Justificación

La provincia de Chimborazo, y en particular el cantón Riobamba, es reconocida por su carácter agrícola, con la EP-EMMPA como el principal proveedor de productos agrícolas para mercados de transferencia como Guayaquil, Cuenca, Quito y Loja. Al estar situado en el sureste de Riobamba, la EP-EMMPA permite el acceso a aquellos productores agrícolas de las parroquias y cantones cercanos, recortando la distancia entre los puntos de producción y sus puntos de comercialización. Su localización permite otorgar un grado de relevancia al sector como centro de intercambio comercial, un centro productivo, lo que potencia de un modo significativo el proceso de desarrollo económico local o regional.

La EP-EMMPA no sólo permite a los productores de la zona tener una fuente de ingresos, sino que se constituye en un elemento motor de la economía local y regional. Sin embargo, la EP-EMMPA padece de retos importantes vinculados a su infraestructura o gestión. Problemas que han limitado su modernización o su renovación, requisitos que permite crecer. La ausencia de un estudio adecuado o el desinterés de las organizaciones facultadas para hacerlo ha dilatado el tiempo para llevar a cabo modificaciones que permitan un mayor valor añadido al mercado, a la vez que aumentan sus niveles de competencia e incrementan su eficacia operativa.

Desde la óptica urbana, el mercado mayorista de "San Pedro de Riobamba" constituye un elemento básico de la composición del tejido urbano de la ciudad. A la par la localización y funcionalidad del mercado tienden a contribuir a la vitalidad del área de la correspondiente ciudad, dado que se atrae a una media diaria de miles de usuarios. Sin embargo, los diversos problemas de origen infraestructural y de tipo organizacional limitan la eficacia del mercado y, como resultado, la calidad de vida de los habitantes de la anterior zona. Realizar un diagnóstico analítico que detecte las zonas que pueden o deben ser objeto de intervención es absolutamente necesario para llevar a cabo la conformación de estrategias que permitan aumentar la economía en dicha área y la competitividad del mercado.

La EP-EMMPA presenta una importancia vital para tener acceso a productos frescos, que se vean accesibles para la población de Riobamba para disminuir la inseguridad alimentaria y mejorar la calidad de vida de la población.

Además, un mercado mayorista hace de lugar de encuentro entre el productor, el comerciante y el consumidor, fortaleciendo el tejido de la comunidad y la cohesión social. La distribución eficiente de productos también ayuda a disminuir pérdidas alimentarias cuando, en el caso de ser no vendidas al por menor, se persiguen otros sectores.

El mercado mayorista de Riobamba también ha sido fuente de trabajo directo e indirecto durante el año, generando oportunidades de empleo para miles de personas en múltiples ámbitos (agricultura, logística, etc.) y contribuyendo a disminuir el desempleo de la región y mejorar el ingreso de las familias. Por otro lado, la EP-EMMPA es importante para estabilizar los precios de los productos agrarios a partir de un entorno más competitivo y más transparente para los productores y los consumidores.

Una de las principales ventajas de la EP-EMMPA es que ofrece una buena vía, tanto buena como rápida, en la que los productores locales pueden vender sus productos a grandes volúmenes y precios justos; el tener acceso a un mercado más amplio genera mayores ingresos para los agricultores, quienes pueden invertir en sus explotaciones, elevando así la

productividad y la calidad de sus productos. Lo que, a su vez, está correlacionado con el incremento de dicha economía local (el mercado mayorista pasa a ser una pólvora sirve para hacer el fuego de la economía de la ciudad y la provincia).

El mercado mayorista de Riobamba, el EP-EMMPA, es un pilar en la economía y la esencia social de Chimborazo. Como generador de empleo, generador de precios, generador de ingresos para los productores y de acceso a productos frescos, se convierte en un elemento básico para la zona; sin embargo, al ser así de básico y fundamental para la zona, hay que mejorar las situaciones actuales para maximizar sus capacidades, mediante modernización, aprovechamiento y mejor administración de recursos y con el fortalecimiento de redes de comercialización. Esto garantizará que el mercado siga siendo un motor de desarrollo regional a largo plazo.

1.5 Objetivos

1.5.1 Objetivo General

Desarrollar una propuesta de intervención arquitectónica que optimice la operatividad del mercado mayorista mediante métodos de observación, comparación y análisis, con el objetivo de mejorar su estado actual para fomentar un comercio eficiente, conservación, funcionamiento y la efectividad.

1.5.2 Objetivos Específicos

- Investigar y analizar información bibliográfica que contribuya al estudio del Mercado Mayorista a nivel de planificación urbano, gestión de mercados mayoristas y su impacto socioeconómico
- Analizar referentes, metodologías, tesis de mercados mayoristas, identificando prácticas y métodos que faciliten el conocimiento estratégico funcional para conseguir una efectiva distribución del mercado analizado.
- Realizar un diagnóstico integral de la EP-EMMPA utilizando métodos de observación, comparación y análisis, con el fin de evaluar su estado actual que contribuya conservación, funcionamiento y efectividad.
- Desarrollar una propuesta de intervención del arquitectónica que optimice la operatividad del mercado mayorista.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

2.1 PLANIFICACIÓN URBANA

Una correcta organización de las ciudades depende, de forma significativa, de una planificación urbana que sostenga un funcionamiento justo y estable del entorno urbano. Esta planificación no se centra exclusivamente en cómo se deben distribuir, sino también en asegurar el acceso justo a servicios básicos, transporte, vivienda y espacios públicos. La forma en que todos estos aspectos se articulan favorece la eficiencia de la ciudad, de su población y su imagen de ciudad reconocida y próspera.

El rápido crecimiento urbano y la creciente complejidad de las ciudades generan importantes retos para la gestión y planificación del espacio urbano.

(Mumford, 1970), en su libro titulado *The Culture of Cities*, menciona que la planificación urbana implica la transformación consciente y sistemática de aspectos físicos, económicos y sociales de una ciudad, examina la ciudad como un ente orgánico, resultado de decisiones planificadas en cuanto a estructura social, infraestructura y funciones urbanas. El autor enfatiza en que una ciudad no surge de forma espontánea, sino que requiere “planes conscientes” que integren sus múltiples facetas.

Según (Jacobs, 1961), en su libro *The Death and Life of Great American Cities*, sostiene que el dinamismo real de una ciudad surge de la combinación de funciones diversas, la implicación activa de sus habitantes y las relaciones sociales cotidianas. En oposición a los modelos de planificación urbana rígidos y uniformes, Jacobs defiende una ciudad vibrante, adaptable y en constante movimiento, donde se integren distintos usos del suelo (como la vivienda, el comercio, la cultura y el ocio) para mantener la vitalidad del espacio público.

En definitiva, ambas tendencias argumentan que una planificación urbana adecuada no debe basarse simplemente en las estructuras materiales y desarrollo económico, sino necesariamente en los espacios sociales para la cohesión social, la interacción y la calidad de vida. Este enfoque es precisamente el que nos permitirá construir ciudades habitables, esto es, ciudades tanto estructuralmente como también humanas.

La planificación urbana es muy importante para los líderes locales, urbanistas... porque deben afrontar las consecuencias del crecimiento demográfico continuo y la presión que sufren los recursos naturales; es una herramienta clave que proporciona ciudades más resilientes y sostenibles y un nivel de calidad de vida a todas sus personas.

2.1.1 El mercado como parte de la planificación urbana

En el marco del proceso de planificación del uso del espacio urbano, los mercados no sólo son estructuras comerciales, sino que a la par de ello son también entornos que impulsan el desarrollo social, económico y cultural de las ciudades. Cuando son correctamente integrados dentro del entramado urbano, los mercados permiten fomentar la economía local, reforzar el sentido de pertenencia y posibilitar la cohesión entre la ciudadanía. Al reconocer al mercado como un elemento estratégico en el diseño urbano, se promueve un crecimiento más equitativo, sostenible y conectado con las necesidades reales de la población.

Según (Knox, 2004), en su tesis doctoral examinan el papel de determinados puntos estratégicos dentro de la red urbana, como los mercados mayoristas, que operan como

centros de concentración de actividad y articulación entre distintas zonas de la ciudad. Estos nodos tienen un impacto directo en el desarrollo urbano, en la dinámica de movilidad y en la organización espacial de las actividades económicas. Los mercados mayoristas, en particular, actúan como ejes de conexión entre productores y consumidores, incidiendo en la estructuración del transporte, la planificación de infraestructuras y la localización de áreas comerciales.

(Jacobs, 1961), en su libro también menciona la importancia de los mercados y las actividades comerciales como componentes fundamentales para construir ciudades dinámicas, seguras y funcionales. Desde su perspectiva, la integración de mercados en los barrios no solo impulsa la economía a nivel local, sino que también favorece la creación de redes sociales que refuerzan la cohesión comunitaria.

Los mercados, sobre todo los mercados mayoristas, no deben ser entendidos simplemente como los lugares donde tiene lugar el intercambio económico, sino también como elementos fundamentales en la conformación de la ciudad.

Su efecto se proyecta en la distribución del territorio, en la movilidad de las mercancías y en la disposición de las demás funciones productivas y comerciales;

consolidan importantes flujos de personas, de mercancías y de servicios, lo que los transforma en puntos neurálgicos que deben ser tomados en cuenta en toda estrategia de planificación de la ciudad.

A la par, no debemos olvidar su dimensión social;

los mercados, además de su función económica, pueden activar la vida comunitaria, activar el espacio público y fomentar la convivencia entre distintas clases sociales; si ubicamos adecuadamente los mercados en el interior de los barrios, lograremos una ciudad donde hay una vida social activa, segura y con unos lazos sociales fuertes, siempre que promovamos la accesibilidad, los usos múltiples y la proximidad a las costas del día a día de los ciudadanos. Por eso, es necesario adoptar una mirada integral en la planificación urbana, que contemple tanto su función estructural dentro del sistema urbano como su valor como espacios de encuentro social y dinamismo local. Omitir alguna de estas dimensiones implica desaprovechar el verdadero potencial de los mercados como motores del desarrollo y ordenamiento urbano.

Si los mercados mayoristas se colocan en centros urbanos, causan así problemas de congestión de tráfico en todos los alrededores y dificultan la planificación urbana. Si se trasladan a la periferia o a zonas con vías adecuadas, las velocidades del tráfico mejorarán hasta el 14 % y se conseguiría reducir la contaminación del centro de la ciudad.

Hay que tener en cuenta que la colocación del mercado comporta un cambio de uso de suelo de la zona en la que se ubica el mismo, ya que estos mercados son nodos multipropósito, aglutinan restaurantes, talleres, transporte, tecnologías, servicios logísticos y empleos urbanos, crean plataforma para productores pequeños, mejoran la seguridad alimentaria urbana y estabilizan precios.

Siguiendo las definiciones y enfoques de los autores expuestos podemos concluir que los mercados mayoristas son equipamientos dinámicos y estratégicos para los tejidos urbanos porque no solamente concentran y distribuyen bienes a gran escala, sino que generan nodos económicos y sociales vitales para la vida de las ciudades. Los mercados mayoristas son puntos de convergencia de actividades comerciales, logísticas, sociales que establecen

relaciones entre productores-distribuidores-comerciantes-consumidores. Su influencia no solo es económica, sino social porque también incide en la cohesión social, en la generación de empleo y en el desarrollo local.

2.2 INICIO Y DESARROLLO DE LOS MERCADOS

Con el paso del tiempo, los mercados han sido claves no solo como espacios de intercambio, sino también como factores de desarrollo social y urbano; hallándose en sus inicios en lugares bien ubicados, en los que poco a poco se fueron convirtiendo lugares de establecimiento de barrios y ciudades enteras. No solo tuvo un sentido económico, sino que también se instituyó como lugar de relación e interacción social, como espacio del ordenamiento urbano.

Con el transcurrir de los siglos, estos espacios han evolucionado en función de su tamaño, de sus funciones, de su estructura...; desde plazas de mercado fuertemente definidas hasta instalaciones mucho más complejas, como por ejemplo los mercados mayoristas, que son necesarios para la cadena de distribución alimentaria moderna. Dicho cambio nos expresa que los mercados han sido una constante en el devenir de la ciudad, como un mecanismo fundamental en su ordenamiento y crecimiento. Analizar su origen y desarrollo resulta fundamental para comprender su influencia en la planificación urbana contemporánea.

El concepto de mercado ha sido esencial para el desarrollo económico y social de las personas a lo largo de la historia. Los primeros mercados de la historia funcionaban mediante el trueque. Tras la aparición del dinero, se empezaron a desarrollar códigos de comercio que, en última instancia, dieron lugar a las modernas empresas nacionales e internacionales (Arquitectura, 2020).

En la antigüedad la producción estaba netamente ligada al dominio del hombre sobre la agricultura y la ganadería lo que en algunos casos generaba excedentes en estos bienes destinados a consumo, siendo estos sobrantes los que dan la apertura al surgimiento del trueque. Con el trueque aparece la segmentación del trabajo demostrando así que no era necesario que todos se dediquen a la agricultura y ganadería, sino también a otras actividades como la comercialización agrícola, la textil, elaboración de calzado, fabricación de herramientas, elaboración de collares, etc. (Oca, 2023)

El mercado tiene en la actualidad dos funciones. La primera y principal no es otra que la de abastecer de alimentos y productos, y la segunda que cobra cada vez mayor importancia, es la de servir de lugar de encuentro para la comunidad, se convierte así el mercado en un importante núcleo de vida del barrio o localidad.

En Europa, los mercados comienzan a consolidarse desde la Edad Media. Ciudades como París o Londres desarrollan mercados centralizados que no sólo son un punto de intercambio de bienes, sino que son a la vez grandes centros de actividad económica y social. (Braudel, 1985), los mercados medievales europeos eran espacios donde "la economía del intercambio directo y el comercio a larga distancia convergían, promoviendo un dinamismo económico que sentó las bases del capitalismo moderno".

A la vez, en Latinoamérica ya existían mercados precolombinos antes de la llegada de los europeos. Civilizaciones como la azteca o la inca tenían ya mercados muy organizados. Tras la llegada de los colonizadores, esos mercados se transformaron y adoptaron muchas características de los mercados europeos. De acuerdo con (Rafael Ángel Bravo, 2024), los

mercados en Latinoamérica han sido nodos esenciales de la economía local, adaptando prácticas de mercado europeas y vinculándolas con prácticas indígenas.

El artículo hace un repaso histórico del mercado, desde sus formas más rudimentarias como pueden ser el trueque a pasar a ser el centro económico y social en las culturas a lo largo de su evolución. Acepta su evolución funcional y su importancia para el desarrollo de la sociedad, sin embargo, el texto sí establece una visión más narrativa que analítica que no considera otros aspectos como las desigualdades que se dan alrededor de los mismos, las relaciones de poder que marcan su configuración o cuestiones más recientes como la globalización o el comercio digital. Asimismo, no profundiza en los retos actuales que enfrentan los mercados en la planificación urbana ni en su transformación dentro del tejido social contemporáneo

2.2.1 Mercado

El mercado representa una de las estructuras económicas y sociales más antiguas en la historia de la humanidad. Desde sus inicios como espacios de intercambio mediante el trueque, hasta los sistemas modernos de comercialización, ha sido fundamental en la distribución de recursos, el crecimiento económico y la organización de los asentamientos humanos. Además de su rol económico, los mercados han servido como escenarios de interacción social y cultural, influyendo directamente en la forma y dinámica de las ciudades y comunidades. Analizar su desarrollo y función en la actualidad permite entender mejor los procesos urbanos, las economías locales y la relación entre el entorno construido y la vida social.

(Kotler & Kotler, 2006) el mercado no debe entenderse únicamente como un lugar físico ni como un simple conjunto de operaciones comerciales, sino como una estructura dinámica integrada por personas u organizaciones que poseen ciertas necesidades o deseos, y que además cuentan con los medios y la disposición para satisfacerlos a través del intercambio.

Desde esta perspectiva, el mercado está estrechamente vinculado con la demanda, la cual representa una necesidad respaldada por la capacidad de compra. Esta concepción destaca al consumidor como el centro del sistema económico, subrayando la importancia de analizar sus deseos, hábitos y expectativas con el fin de desarrollar ofertas que verdaderamente aporten valor.

En cambio, (Marshall, 1890), dice que un mercado es "cualquier conjunto de transacciones o acuerdos en los cuales compradores y vendedores están en contacto para el propósito de intercambio de bienes y servicios".

Por otro lado, (Drucker, 1975) define "al mercado como la creación y satisfacción del cliente".

Los mercados cumplen una función clave tanto económica como social al promover el comercio, generar empleo y facilitar la circulación de capital dentro de la ciudad. Además,

actúan como un puente entre la producción agrícola y los centros urbanos, aportando significativamente al desarrollo económico, social y cultural de la región.

El concepto de mercado puede abordarse desde diferentes perspectivas, cada una destacando aspectos fundamentales de su dinámica. Por un lado, se puede entender el mercado como un sistema estructurado que facilita el intercambio de bienes y servicios entre compradores y vendedores.

Por otro lado, se puede enfocar en la demanda como el motor principal del mercado, subrayando la relevancia de identificar tanto a los compradores reales como a los potenciales, lo que sitúa a las empresas en una posición proactiva para atraer y retener clientes.

Los mercados ofrecen al cliente una variedad de productos, los vendedores deben tener estrategias para lograr una venta y distribución ordenada y efectiva.

Sin embargo, en un mundo cada vez más competitivo y centrado en las experiencias de los consumidores, es fundamental entender el mercado como algo más que un lugar de transacciones y análisis de demanda. Es un espacio donde las empresas no solo venden productos, sino que crean y satisfacen necesidades, generando valor para los clientes.

El concepto de mercado no es estático, es una combinación de estructuras, dinámicas de demanda y relaciones humanas. En la práctica, comprender y equilibrar estas dimensiones permite a las empresas adaptarse a los cambios, generar impacto y mantenerse relevantes en el tiempo.

2.2.2 Economía e impacto económico de los mercados en la ciudad

Las decisiones económicas adoptadas por los distintos gobiernos del Ecuador han tenido efectos importantes en el progreso de las economías locales, especialmente en Riobamba, que en los últimos años ha mostrado una recuperación económica enfocada en mejorar el bienestar de su población. Dentro de esta dinámica, el Mercado San Pedro destaca como un eje económico relevante, ya que impulsa el empleo y actividades conexas como el transporte y la logística, aportando también ingresos significativos al presupuesto de la ciudad.

Las políticas económicas de los gobiernos de turno en el Ecuador tuvieron un impacto sustancial en el desarrollo de las economías locales, en este caso, del cantón Riobamba. La economía en esta ciudad, durante la última década, experimentó un resurgimiento paulatino, en la meta de incentivar el sistema económico para mejorar las condiciones de vida. (Vives & Naranjo, 2020)

El Mercado San Pedro es un motor económico para la ciudad de Riobamba. Su actividad genera empleo directo en el comercio y servicios relacionados, como transporte, almacenamiento y logística. Según (Agrocalidad, 2025), los ingresos generados por este mercado representan un porcentaje significativo del presupuesto municipal.

Además, el mercado actúa como catalizador para otros sectores económicos, impulsando el comercio minorista y los servicios complementarios. Su impacto se refleja también en el bienestar de las familias productoras, que encuentran en este espacio una fuente estable de ingresos.

El papel central del Mercado San Pedro en el desarrollo económico de Riobamba viene desde la generación de empleo directo e indirecto hasta su capacidad para integrar áreas rurales al sistema económico urbano. Este espacio no solo promueve el comercio local, sino que también contribuye al bienestar de las familias productoras y al dinamismo de otros sectores relacionados.

Asimismo, el desarrollo del mercado se inserta en un contexto más amplio de políticas económicas nacionales y locales que buscan equilibrar las relaciones entre la sociedad, el Estado y el mercado, en armonía con la naturaleza. Estas políticas han generado un resurgimiento económico paulatino en la ciudad durante la última década.

No obstante, el crecimiento del mercado conlleva desafíos urbanos, como la congestión vehicular y la presión sobre los servicios básicos, lo que exige una planificación urbana adecuada.

2.3 MERCADO MAYORISTA

Los mercados mayoristas tienen sus inicios en España, marcados por cambios significativos en los canales de distribución y las estructuras de mercado. Los mercados mayoristas tradicionales han enfrentado desafíos debido a la tendencia de cadenas de suministro más cortas y una mayor concentración empresarial en el sector agroalimentario (Mollá Descals & Blesa Pérez, 2000)

Cabe señalar que México se destaca en Latinoamérica por la calidad y organización de sus mercados mayoristas. El Mercado de Abastos de la Ciudad de México y la Central de Abasto de Iztapalapa son ejemplos prominentes. Según López (2016), "la Central de Abasto de Iztapalapa es uno de los mercados mayoristas más grandes y eficientes del mundo, contribuyendo significativamente al abastecimiento de alimentos y otros productos no solo en México, sino también en Centroamérica".

La evolución de los mercados mayoristas refleja su capacidad para adaptarse a los cambios económicos, sociales y estructurales a lo largo del tiempo. Desde sus inicios han pasado por transformaciones significativas en los canales de distribución y en la dinámica de la cadena de suministro.

Estos mercados no solo son piezas clave en la distribución de bienes, sino también en la configuración de las dinámicas económicas y sociales de las ciudades, consolidando su papel como ejes fundamentales en la estructura económica urbana.

En estos mercados se efectúa la comercialización al por mayor, es decir se realizan las compras y ventas en grandes cantidades. El tamaño y la demanda de las ciudades son las que determinan un mercado en la ciudad. Por lo tanto, los mercados mayoristas cuentan con infraestructura de mayor condición para poder almacenar grandes cantidades de productos.

La relevancia de los mercados mayoristas reside en su habilidad para estabilizar los precios y garantizar un suministro continuo de productos.

Al reunir la oferta en un solo lugar, estos mercados fomentan una mayor competencia entre los productores, lo que puede traducirse en mejores precios para los consumidores finales. Además, desempeñan un papel fundamental en la reducción del desperdicio, ya que los productos no vendidos a nivel minorista pueden ser redirigidos a otros mercados o sectores. Los mercados mayoristas son fundamentales para el funcionamiento de las economías urbanas a nivel mundial y en Latinoamérica.

2.3.1 Tipos de Mercados Mayoristas

Según (González, 2020) los mercados se pueden clasificar de acuerdo con su tipología

- TIPO A: Es adecuado para aquellas actividades en las que prima la función logística y poco recomendable para las situaciones en las que predomina la función comercial.
- TIPO B: Presenta las mismas características que el anterior, pero solo dispone de una fachada para todas las operaciones, tanto de entrada como de salida.
-

2.3.2 Mercados Mayoristas en el Ecuador

En el contexto ecuatoriano, los mercados mayoristas representan elementos fundamentales para el funcionamiento económico, ya que permiten una distribución organizada y eficaz de productos, principalmente agrícolas. Estos espacios actúan como puentes entre las zonas de producción y los sectores urbanos, garantizando el flujo constante de alimentos. A través de la implementación de herramientas tecnológicas y mejoras en la logística, estos mercados han optimizado sus procesos, promoviendo operaciones más eficientes, mayor control comercial y un abastecimiento sostenido para las ciudades.

Según (Hollenstein, 2020), "los mercados indígenas eran espacios vitales para el intercambio de productos agrícolas y artesanales, los cuales se adaptaron y crecieron durante la colonia".

Durante el siglo XX, el crecimiento urbano y la expansión de la red de transporte llevaron a la creación de mercados mayoristas más organizados.

Uno de los más importantes es el Mercado Mayorista de Quito, inaugurado en 1982, que se convirtió en un punto neurálgico para el comercio de productos agrícolas en la capital y sus alrededores.

Este mercado facilitó la distribución de productos desde las zonas rurales hasta los centros urbanos, asegurando el abastecimiento continuo de alimentos (Valdivieso, 2018).

Según Valdivieso (2018), "los mercados mayoristas en Ecuador han evolucionado para integrar tecnología y mejores prácticas logísticas, mejorando la eficiencia y la transparencia en las transacciones comerciales".

Mercados como Corabastos en Bogotá Colombia, juegan un papel similar al de los mercados mayoristas en Ecuador. Sin embargo, la diferencia radica en la organización y en la integración de tecnología para la gestión de inventarios y la logística. Según Ramírez (2017), "los mercados mayoristas en Colombia han implementado sistemas tecnológicos avanzados para mejorar la trazabilidad y la gestión de productos".

En Perú, el Gran Mercado Mayorista de Lima es comparable al de Quito y Guayaquil en términos de tamaño y función. No obstante, la diversificación de productos y la conectividad logística son áreas donde Perú ha hecho avances significativos.

Rodríguez (2019) señala que "los mercados mayoristas en Perú se han enfocado en mejorar la calidad de los productos y en fomentar prácticas sostenibles en la cadena de suministro".

Los mercados mayoristas son vitales para la agricultura, ya que proporcionan un canal para que los agricultores vendan sus productos en grandes cantidades, para ello se debe contar con un transporte y logística eficiente asegurando que los productos lleguen frescos y a tiempo.

Los mercados mayoristas son esenciales para la agricultura, ya que conectan a los productores con los comerciantes, permitiendo la venta eficiente de grandes volúmenes de productos a precios competitivos. Estos mercados dependen de una logística y transporte adecuados para garantizar la frescura y entrega oportuna de los bienes. Además, su impacto abarca áreas como la economía local, la salud pública y la tecnología.

2.4 PRODUCCIÓN Y TERRITORIO

La actividad productiva está influenciada por distintos factores como el contexto económico, los avances tecnológicos y las condiciones sociales.

Su objetivo principal debe ser satisfacer las necesidades reales de las personas. No obstante, en ciertos momentos históricos, la producción se orientó más hacia la oferta que hacia la demanda, lo que llevó a que muchos consumidores adquirieran productos no por utilidad, sino por necesidad impuesta o por mantener una imagen social.

En su libro, (Marx, 1867), señala que dentro de la producción intervienen varios factores como el económico, el tecnológico y el social, determinándose la importancia y relevancia de cada uno de ellos basado en las necesidades de la sociedad. Este autor indica que la producción tiene que ir encaminada a satisfacer las necesidades del hombre, señalando que en épocas anteriores se generaban determinados productos sin considerarlas, las personas se veían obligadas a comprar algún tipo de producto ya sea por necesidad o por aparentar un estatus económico.

Producir se ha convertido en un análisis social que determina las características de un determinado producto según las necesidades de la sociedad, de acuerdo también al nivel cultural, al acceso de la información y sobre todo a la globalización.

(Lamy, 2019), analiza la ciudad como un sistema de intercambios entre diferentes sectores que ocupan un lugar y desempeñan una función determinada, mientras que (Lefebvre, 2013) considera el espacio como un producto que resulta no sólo de procesos económicos, sino también de relaciones sociales, políticas y culturales. Ambos autores hablan de la influencia que tiene la producción en la configuración urbana, determinando su importancia tanto en el ámbito económico como en el ámbito social, porque a pesar de que es fundamental para la generación de riqueza y el funcionamiento de la economía, se modela en base a normas, ideologías, estructuras sociales y relaciones de poder presentes en una sociedad determinada. La región central de Ecuador es conocida por su diversidad agrícola. Según datos del INEC (2020), los principales productos comercializados en este mercado incluyen:

- Tubérculos: Como papa, zanahoria y remolacha.
- Cereales: Especialmente maíz y cebada.
- Hortalizas y frutas: Cultivadas en sistemas agrícolas familiares.

La producción agrícola de Chimborazo se caracteriza por prácticas tradicionales y una creciente incorporación de métodos sostenibles, como la agricultura orgánica, que responden a la demanda de mercados más especializados (Paredes et al., 2021).

El texto presenta aportes interesantes de autores como Marx, Ledrut y Lefebvre, pero no logra integrarlos de forma clara con la situación agrícola de Chimborazo. Aunque se menciona que la producción debe responder a las necesidades sociales, no se analiza a fondo cómo influyen factores como el poder, el mercado o la cultura en este proceso. Los datos sobre los cultivos y prácticas sostenibles en la región, aunque relevantes, se presentan de manera aislada y sin una conexión evidente con la teoría. En lugar de ofrecer una reflexión crítica sobre el impacto del modelo capitalista en la producción local, se limita a una exposición general. Se podría haber fortalecido el análisis explorando cómo las dinámicas globales afectan a los mercados locales o cómo se generan desigualdades en el acceso a los recursos productivos. En resumen, el texto plantea buenas ideas, pero desaprovecha la oportunidad de profundizar en las relaciones entre producción, territorio y estructuras sociales.

2.5 NORMATIVAS DE LOS MERCADOS MAYORISTAS EN ECUADOR

Los mercados mayoristas en Ecuador operan bajo un marco normativo que busca garantizar su correcto funcionamiento y la transparencia en las transacciones. Algunas leyes son:

Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria (LOEPS); fomenta la organización de pequeños productores y su inclusión en sistemas de comercialización más amplios (PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA, 2017)

Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD); establece la responsabilidad de los gobiernos autónomos descentralizados en la administración y regulación de los mercados locales y mayoristas (COOTAD, 2019)

Normas de sanidad e inocuidad alimentaria: Regulan la calidad y seguridad de los productos comercializados en estos espacios (INEN, 2017)

Estas leyes promueven la asociatividad entre productores, fomentando su organización para facilitar su acceso al mercado. Además, busca garantizar equidad en las transacciones mediante la reducción de intermediarios y el impulso de relaciones comerciales justas. También establece mecanismos de capacitación y financiamiento para fortalecer la competitividad de los pequeños agricultores. No solo buscan el ordenamiento del comercio mayorista, sino también la promoción de prácticas sostenibles y equitativas en los mercados. En la normativa INEN sobre Mercados, define algunos requisitos de infraestructura como la localización, el diseño y construcción, incluyendo zonas de ventilación, higiene, seguridad y almacenamiento.

Algunos de los puntos clave de esta norma son:

- Se establecen áreas específicas para cada función, como sectores de ventas, bodegas, estacionamientos, oficinas administrativas y zonas de circulación.
- No se permite el uso comercial en pasillos ni espacios exteriores, salvo en casos excepcionales con autorización temporal.
- Los contratos de arriendo especifican el tamaño mínimo del local, el tipo de actividad comercial permitida, los servicios incluidos, las tarifas

correspondientes y las responsabilidades del arrendatario.

- Se controla el acceso de vehículos, estableciendo normas para el uso de parqueaderos, cobros según el tonelaje y delimitación de áreas para carga y descarga. De estas normas, se pueden imponer otras cantonales que sean necesarias en cada lugar como:
- Se delimitan los espacios comunes como pasillos, patios y veredas, los cuales deben mantenerse en buen estado y no pueden ser destinados a actividades comerciales.
- Los locales se categorizan en permanentes y temporales, estando todos distribuidos en un solo nivel.

Los mercados son espacios fundamentales para el abastecimiento de productos en muchas ciudades y países, especialmente en América latina, donde la mayoría de la población adquiere sus productos diariamente. Por lo que es indispensable que exista la regulación sanitaria y la implementación de normas técnicas, para garantizar la seguridad alimentaria.

En Ecuador, no existe una normativa tan específica para mercados mayoristas, pero la mayor parte de los mercados se rigen a la norma NTE INEN 2687:2013, la cual establece criterios técnicos relacionados con la higiene, manipulación y comercialización en todo tipo de mercados existentes en el país.

La finalidad principal de esta normativa es garantizar la calidad de los alimentos y con esto prevenir riesgos de insalubridad en su comercialización. Según la Organización Mundial de la Salud, la seguridad de los alimentos es un elemento esencial para proteger la salud de las personas y evitar enfermedades transmitidas por alimentos contaminados, las cuales representan una de las causas más comunes de problemas gastrointestinales y otras afecciones de salud en la población (OMS, 2026)

En este sentido, la norma establece una serie de reglas para evitar la contaminación cruzada en los alimentos comercializados.

Otro aspecto abordado en la normativa INEN, está relacionado con la infraestructura y el diseño de los mercados, gracias a estos aspectos también se garantiza que la calidad del producto comercializado sea mejor y con mejores condiciones sanitarias. La norma establece que los mercados deben estar ubicados en zonas alejadas a lugares que emitan mucha contaminación ambiental, como industrias de alto impacto, vertederos o zonas de residuos. También el diseño arquitectónico debe permitir una buena operatividad y organización, facilitando la circulación y comercialización de los productos. (INEN, 2016)

La normativa también establece requisitos específicos en relación con el uso de materiales que faciliten la limpieza, estos deben ser resistentes e impermeables, para evitar la proliferación de bacterias. También nos dice que para que exista mejor sanidad de debe separarse por zonas, según el producto que se comercializa así se garantiza una mejor higiene. (INEN, 2016)

En conclusión la normativa INEN constituye un instrumento fundamental ya que regular las condiciones sanitarias y operativas que debe tener un Mercado y algunos aspectos relacionados con la infraestructura y el diseño, su uso contribuye a proteger la salud de los consumidores y a promover la organización y funcionalidad en los mercados

2.6 GESTIÓN DE LOS MERCADOS

La Teoría de los Equipamientos Urbanos como Núcleos de Desarrollo Local, propuesta por (Ascher Francois, 2007), plantea que los mercados, plazas y otros espacios urbanos no solo como construcciones útiles, sino como lugares vivos que conectan a las personas, activan la economía local y fortalecen el sentido de comunidad. Según este enfoque, los mercados cumplen un papel clave en la vida de los barrios, ya que no solo permiten el intercambio de productos, sino también de culturas, saberes y relaciones.

La gestión de mercados es una disciplina fundamental en la administración de empresas, que se centra en identificar y satisfacer las necesidades del mercado a través de la creación de valor para los clientes.

Los mercados mayoristas son elementos esenciales dentro del tejido urbano, ya que funcionan como puntos clave para el suministro de productos y la conexión de redes económicas. Su correcta organización y funcionamiento no solo implican aspectos técnicos, sino también sociales, económicos y territoriales que influyen directamente en la planificación y el ordenamiento de las ciudades.

Cuando un mercado mayorista está bien estructurado y administrado, garantiza un abastecimiento ágil de mercancías, mejora las cadenas de producción y distribución y contribuye de manera notable al fortalecimiento de las economías locales y regionales. Además, ayuda a mantener la estabilidad de los precios, facilita el acceso de la población a alimentos frescos y de calidad y estimula la competitividad entre productores y comerciantes.

Un manejo adecuado de estos espacios también impacta positivamente en la movilidad urbana, al disminuir problemas de tráfico mediante una planificación eficiente de las zonas de carga y descarga. De igual forma, genera oportunidades de empleo, fomenta el comercio formal e integra a pequeños y medianos productores en los circuitos comerciales.

Desde una perspectiva social y ambiental, los mercados mayoristas tienen el potencial de convertirse en referentes de sostenibilidad al aplicar buenas prácticas en el manejo de residuos, optimizar el uso de recursos y reducir pérdidas postcosecha. De esta manera, su adecuada gestión no solo impulsa la economía, sino que también fortalece la cohesión social y promueve un desarrollo urbano equilibrado y sostenible.

La gestión de mercados mayoristas implica una coordinación efectiva entre autoridades locales, productores y comerciantes. Según López (2021), una gestión eficiente debe enfocarse en los siguientes aspectos:

- Infraestructura moderna: Para mejorar las condiciones de comercialización y almacenamiento.
- Administración transparente: Asegurando el uso adecuado de los recursos y la sostenibilidad financiera.
- Capacitación: Brindando formación a los actores del mercado en áreas como manejo postcosecha y estrategias de comercialización.

La gestión es una disciplina fundamental en la administración de empresas, que se centra en identificar y satisfacer las necesidades del mercado a través de la creación de valor para los clientes. Esta gestión involucra diversas actividades, desde la investigación de mercados hasta la implementación de estrategias de marketing.

Por lo tanto, podemos decir que la gestión de mercados es un proceso integral que abarca desde la investigación de mercados hasta la implementación y control de estrategias de marketing. La identificación de oportunidades, basada en un profundo entendimiento del mercado y sus consumidores, es clave para desarrollar estrategias efectivas que creen valor tanto para la empresa como para sus clientes.

CAPÍTULO III. METODOLOGIA

La investigación se desarrolló en cuatro fases principales:

Fase 1 – Fundamentación Teórica:

La recopilación y el análisis de la información proviene de libros, artículos académicos y revistas especializadas que abordan la relación entre los mercados y el entorno urbano. También se revisa los contenidos específicos sobre mercados mayoristas, lo que permite construir el sustento teórico del estudio.

La investigación bibliográfica permite obtener una visión profunda del papel que los mercados mayoristas desempeñan en el tejido urbano de una ciudad. Al explorar la literatura sobre planificación urbana se podrá comprender cómo estos mercados se integran en el entorno urbano, tanto en términos de localización estratégica como de accesibilidad y de movilidad. Además, permitirá comprender el potencial de los mercados para revitalizar áreas urbanas o fomentar el desarrollo económico en zonas específicas, actuando como motores de desarrollo local.

Fase 2 – Estudio de Referentes:

Para determinar la adecuada funcionalidad y operatividad de un mercado mayorista, se debe realizar un análisis de ejemplos prácticos de otros mercados, los cuales han experimentado cambios sustanciales tanto en su infraestructura, configuración espacial, organización interna y sobre todo la zonificación, para establecer cuál es el impacto que tiene un mercado de esta magnitud dentro de una ciudad.

Al revisar casos de éxito y tesis relacionadas con el diseño y distribución de mercados mayoristas, se podrá identificar prácticas eficaces para la organización espacial, análisis de flujos, estudios de usuarios.

También se podrá identificar enfoques que optimicen el flujo de mercancías y personas, como diseños circulares, lineales o modulares. Esta evaluación es clave para lograr una distribución más ordenada, reduciendo el tiempo de acceso a productos y evitando problemas logísticos internos, también se analizará enfoques estratégicos que integran sostenibilidad, seguridad y diseño funcional. Esto podría incluir aspectos como la iluminación natural, la ventilación, el uso de materiales sostenibles, y el diseño de espacios que garanticen la seguridad y comodidad.

Fase 3 – Diagnóstico del Área de Estudio:

Para esta fase, la utilización de información oficial que refleje la realidad como la que aparece en el PUG y el PDOT de Riobamba es compleja, pero puede complementarse con una recogida de observaciones realizadas en el propio territorio y de este modo evaluar las condiciones actuales del mercado desde una óptica físico, funcional y documental.

A través de la observación directa se podrá analizar el funcionamiento de algunos espacios del mercado y así ver si son funcionales y que mejoras se pueden lograr o que necesidades se pueden cubrir, se podrá evaluar la efectividad de la disposición de los espacios de venta y las zonas comerciales. Esto incluye estudiar la accesibilidad, la organización por tipos de productos, y la separación de áreas de almacenamiento, venta y servicios.

También al analizar el entorno y su impacto en la ciudad nos ayudará a manejar el mercado como una fuente de economía local y regional la cual beneficie a la ciudad en muchos aspectos.

Fase 4 – Propuesta de Intervención:

A partir de la información obtenida en las fases anteriores, se elabora lineamientos y propuestas enfocadas en dar solución a las problemáticas detectadas. Estas acciones se orientan a optimizar el uso del mercado, fortalecer su operatividad y garantizar su funcionamiento en el contexto urbano.

Con base a la información obtenida se puede priorizar intervenciones en las áreas con más problemáticas, esto asegura que la intervención incluya soluciones duraderas que optimicen el uso del mercado y contribuyan a la economía del sector y de la provincia.

Los hallazgos del diagnóstico permitirán diseñar una propuesta concreta, basada en datos, que aborda las necesidades reales del mercado y facilita su implementación, aumentando así la viabilidad del proyecto de intervención ante las autoridades locales.

Proponer esta intervención arquitectónica dentro del mercado mayorista de Riobamba traerá nuevas experiencias tanto al usuario interno como al externo, ya que una mejor distribución dentro de las naves permite una movilización eficaz, manejable; y al optimizar los espacios físicos obtenemos una mejor distribución interna y por ende un mejor desenvolvimiento.

CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

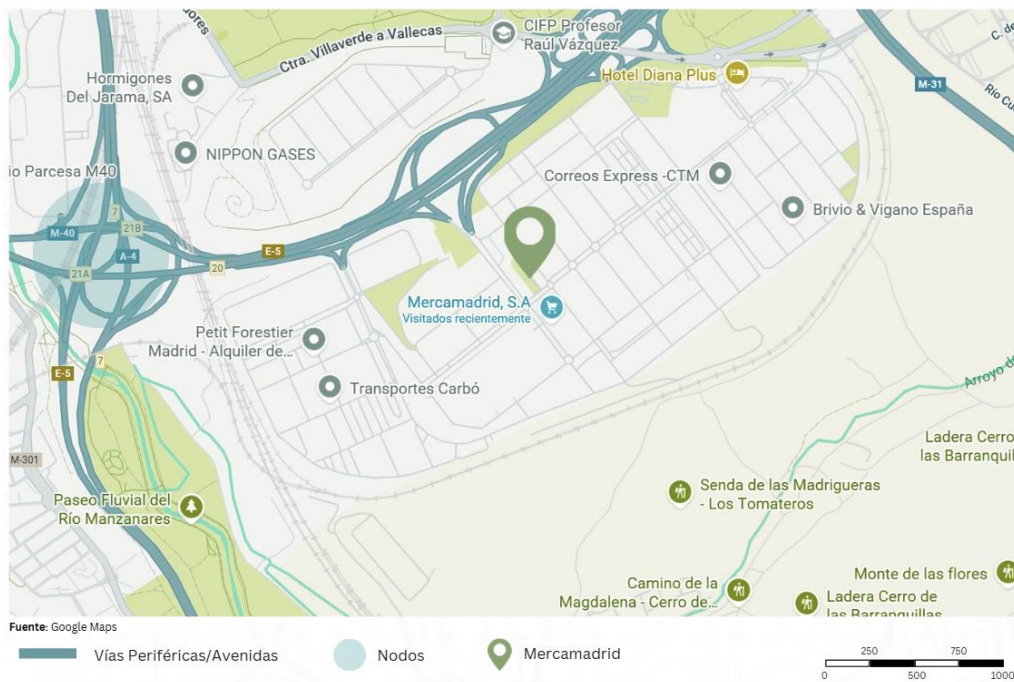
4.1 Análisis de Referentes

Se analiza tres referentes internacionales, que servirán para identificar potencialidades y así definir lineamientos para la propuesta.

4.1.1 Referente Mundial

Ubicación

Figura 1. Ubicación Mercamadrid



Fuente: Google Maps

Según (mercamadrid, 2019) y (Mercasa, 2021), Mercamadrid es el mercado mayorista reconocido como el principal en España y funciona como plataforma para la distribución, comercialización, transformación y logística de alimentos frescos, por estas razones se destaca como un referente a nivel mundial.

Conexiones

- Se encuentra conectado a las principales autopistas (M-40 y A-3), lo que facilita la movilidad y el acceso para vehículos de carga.
- Se posiciona como un nodo logístico gracias a su proximidad a la red ferroviaria, lo que permite el transporte de mercancía de manera sencilla.
- Se ubica relativamente cerca del Aeropuerto Adolfo Suárez Madrid-Barajas, mejorando la distribución y exportación de productos perecederos.

Contexto social

El mercado en Madrid se lo considera como un motor económico clave, ya que, proporciona empleo directo e indirecto a miles de personas.

Contexto cultural

Las relaciones laborales en Mercamadrid reflejan valores tradicionales como el esfuerzo, la colaboración y el sentido de comunidad, que son características esenciales de la cultura española.

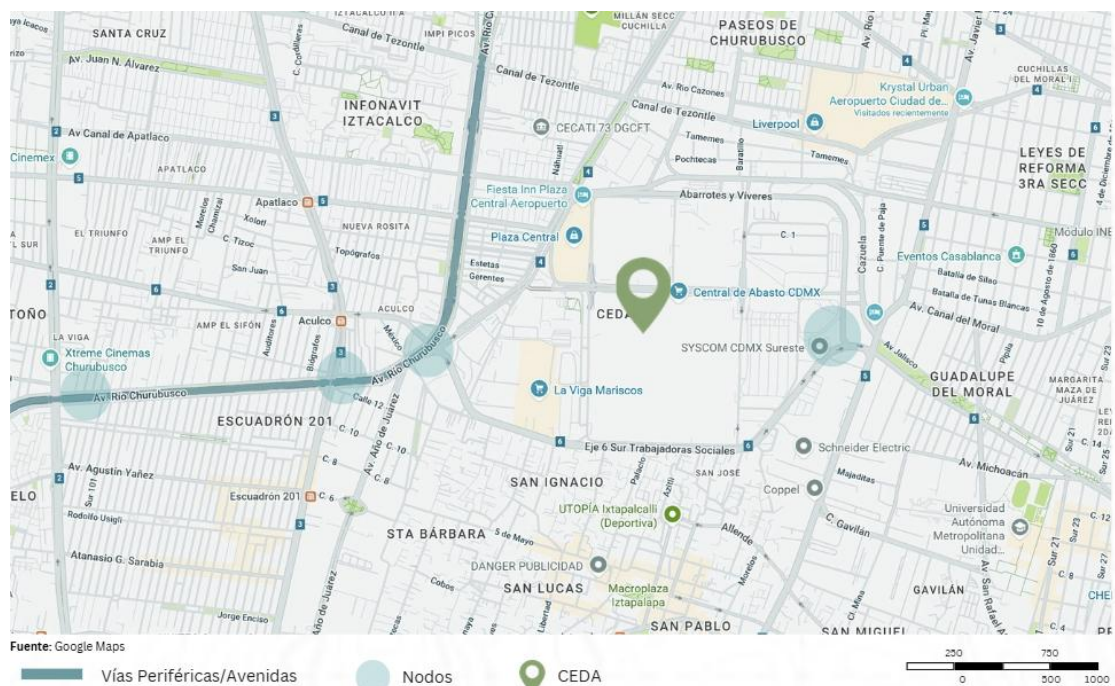
Sostenibilidad

Mercamadrid dispone de sistemas innovadores para la clasificación y reciclaje de residuos, tanto orgánicos como inorgánicos, con el objetivo de minimizar el impacto ambiental. Para facilitar esta gestión, ofrece a los usuarios de la unidad alimentaria un espacio de más de 7.000 m² destinado al depósito de envases no retornables

4.1.2 Referente latinoamericano

Ubicación

Figura 2. Ubicación Central de Abastos



Fuente: Google Maps

Según (México, 2021); (city, 2026); (CEDA, 2019), es el mayor mercado mayorista y de distribución de alimentos en América Latina y uno de los más grandes del mundo. Se ubica en Iztapalapa una centralidad ubicada en la Ciudad de México.

Conexiones

- Tiene acceso a vías arteriales como la Calzada Ignacio Zaragoza y el Anillo Periférico Oriente, lo que facilita la distribución de productos hacia otros puntos de la ciudad y también a distintas regiones del país.
- Gracias a su cercanía con el Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México y su conexión con rutas de transporte de carga terrestre hacen que se consolide su ubicación como un nodo logístico de relevancia nacional.

Contexto social

La CEDA es un pilar económico y social, generando empleo directo e indirecto para miles de personas. Además, fomenta la unión y comercio entre productores rurales y comerciantes

urbanos, fortaleciendo el tejido social entre distintos sectores de diferentes clases económicas y culturales.

Contexto cultural

Se lo considera como un referente histórico y comercial en México, ya que, refleja la importancia que tienen los mercados en la cultura mexicana. Su dinámica está profundamente vinculada con las tradiciones de comercio mayorista y minorista del país.

La CEDA reúne productos, costumbres y personas de todas las regiones de México, convirtiéndose en un microcosmos del país.

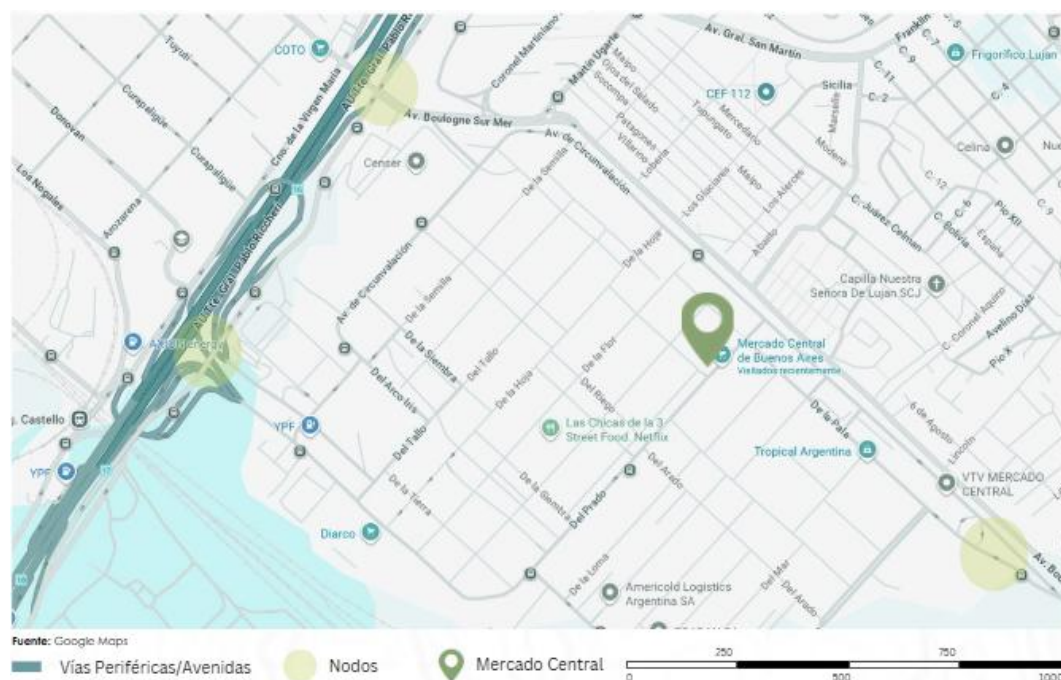
Sostenibilidad

La Central de Abasto de Ciudad de México (CEDA) cuenta con un biodigestor anaerobio que permite procesar las más de 560 toneladas de residuos orgánicos que se generan diariamente, como frutas, verduras, carnes y pescados. Este sistema, que ha sido financiado por la Secretaría de Obras y Servicios, tiene la finalidad de transformar los residuos generados en biogás, biofertilizantes y agua de riego, disminuyendo los impactos ambientales de la generación de residuos y de infecciones. El biodigestor, como contenedor hermético por el cual las bacterias descomponen el material sólido, produce metano en el caso de los residuos y nutrientes de interés como nitrógeno, fósforo y potasio. CEDAs al mismo tiempo evita emisiones contaminantes y satisfacer la dependencia de combustibles fósiles y, de la mano del biodigestor, ha reforzado el sistema de separación de residuos generándose en tres categorías: orgánicos, inorgánicos reciclables e inorgánicos no reciclables, aumentando el reciclaje y mejorando el sistema, convirtiéndose en una iniciativa que forma parte importante en la sostenibilidad ambiental del complejo.

4.1.3 Referente latinoamericano

Ubicación

Figura 3. Ubicación Mercado central de Buenos Aires



Fuente: Google Maps

Según (Aires, 2016), el Mercado Central de Buenos Aires constituye el principal centro mayorista y de distribución de alimentos de la Argentina, y se posiciona entre los más importantes de América Latina.

Conexiones

- Se encuentra conectado por vías principales, como la Autopista Ricchieri, Avenida Boulogne Sur Mer, las líneas ferroviarias Roca y Belgrano.
- Tiene un sistema de transporte público en donde existen varias líneas de colectivos que conectan al mercado con toda la ciudad.

Contexto social

La creación de empleo, tanto directo como indirecto, es otra de las consecuencias que genera el mercado, grandes o pequeños; es un lugar de encuentro importante para los productores de zonas rurales, los transportistas de las poblaciones rurales y los mayoristas de los productos cuyo destino sea la ciudad y la gente de la ciudad misma.

Contexto cultural

Su influencia cultural frecuentemente invade las formas de intercambio de comercio, las dinámicas de la mayorista, las prácticas de abastecimiento y la relación entre varios grupos sociales, regiones y tradiciones relacionadas con el consumo de alimentos frescos.

Sostenibilidad

- El Mercado Central lleva adelante políticas de economía circular como la recuperación de alimentos, donaciones y el compostaje de residuos orgánicos.
- También tiene un programa de donaciones en donde, se donan toneladas de frutas y verduras que no pueden comercializarse, pero están aptas para consumo.

4.1.4 Conclusiones

Los tres referentes analizados tienen muchas similitudes en referencia a localización, zonificación y operatividad.

- Se ubican en una zona estratégicamente planificada ya que se encuentran en zonas industriales que conectan a la ciudad y a la zona residencial.
- Se encuentran conectados mediante vías arteriales y de alto flujo
- Su forma responde a un tema funcional, naves posicionadas horizontalmente, con diferenciación según el tipo de producto que se comercializa. Esta distribución permite optimizar los procesos de carga, descarga, almacenamiento y comercialización, además de reducir riesgos de contaminación cruzada entre alimentos.
- El manejo de residuos es responsable y la mayoría realiza compostaje, lo que constituye un componente esencial para garantizar la sostenibilidad ambiental.

4.2 Diagnóstico

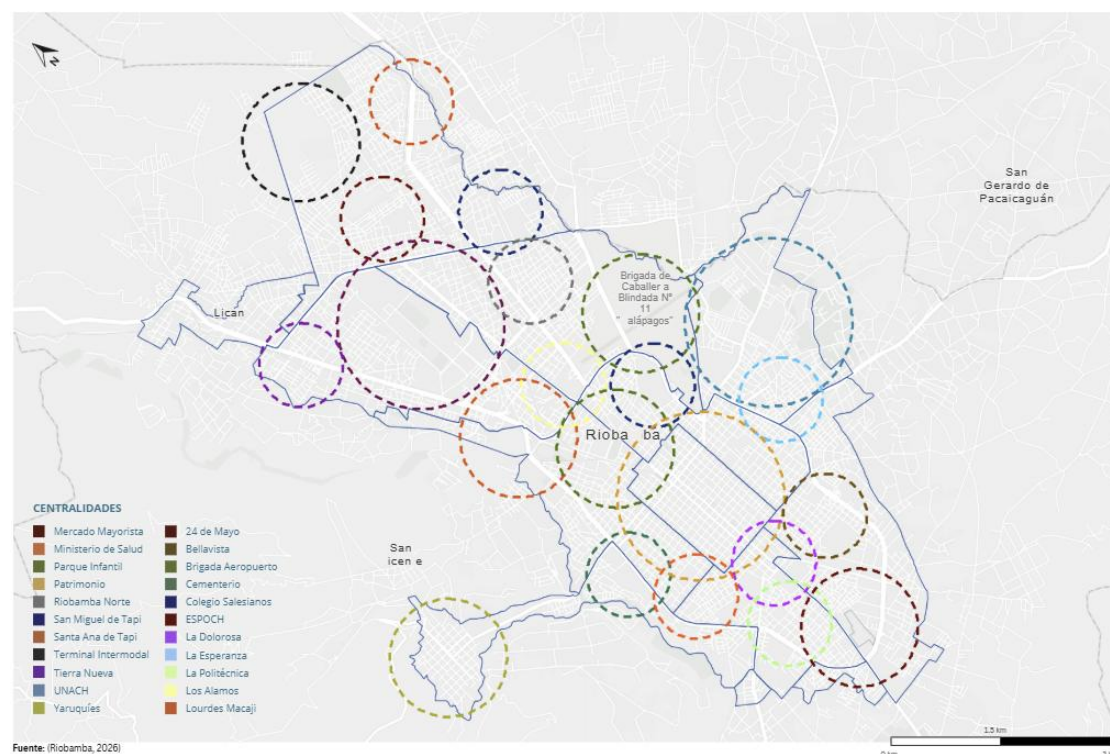
4.2.1 Análisis macro

Centralidades

Según el (PDOT, 2025), Riobamba se divide en macrozonas, que corresponden a grandes sectores del territorio urbano con características similares como funcionales, sociales y

espaciales específicas. Con ello se pueden distinguir las áreas que están destinadas especialmente a la vivienda, al comercio, a la enseñanza, al tiempo libre o a la producción. A estas macrozonas se les une lo que llamamos las centralidades, en donde se aglutinan actividades económicas, sociales y culturales. Las centralidades operan como núcleos de atracción y articulación del territorio, puesto que sus dotan los distintos comercios, instituciones, servicios públicos y espacios de relación o de encuentro del ciudadano. La división del área urbana, pues, mejora la planificación de infraestructuras, servicios y de la movilidad mediante el ordenamiento urbano.

Figura 4. Centralidades



Fuente: (PDOT, 2025)

Movilidad

Ausencia de paradas estratégicas de autobús que optimicen la movilidad de los usuarios hacia el mercado, limitando el acceso eficiente a esta zona industrial. La falta de infraestructura adecuada para ascenso y descenso de pasajeros genera desorden, incrementa los tiempos de traslado y afecta la conectividad con otras áreas comerciales y residenciales. Es necesario implementar paradas bien ubicadas y señalizadas que mejoren la accesibilidad y reduzcan la congestión vehicular en los alrededores del mercado.

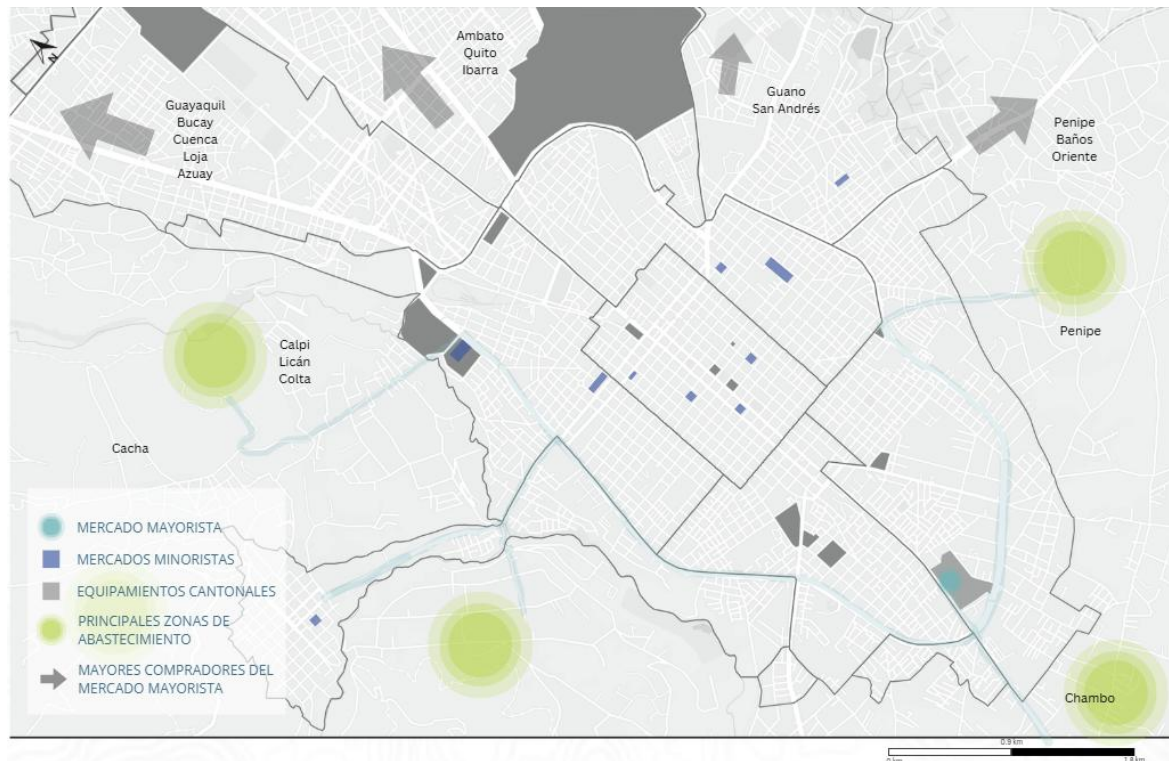
Abastecimiento

Según el (PDOT, 2023); Riobamba contribuye con el 30% de la producción agropecuaria de la provincia, también abastece con productos a la Costa con un 56%, a la Sierra con el 32%, la Amazonía con un 10% y la región Insular con el 10%.

Del total de producción agrícola generada en la zona el 6% se destina al abastecimiento local en mercados minorista y plazas y lo demás se destina a otras provincias del país.

El Mercado Mayorista de Riobamba abastece a 17 provincias y 25 centros de acopio, sus productos se dirigen a todas las regiones del país, por su proximidad a la ciudad el mayor abastecimiento se da a las ciudades de Quito, Cuenca, Ambato y Guayaquil

Figura 5. Abastecimiento



Fuente: (PDOT, 2025), Autoría propia

4.2.2 Análisis meso

Descripción del área de estudio

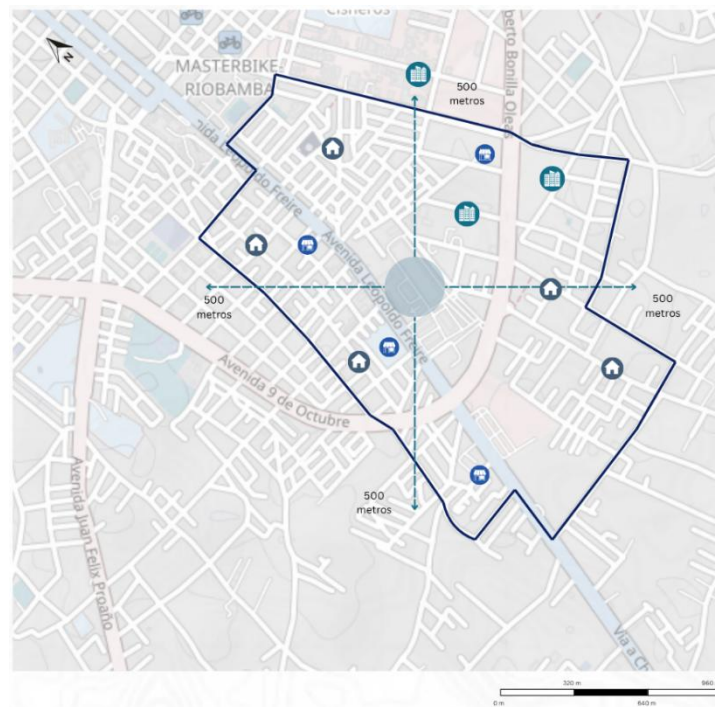
El área de estudio se establece considerando que el Mercado Mayorista de Riobamba (EP-EMMPA) representa un equipamiento clave tanto a escala cantonal como provincial, con una influencia que abarca un amplio territorio. Ahora bien, a fin de realizar un análisis más preciso de las problemáticas que padece la empresa, se fijó un perímetro de 500 metros alrededor del mercado. Con ello, se pretende observar de una forma más específica el contexto inmediato, espacio donde confluyen diferentes usos del suelo y servicios que impactan de forma directa en la dinámica del equipamiento.

En este radio, se puede identificar, al este y al sur, sectores de uso industrial que producen importantes flujos de carga y transporte que impactan en los procesos logísticos del mercado. Al norte y al oeste, por el contrario, se localizan los sectores residenciales donde la población circundante percibe tanto cuestiones favorables, como el fácil acceso a productos, como problemáticas, mayormente relacionadas con la movilidad y la congestión del tráfico. A su vez, al sur y al oeste se caracterizan los espacios comerciales que fortalecen la vocación económica del sector, consolidando un nodo estratégico para el abastecimiento y la interrelación.

Por tanto la delimitación de este polígono da respuesta a la necesidad de entender cómo se entrelazan y cómo se vinculan las dinámicas funcionales de las zonas industriales,

residenciales y comerciales en torno a la plaza de mercado y cómo éstas determinan su funcionamiento: dicho análisis permite identificar también las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de la zona que nos servirá para la formulación de estrategias de reestructuración y ordenación que permitan potenciar el rol del área dentro de la ciudad y la provincia.

Figura 6. Localización



Fuente: Google Maps, Autoría propia

Análisis Formal

En esta sección se analiza la forma, estructura urbana, número de pisos y la imagen urbana del contexto para evaluar cómo se conecta el equipamiento con su entorno.

- En el área analizada se observa que varios sectores carecen de una estructura urbana organizada, lo que ha derivado en barrios sin planificación, vías que no cumplen las disposiciones vigentes y una imagen urbana deficiente. La falta de orden de este uso y actividad ha posibilitado el crecimiento desplanificado del sector, afectando su funcionamiento, su accesibilidad y su calidad. Es necesario aplicar medidas de planificación y regulación que posibiliten definir la evolución del sector, optimizar las infraestructuras existentes y reforzar la integración urbana con los sectores colindantes.
- El área de intervención se ubica en una banda de transición entre el medio urbano y el medio rural, lo cual conlleva la presencia de vacíos en el tejido urbano que interrumpen su continuidad y dan lugar a espacios desaprovechados o abandonados. Si bien existe un entorno relativamente consolidado, estos vacíos urbanos suponen una oportunidad a revalorizar y a tratar de forma adecuada, de modo que permitirían optimizar el uso del suelo, consolidar la integración espacial, y facilitar una mejora del paisaje y de la conectividad del sector.
- En el extremo norte del polígono se registra escaso cumplimiento de la normativa urbanística, situación que se manifiesta mediante la existencia de lotes de pequeño

tamaño y la existencia de muchas viviendas que no aparentemente no respetan los retiros ni los planos aprobados por el Ayuntamiento. En la zona sur, por el contrario, se puede ver una falta de límite entre la parte consolidada y el polígono de expansión de la ciudad, siendo dominantes los tipos rurales. La falta de regulación del sector sur del polígono contribuye a la imagen urbana deteriorada, así como incapacita una transición apropiada entre lo urbano y lo rural. Es necesario dotar el polígono de principios y acciones de ordenación para favorecer un cierto desarrollo institucional y eminentemente mejorar la estética del paisaje, así como favorecer la integración espacial del sector.

Figura 7. Análisis Formal



Fuente: (PDOT, 2025), Autoría propia

Análisis funcional

En esta parte de la investigación se analiza la movilidad, flujos, infraestructura y el uso de suelo.

- El Mercado Mayorista se ubica en un sector conectado por vías arteriales y colectoras que favorecen una buena accesibilidad. No obstante, aunque algunas de las vías circundantes presentan un estado aceptable, una parte significativa se encuentra deteriorada, lo que repercute en la movilidad y en la calidad del entorno urbano.
- Con respecto al transporte, el sector tiene una adecuada cobertura, pero la carencia de paradas correctamente habilitadas empaña la posibilidad de alcanzar una adecuada movilidad en el usuario. El tráfico y el tránsito peatonal, las mayores aglomeraciones dan lugar en el intervalo horario entre las 09h00 y las 12h00, fundamentalmente a lo largo de las vías en tramos mayores. Esto pone de manifiesto una necesidad de instrumentar estrategias de gestión del tráfico, ampliar el uso del espacio público en

su normativa peatonal, la mejora de la infraestructura vial posible para ayudar al tráfico y la movilidad y garantizar la satisfacción de quien desea circular.

- El entorno que da forma al Mercado Mayorista se ha transformado en gran medida en un sector mixto, tomando en cuenta que este sector se ha convertido en un gran polo comercial que genera una mayor afluencia de personas. De igual manera, el sector cuenta con diferentes equipamientos de diferentes categorías, llegando a tener dos equipamientos de nivel cantonal, de ahí que pueda tener una mayor proyección en el ámbito urbano. Estos elementos han favorecido un desarrollo sostenido en el sector con el impacto en el desarrollo de un dinamismo comercial y su potencial como lugar estratégico para futuras intervenciones urbanísticas e incorporaciones.
- Si bien el sector cuenta con los elementos principales de los servicios básicos, quedan aspectos que deben verse mejorados para propiciar un aumento de la calidad de vida de la población. El servicio de agua potable brinda el acceso al agua durante la mayor parte del día y de la zona, lo cual constituye una ventaja. La red de saneamiento, en cambio, es una sola para aguas pluviales y residuales, lo que genera desbordamientos e inundaciones, problemas que posiblemente se resolverían con un sistema separado, más eficiente y menos invasivo. En relación con la conectividad, existe una adecuada cobertura de telefonía, pero se evidencia la ausencia de espacios con acceso gratuito a internet (zonas wifi), lo que limita el uso equitativo de las tecnologías de comunicación. En consecuencia, se hace necesario modernizar las redes de saneamiento y fortalecer la infraestructura digital para avanzar hacia un entorno urbano más resiliente, inclusivo y competitivo.

Figura 8. Análisis funcional



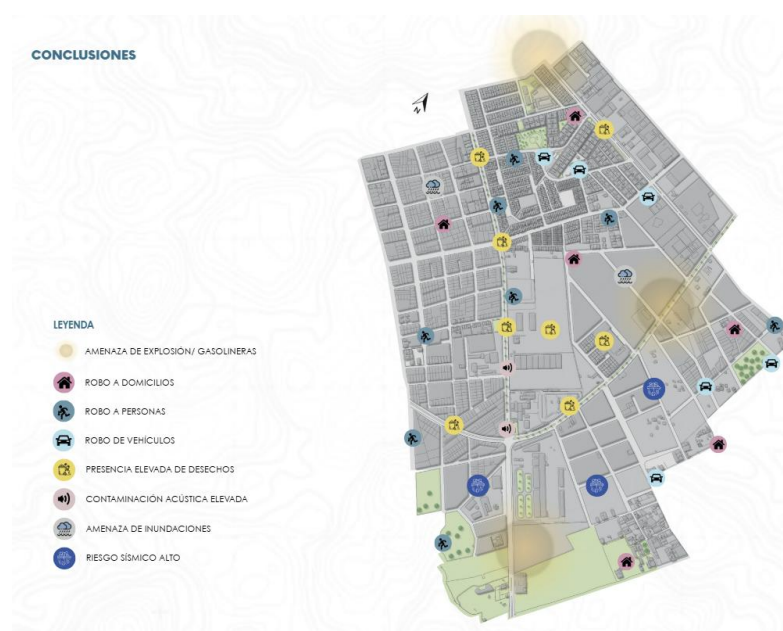
Fuente: (PDOT, 2025), Autoría propia

Análisis de riesgos

En este apartado se analizó todo lo que tiene que ver con riesgos naturales como antrópicos y los niveles de contaminación ambiental, acústica y visual

- La problemática de la contaminación en el sector es evidente y se manifiesta en distintos niveles, impactando de manera negativa en el entorno urbano y en la salud de la población. Visualmente se denotan infracciones en las normas de edificación (normas de altura, de uso del suelo y de separación), que producen un paisaje urbano más bien caótico y poco estético. En el supuesto de la contaminación medioambiental, no contamos con un sistema de gestión de residuos conveniente para el mercado, estamos hablando que hay un gran acopio de residuos, tanto en el interior del mercado como en el entorno inmediato. Esta problemática se ve empeorada por el hecho de que no existen muchos contenedores, con lo que la basura acaba en el espacio público. A esta contaminación acústica se añade el tráfico de los vehículos de la vía de alta capacidad y el ruido habitual del propio mercado, con lo que se llega a niveles de ruido más altos de los recomendados para el bienestar de las personas.
- En este sentido, es imprescindible la aplicación de un proyecto integral que contemple la creación de un mayor control del uso del suelo, la dotación de la infraestructura necesaria para la captación del desecho, programas de sensibilización comunitaria y medidas de mitigación acústica. Estas acciones permitirían no solo reducir los impactos de la contaminación, sino también recuperar el orden urbano y mejorar las condiciones ambientales del sector.
- El polígono analizado presenta alta vulnerabilidad por dos factores principales: el riesgo de inundaciones debido a un sistema de alcantarillado deficiente y la inseguridad ocasionada por frecuentes asaltos y robos. Para reducir estos problemas, se requiere modernizar la red de drenaje y fortalecer la seguridad ciudadana mediante mejor iluminación, control policial y sistemas de vigilancia

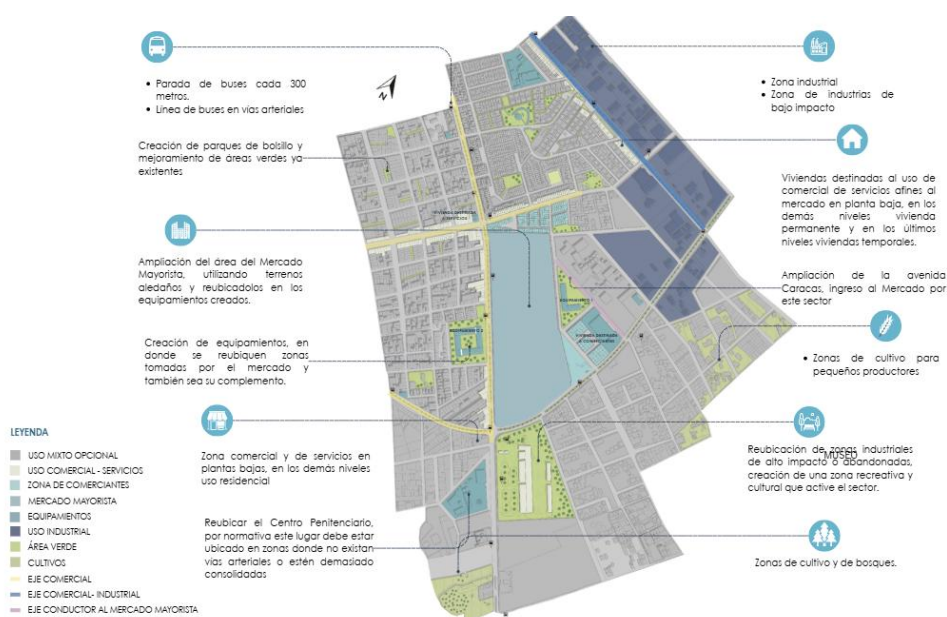
Figura 9. Análisis de riesgos



Fuente: (PDOT, 2025), Autoría propia

4.2.3 Plan masa – lineamientos

Figura 10. Lineamientos – Plan masa



Fuente: Autoría propia

4.2.4 Análisis micro

Localización

El Mercado de Productores "San Pedro de Riobamba" está ubicado en la zona sur de la ciudad de Riobamba, en su periferia, en un sector estratégico cercano al parque industrial. Esta localización lo vincula de forma adecuada con diferentes ejes estructurantes que posibilitan el acceso desde diferentes puntos de la ciudad y de los alrededores. La localización permite que en los últimos años ésta también haya experimentado un renombre crecimiento comercial, ya que la existencia del mercado mayorista se ha convertido en un ícono de la actividad económica.

El mercado se encuentra en una zona que posee la infraestructura básica y los equipamientos cercanos que le facilitan su funcionamiento. Esa gran capacidad lo sitúa como un punto neurálgico de abastecimiento de productos agrícolas y de consumo masivo, generando un alto volumen de personas y de vehículos en el día a día; lo que, a su vez, propicia dinámicas económicas y sociales en la zona, al mismo tiempo que genera problemas de movilidad y de seguridad viaria y de urbanismo.

Por añadidura, el gran volumen de negocios que conlleva tanto la llegada a la zona como de la salida de la misma en el mercado hace necesaria una adecuada atención de la logística, del transporte y de los servicios básicos para facilitar su funcionamiento. La conectividad entre el mercado y el área urbana directa pone de manifiesto la necesidad de una planificación sostenible capaz de ampliar sus beneficios y a la vez reducir sus efectos negativos, como la congestión y el deterioro de las carreteras colindantes.

Contexto socioeconómico

Según el (EMMPA, 2026):

Social

- El 75% de los comerciantes formales e informales son mujeres, muchas de ellas jefas de hogar.
- Cerca del 70% de los comerciantes provienen de zonas rurales, lo que resalta el papel del mercado como un puente entre las áreas urbanas y rurales
- El 65% de los comerciantes tiene un nivel educativo máximo de secundaria, limitando su acceso a formación en gestión empresarial o comercialización.

Figura 11. Crecimiento de la EP EMMPA



Fuente: (EMMPA, 2026), Autoría propia

Comerciantes

Según la (EMMPA, 2026), actualmente la empresa cuenta con 952 comerciantes catastrados.

Productores

Aunque no se dispone de cifras exactas sobre el número de productores que asisten semanalmente, un indicador relevante es la capacidad vehicular del mercado. Según datos de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, semanalmente ingresan aproximadamente 17,340 vehículos al mercado.

Los productores que abastecen este mercado provienen de diversas parroquias del cantón Riobamba y de cantones vecinos en la provincia de Chimborazo. (Ortega & Satan, 2022)

Parroquias del cantón

- Quimiag: Variedad de productos agrícolas.
- Licto: Legumbres y tubérculos.
- Calpi: Producción de hortalizas y cereales.
- San Juan: Productos como papas y otros tubérculos.

Cantones aledaños

- Guano: Productores de la parroquia Santa Fe de Galán
- Penipe: Productos como maíz suave (choclo) y frutas como la mora de castilla.
- Pallatanga: Proveedores de pimienta

Económico

- El Mercado Mayorista moviliza semanalmente entre el 20% y el 30% de los productos agrícolas de la provincia de Chimborazo, posicionándose como un centro regional clave.
- La papa, zanahoria, cebolla, y maíz, representa el 65% del volumen total de ventas del Mercado Mayorista.
- Un 15% de los productos proviene de países como Colombia y Perú, afectando la competitividad pero a la vez fomentando la exportación
- El 35% de los comerciantes ha identificado la especulación como una práctica recurrente, reduciendo los márgenes de ganancia de los productores.

Arrendatarios

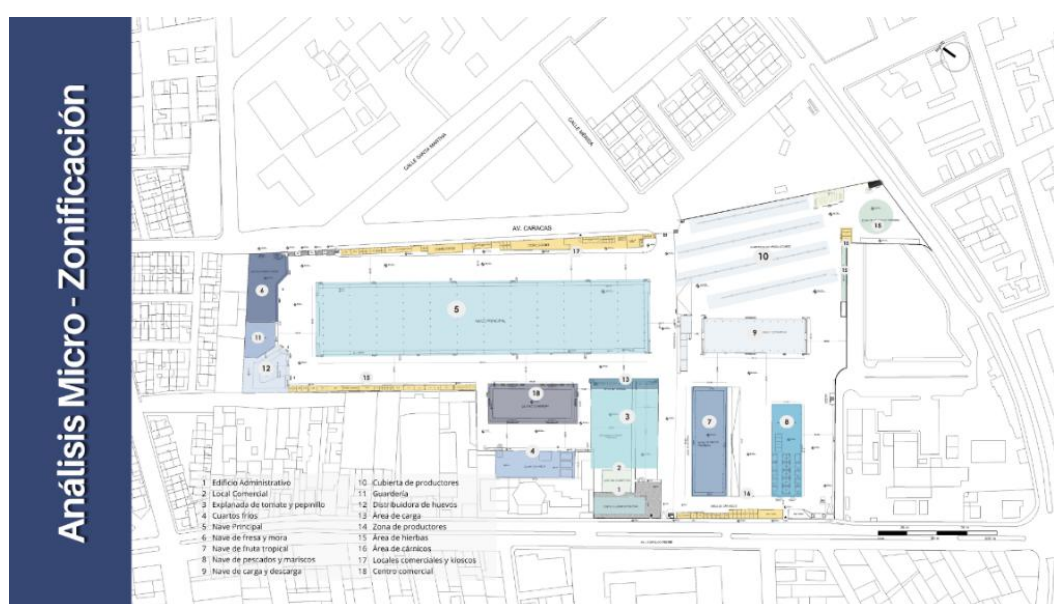
El grupo de arrendatarios más grande son los comerciantes de hortalizas y legumbres, estos se ubican en la nave principal y en las naves de productores, estos productos son los que más se exportan a ciudades del Norte y a la costa ecuatoriana.

Número de vehículos que ingresan a la empresa

Según el (EMMPA, 2026):

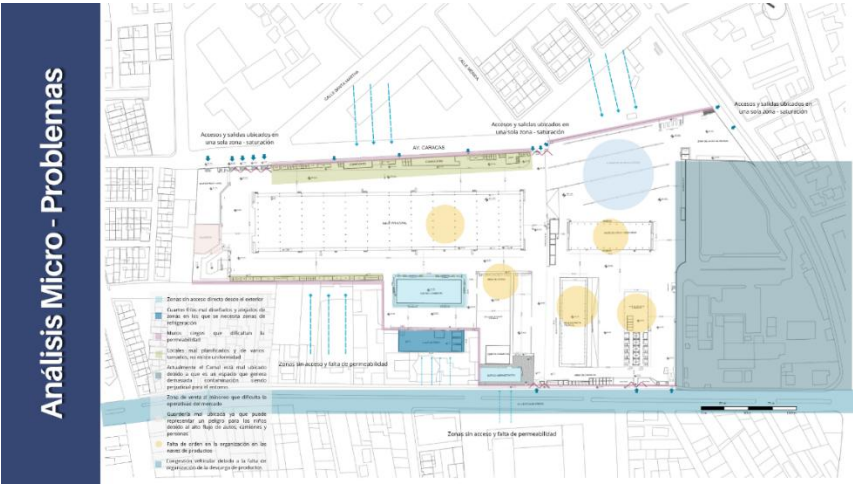
- Cada mes entran en promedio 5000 vehículos de carga incluidos, camiones, camionetas y vehículos pequeños de carga
- Mensualmente, entran 2000 vehículos de carga, en estos están incluidos tráileres y vehículos de cargas grandes.
- Mensualmente menos del 1% del total de vehículos (5000), ingresan a la empresa entre estos se encuentran los triciclos que reparten producto a otros mercados.
- En promedio la cantidad de vehículos que ingresan en la empresa durante todo el año son de 7000 a 9000 vehículos por mes entre estos están los vehículos de carga, particulares y otros medios de transporte

Figura 12. Zonificación actual del Mercado Mayorista



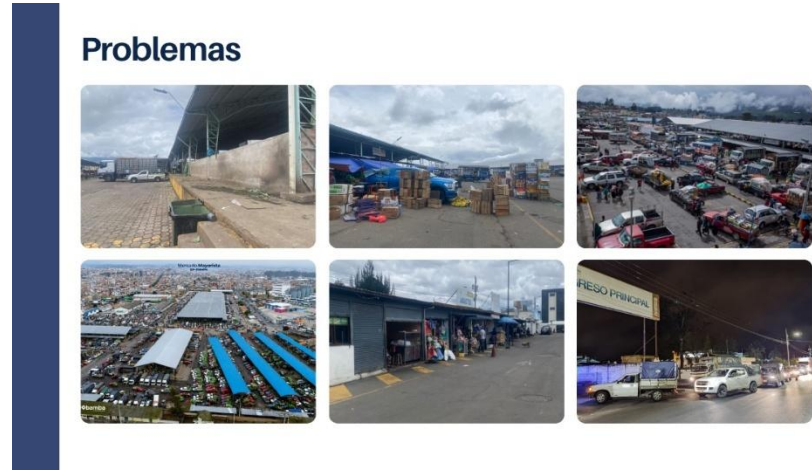
Fuente: (EMMPA, 2026), Autoría propia

Figura 13. Problemas



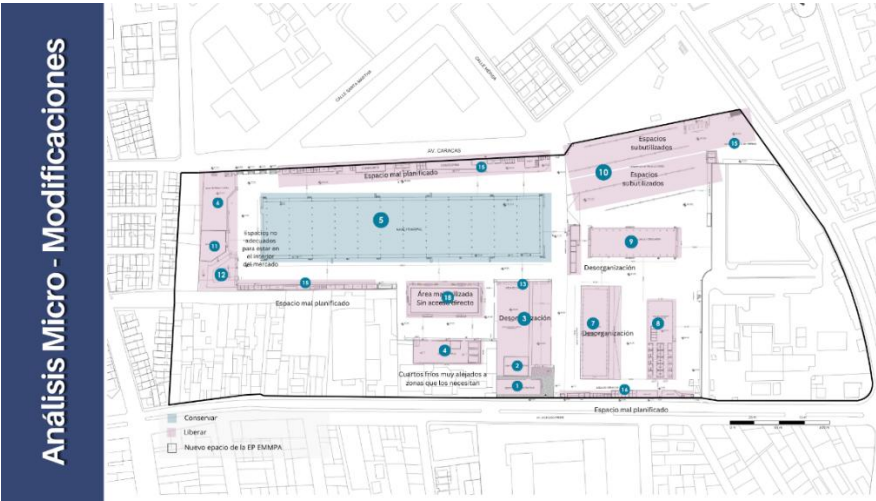
Fuente: Autoría propia

Figura 14. Fotografías



Fuente: Autoría propia

Figura 15. Modificaciones



Fuente: Autoría propia

Figura 16. Plan Masa



Fuente: Autoría propia

Según su teoría el módulo base utilizado garantiza una mayor libertad de circulación, una organización más planificada, circulaciones vehiculares y peatonales ordenadas y una estructura replicable y adaptable a diferentes zonas ubicadas en cada bloque propuesto del mercado mayorista.

Por otro lado, según Neufert, la modulación estructural debe responder tanto a criterios de economía como de repetición constructiva, buscando que el módulo permita una relación armónica entre el soporte estructural y la configuración espacial. (Neufert, 2010)

La decisión de utilizar un módulo cuadrado de 20 x 20 metros, responde a la idea de generar una proporción funcional y equilibrada en la que la repetición modular genera un orden visual y constructivo coherente con la malla elegida y los bloques del mercado.

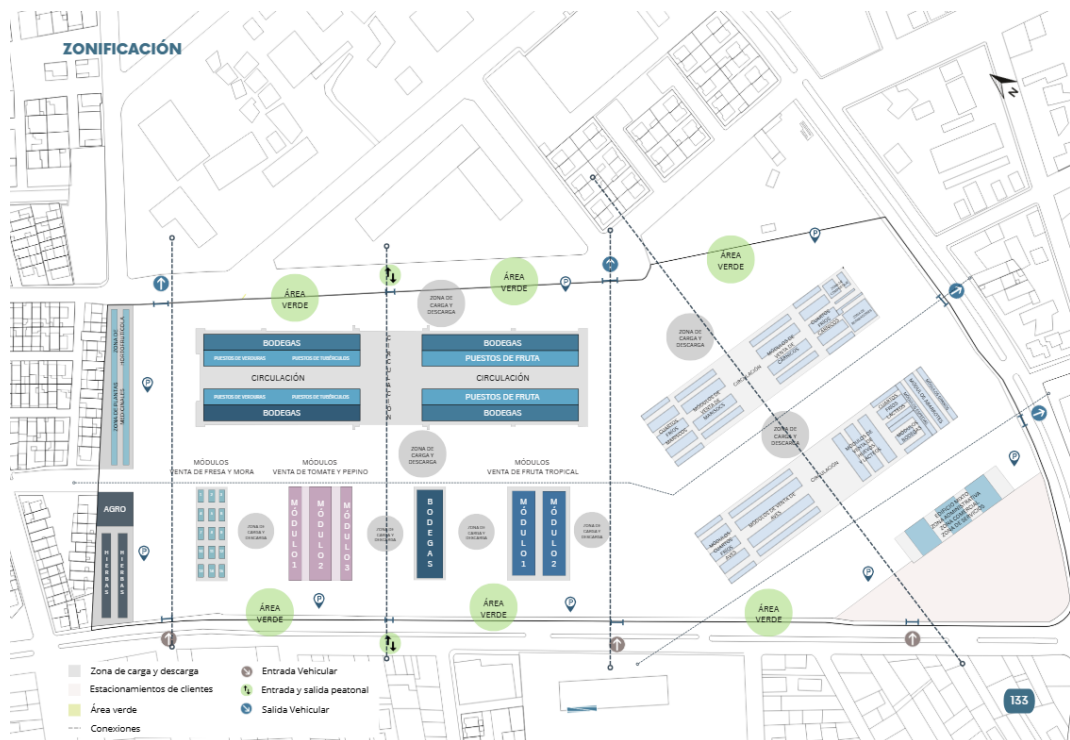
Como recurso compositivo y funcional se da una diferenciación en el tratamiento de las cubiertas. En la nave principal se observa el uso de cerchas triangulares que se usa por la necesidad de cubrir luces grandes, permitiendo grandes espacios con una optimización estructural

Para evitar la sobrecarga del uso de triángulos en la estructura, se introducen naves con cubiertas planas, esto genera un contraste volumétrico y un enmarque visual, la diferencia de alturas refuerza esta idea.

En algunas de las naves se incorpora un sistema de plataformas de carga y descarga diseñadas para mejorar la funcionalidad de operatividad de vehículos de abastecimiento. Con esta estrategia se reduce esfuerzos físicos lo que optimiza operaciones y tiempo.

5.3 Propuesta

Figura 18. Zonificación propuesta



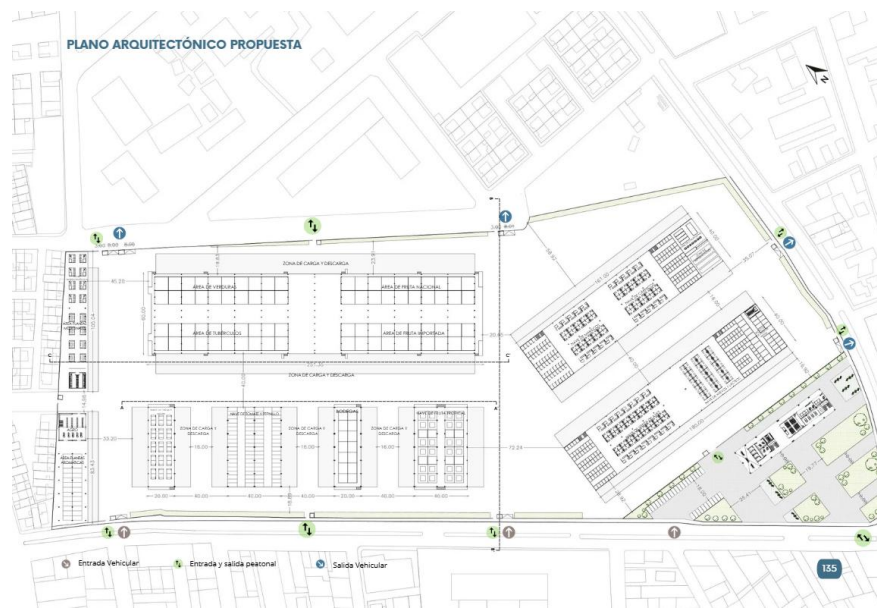
Fuente: Autoría propia

Zonificación

La propuesta arquitectónica se zonifica en 7 bloques con actividades diferenciadas.

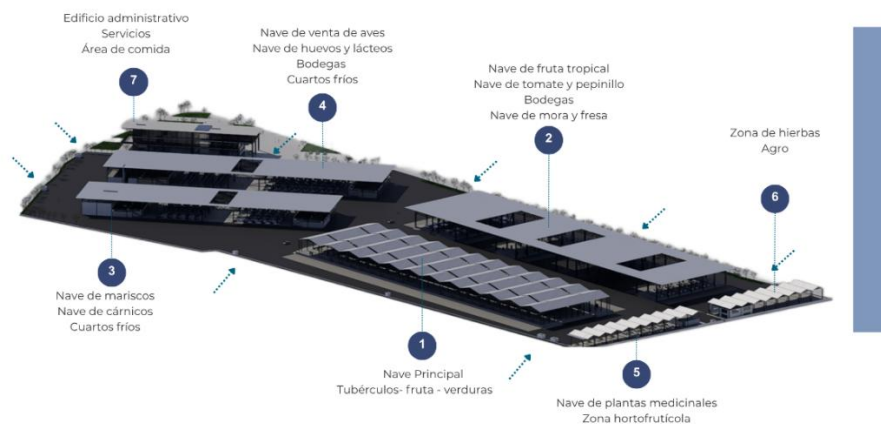
- Bloque 1: Nave principal conservada del mercado actual, en esta funciona la sección de tubérculos, fruta y verduras
- Bloque 2: Compuesta por cuatro naves, en ellas se comercializa frutas y verduras.
- Bloque 3: Dedicado para la comercialización de mariscos y cárnicos, todos con sus respectivos cuartos fríos y puestos de venta
- Bloque 4: Dedicado para la venta de aves, huevos y lácteos, todos con sus respectivos cuartos fríos, bodegas y puestos de venta
- Bloque 5 y 6: Compuesto por dos naves en donde se comercializa plantas aromáticas, hierbas y se complementa con un área hortofrutícola y un agro.
- Bloque 7: En este bloque se encuentra la zona administrativa y el área de comidas.

Figura 19. Planos propuesta



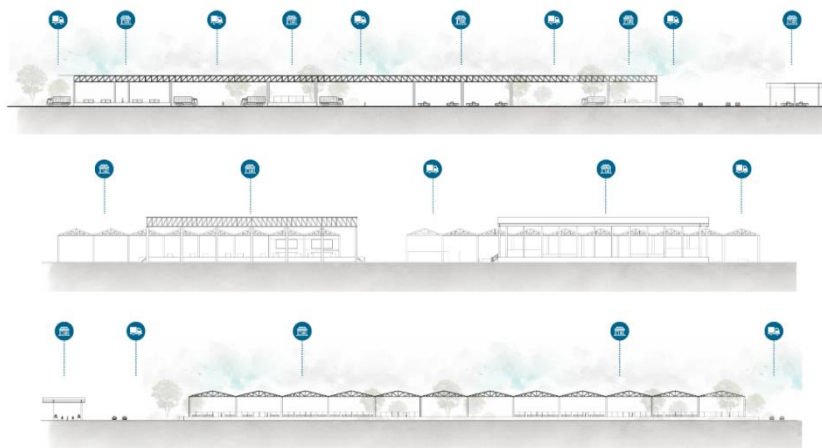
Fuente: Autoría propia

Figura 20. Isometría



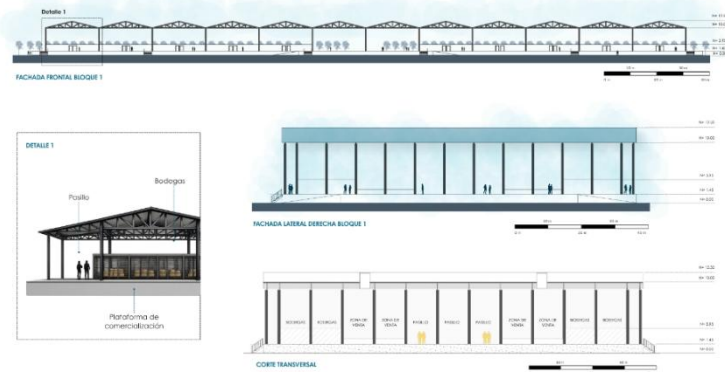
Fuente: Autoría propia

Figura 21. Cortes generales



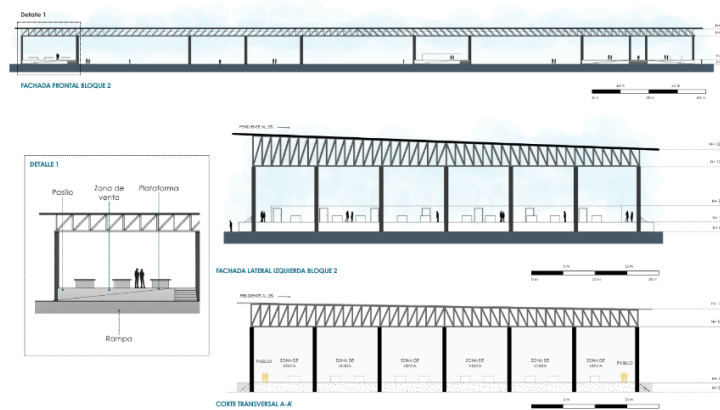
Fuente: Autoría propia
Figura 22. Bloque 1

Propuesta - Bloque 1



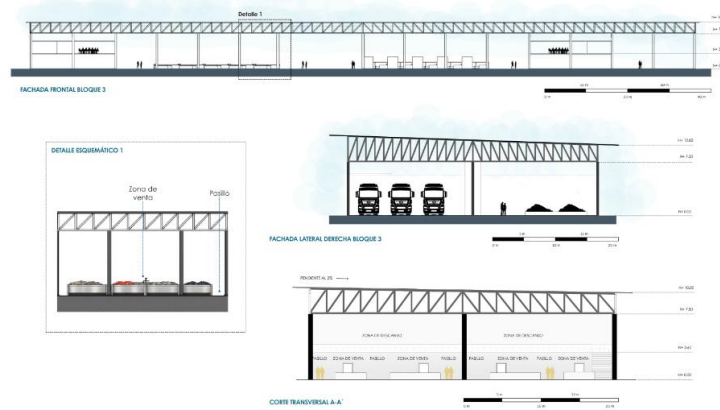
Fuente: Autoría propia
Figura 23. Bloque 2

Propuesta - Bloque 2



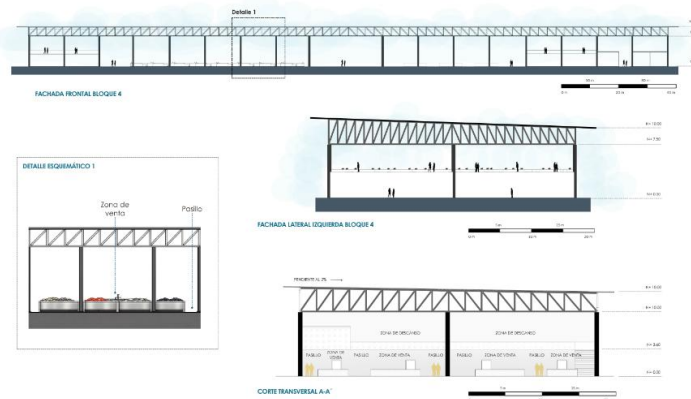
Fuente: Autoría propia
Figura 24. Bloque 3

Propuesta - Bloque 3



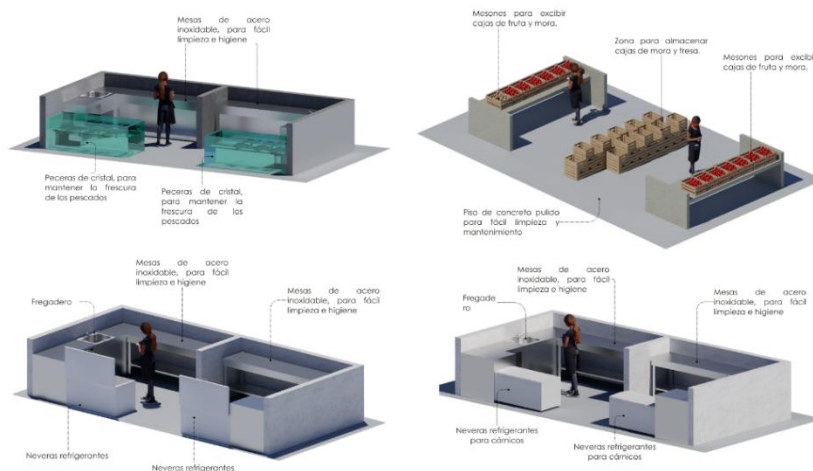
Fuente: Autoría propia
Figura 25. Bloque 4

Propuesta - Bloque 4



Fuente: Autoría propia
Figura 26. Puestos

Recomendaciones - puestos



Fuente: Autoría propia
Figura 27. Bloque 5 y 6

Propuesta - Bloque 5 y 6



Fuente: Autoría propia

Figura 28. Bloque 7

Propuesta - Bloque 7



Fuente: Autoría propia

CAPÍTULO VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones

- El desarrollo de la presente investigación permitió comprender, de manera completa la importancia de los mercados mayoristas dentro del contexto urbano, tomando como caso de estudio la Empresa Municipal Mercado de Productores de Riobamba. A partir del análisis bibliográfico, se evidenció que estos espacios cumplen con un rol estratégico en la planificación urbana, al incidir en la organización territorial, la movilidad y el abastecimiento eficiente, además de generar un impacto socioeconómico significativo mediante la dinamización de la economía local, la generación de empleo y el fortalecimiento de la seguridad alimentaria.
- Los mercados analizados como referentes priorizan la operatividad en su diseño dando más importancia a una distribución vial ordenada y la ubicación de entradas y salidas estratégicas, en la propuesta arquitectónica se pudo incorporar en un 90% estrategias exitosas vistas en los análisis de mercados mayoristas, como la sectorización y la planificación logística, en donde prima la movilidad y garantiza un comercio eficiente mediante sus flujos, logrando un tránsito ordenado y rápido.
- El análisis metodológico y el diagnóstico en escalas reflejan que muchos de los problemas identificados como la ineficiencia en la distribución, congestión en los flujos y limitaciones en los servicios tienen un origen o una solución directa en el diseño arquitectónico del mercado. La EP EMMPA presentaba un nivel de ineficiencia aproximado del 60% debido al ingreso desordenado y la falta de jerarquización vial, en este sentido, la arquitectura se convierte en una herramienta estratégica que, a través de una adecuada zonificación, jerarquización de espacios y planificación de circulaciones (peatonales y vehiculares), puede mejorar la eficiencia de operatividad del mercado.
- En la propuesta arquitectónica, se incrementa en 60% los espacios destinados para el flujo vehicular evitando así los famosos cuellos de botella y estacionamientos para vehículos de carga y descarga, reduciendo así el tiempo de espera y doble fila, gracias a la definición de rutas únicas de ingreso y salida, optimización de radios de giro y la segregación de flujos. Logrando así que el productor pierda menos tiempo dejando el producto.
- El diagnóstico integral realizado evidenció el estado actual del mercado, identificando fortalezas, pero también limitaciones en aspectos como la organización espacial, la eficiencia operativa y la gestión interna. Este análisis permitió establecer lineamientos claros para la toma de decisiones orientadas a mejorar su desempeño sin afectar su operatividad actual.
- La propuesta de intervención arquitectónica demuestra que el diseño no solo responde a criterios estéticos, sino principalmente a criterios urbanos, funcionales y sociales. Dando la oportunidad a los comerciantes de obtener entre un 60% a un 75% más de espacios para la comercialización de los productos y evitar la saturación.
- En relación con los espacios de carga y descarga, anteriormente estos procesos se realizaban de manera lenta y sin ningún tipo de control, generando pérdida de tiempo, lo que hacía que el productor logre despachar su producto en un tiempo promedio de

hasta 5 horas, al incorporar en la propuesta áreas específicas y organizadas para las distintas actividades que se desarrollan, el tiempo se reduce a aproximadamente 3 horas, lo que representa una mejora en la operatividad del mercado del 40% en eficiencia logística.

- La incorporación de principios como flexibilidad espacial, zonificación por categoría, salubridad, iluminación natural y ventilación adecuada contribuye a mejorar tanto las condiciones de trabajo de los comerciantes como la experiencia de compra de los usuarios. Además, fortalece el impacto socioeconómico del mercado al hacerlo más eficiente, atractivo y competitivo. Lo que genera un incremento de un 70% de eficiencia.

6.2 Recomendaciones

- El mercado de productores de Riobamba no debe entenderse solo como un equipamiento comercial, sino como una infraestructura urbana estratégica, donde su rediseño debe estar basado en criterios de funcionalidad y de eficiencia espacial, en esta propuesta se proyecta el mercado como un ente de desarrollo territorial, el cual beneficia a productores, comerciantes y consumidores, como a la economía de la ciudad.
- Zonificar los andenes de carga y descarga con horarios escalonados. Diferenciando con colores las vías de circulación así se evitaría accidentes en el tránsito tanto peatonal como vehicular.
- Es necesario e indispensable la reubicación del Centro de faenamiento (Camal), que se encuentra ubicado junto a la EP EMMPA. Ya que de esa manera se podrá utilizar este espacio para la ampliación de la empresa y su mejor distribución. Y mejora la salubridad tanto interna como externa lo que beneficia a las personas que viven alrededor y menora la contaminación.
- Rediseñar el mercado de productores, no debe tomarse a la ligera como pintarlo o darle retoques estéticos, es reprogramar el corazón logístico y económico de Riobamba, para que funcione por muchos años más, que permita tener espacios dignos para el productor y comerciante y así asegurar la calidad alimentaria de los consumidores.

7. BIBLIOGRAFÍA

- Agrocalidad. (2025). AGROCALIDAD.
- Ascher Francois. (2007). Nuevos principios del Urbanismo: Cambios y Desafíos.
- Carillo, E., Falconí, M., & Barriga, L. (2021). Determination of the main agricultural production items in the province of Chimborazo.
- CCA. (2021). Central de Abasto de la Ciudad de México (CEDA). https://www.cec.org/files/documents/publications/ceda_es.pdf
- Herrera, M., & Orjuela Javier. (2014). Perspectiva de Trazabilidad en la Cadena de Suministros de Frutas: Un Enfoque desde la Dinámica de Sistemas.
- Lamy, B. (2019). Sociología urbana: evolución y renacimiento.
- Lefebvre, H. (2013). La producción del espacio (1st ed.). www.fildestudio.com
- OMS, & FAO. (2022). COMO VENDEDOR. <https://iris.who.int/server/api/core/bitstreams/0b2904eb-e26f-4f3c-a149-b5a376dd1e8d/content>
- Ortega, L., & Satan, J. (2022). Propuesta para la reestructuración de la plataforma logística de la EP- EMMPA Mercado Mayorista de Riobamba. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.
- PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA. (2017). LEY ORGANICA DE EMPRESAS PUBLICAS, LOEP. www.lexis.com.ec
- PRESIDENCIA DE LA REPUBLICA. (2019). CODIGO ORGANICO DE ORGANIZACION TERRITORIAL, COOTAD. www.lexis.com.ec
- Rafael Ángel Bravo. (2024, December 8). Los mercados populares como entornos para el desarrollo de procesos socioculturales en el continente americano.
- Rodriguez Edgar. (2018). Identificación de prácticas en la gestión de la cadena de suministro sostenible para la industria alimenticia.
- Suárez, L. (2023). INFLUENCIA DE LA LOGÍSTICA EN LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS EN LA EP- EMMPA RIOBAMBA. UNACH.
- Tobar Miranda, L., Saint Albin Cedeño, G. H., Carreño Ortega, S. C., Bolivar Chirinos, A. N., & Murillo Valverde, R. I. (2024). Análisis de la Gestión Empresarial en el Mercado Mayorista Montebello en Guayaquil. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 8(4), 4356–4369. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i4.12661
- A. MOLLÁ, A. B. (2000). decisiones de marketing.
- Agrocalidad. (2025). Agrocalidad. Obtenido de <https://www.agrocalidad.gob.ec/wp-content/uploads/2020/05/113.pdf>
- Aires, C. M. (2016). Mercado Central de Buenos Aires. Obtenido de Mercado Central de Buenos Aires: <https://www.mercadocentral.gob.ar/>
- Arquitectura, A. (2020). Obtenido de <https://www.archdaily.cl/cl/907214/mercados-ejemplos-de-arquitectura-en-planta-y-seccion>
- Braudel, F. (1985). The Structures of Everyday Life. Obtenido de <https://on-air.caricomassimo.org/media/pages/airchive/the-structures-of-everyday-life/782b1c2ad4-1715897949/braudel-fernand-civilization-and-capitalism-vol.-1.pdf>
- CEDA, L. (19 de Marzo de 2019). La CEDA. Obtenido de La CEDA: <https://estrategiaaduanera.mx/la-ceda-origen-e-historia-de-la-actual-central-de-abasto-parte-4/>
- city, M. (13 de Abril de 2026). Central de Abasto. Obtenido de Central de Abasto: <https://mexicocity.cdmx.gob.mx/venues/central-de-abasto/>
- Drucker, P. (1975). La Gerencia, Tareas, Responsabilidad y Prácticas. Buenos Aires: El Ateneo. Obtenido de <https://es.scribd.com/document/404641140/LA-GERENCIA-TAREAS-RESPONSABILIDAD-Y-PRACTICAS-doc>
- EMMPA, E. (2026). EP EMMPA. Obtenido de <https://www.ep-emmpa.gob.ec/>
- Gómez, G. (2020). Planeación y organización de empresas.
- Hollenstein Müller, P. O. (2021). El mercado agroalimentario en disputa: historia agraria, economía popular, modernización estatal y privatización encubierta en Ecuador (1850-2017). Obtenido de <https://repositorio.uasb.edu.ec/items/15bda0d4-e89a-4940-bb35-f29f722cc1a8>
- INEC. (2025). INEC. Obtenido de INEC: <https://censoecuador.ecudatanalytics.com/>

INEN. (2016). MERCADOS SALUDABLES. REQUISITOS. Obtenido de MERCADOS SALUDABLES. REQUISITOS: <https://www.gob.ec/regulaciones/norma-tecnica-ecuatoriana-nte-inen-26872013-mercados-saludables-requisitos>

Jacobs, J. (1961). The DEATH and LIFE of GREAT AMERICAN CITIES. Obtenido de https://www.petkovstudio.com/bg/wp-content/uploads/2017/03/The-Death-and-Life-of-Great-American-Cities_Jane-Jacobs-Complete-book.pdf

Jessenia Vives, C. N. (2020). Análisis económico del cantón Riobamba en ecuador durante el “Correato”. Obtenido de Análisis económico del cantón Riobamba en ecuador durante el “Correato”: <https://www.redalyc.org/journal/153/15365453005/html/>

Knox, P. &. (2004). <https://ddd.uab.cat/pub/tesis/2003/tdx-0611104-145749/rbd2de4.pdf>. Obtenido de <https://ddd.uab.cat/pub/tesis/2003/tdx-0611104-145749/rbd2de4.pdf>

Kotler, P. (2006). Dirección de Marketing (Segunda ed.). doi:0-13-145757-8

Marshall, A. (5 de Febrero de 2018). Principles of Economics. Obtenido de ECONLIB Books: <https://www.econlib.org/library/Marshall/marP.html>

Marx, K. (1867). El Capital. Obtenido de https://www.solidaridadobrero.org/ateneo_nacho/libros/Karl%20Marx%20-%20El%20Capital.pdf

mercamadrid. (2019). mercamadrid. Obtenido de mercamadrid: <https://www.mercamadrid.es/>

Mercasa. (2021). Mercamadrid. Obtenido de Mercamadrid: <https://www.mercasa.es/merca/mercamadrid/>

México, C. d. (2021). Central de Abasto de la Ciudad de México. Obtenido de Central de Abasto de la Ciudad de México: https://www.cec.org/files/documents/publications/ceda_es.pdf

Mumford, L. (1970). Obtenido de https://monoskop.org/images/5/5a/Mumford_Lewis_The_Culture_of_Cities.pdf

Oca, J. M. (2023). Trueque. Obtenido de Trueque: <https://economipedia.com/definiciones/trueque.html>

PDOT. (2025). PDOT. Obtenido de PDOT: <https://www.gadmriobamba.gob.ec/index.php/la-municipalidad/la-alcaldia/plan-de-desarrollo-y-ordenamiento/10-1-4-nuevo-codigo-urbano>

Plazola. (1997). Enciclopedia de Arquitectura. México: Plazola editores.

8. ANEXOS



