



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO

**FACULTAD DE INGENIERÍA
CARRERA DE ARQUITECTURA**

Intervención urbano – arquitectónica del mercado mayorista de la
ciudad de Latacunga

Trabajo de Titulación para optar al título de Arquitecto

Autor:

Mata Molina Byron Stalin

Tutor:

Mgs. Erick Fabricio Nieto Páez

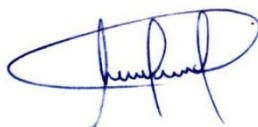
Riobamba, Ecuador. 2026

DECLARATORIA DE AUTORÍA

Yo, Byron Stalin Mata Molina, con cédula de ciudadanía 0503803405, autor del trabajo de investigación titulado: **“Intervención urbano – arquitectónica del mercado mayorista de la ciudad de Latacunga”**, 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, 14 de noviembre de 2025



Byron Stalin Mata Molina

C.I: 0503803405

DICTAMEN FAVORABLE DEL TUTOR

Quien suscribe, Mgs. Arq. Erick Fabricio Nieto Páez, catedrático adscrito a la Facultad de Ingeniería, por medio del presente documento certifico haber asesorado y revisado el desarrollo del trabajo de investigación. **“INTERVENCIÓN URBANO ARQUITECTÓNICA DEL MERCADO MAYORISTA DE LA CIUDAD DE LATACUNGA”**, bajo la autoría de **Byron Stalin Mata Molina**; 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 06 días del mes de enero de 2026.



Mgs. Erick Fabricio Nieto Páez
TUTOR

CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

Quienes suscribimos, catedráticos designados Tutor y Miembros del Tribunal de Grado para la evaluación del trabajo de investigación **“Intervención urbano –arquitectónica del mercado mayorista de la ciudad de Latacunga”**, presentado por **Byron Stalin Mata Molina**, con CI: 0503803405, bajo la tutoría de **Arq. Erick Fabricio Nieto Páez**, certificamos que recomendamos la **APROBACIÓN** de este con fines de titulación.

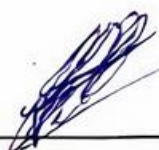
Previamente se ha asesorado durante el desarrollo, revisado y evaluado el trabajo de investigación escrito y escuchada la sustentación por parte de su autor; no teniendo nada que observar.

De conformidad a la normativa aplicable firmamos, en Riobamba 06 de enero de 2026.

Mgs. Arq. Stephanie Gabriela Luna Machado
PRESIDENTA DEL TRIBUNAL DE GRADO


Firma

Mgs. Arq. Victor Elias Molina Ruiz
MIEMBRO DEL TRIBUNAL


Firma

Mgs. Arq. Paul Eduardo Garcia Gavidia
MIEMBRO DEL TRIBUNAL


Firma



Dirección
Académica
VICERRECTORADO ACADÉMICO

en movimiento



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

CERTIFICACIÓN

Que, **MATA MOLINA BYRON STALIN** con CC: **0503803405**, estudiante de la Carrera de **ARQUITECTURA**, Facultad de **INGENIERÍA**; ha trabajado bajo mi tutoría el trabajo de investigación titulado **"INTERVENCIÓN URBANO - ARQUITECTÓNICA DEL MERCADO MAYORISTA DE LA CIUDAD DE LATACUNGA"**, cumple con el **8%**, de acuerdo al reporte del sistema Anti plagio **COMPILATIO**, porcentaje aceptado de acuerdo a la reglamentación institucional, por consiguiente autorizo continuar con el proceso.

Riobamba, 05 de enero del 2026



ERICK FABRICIO
NIETO PÁEZ

Mgs. Erick Fabricio Nieto Páez
TUTOR

DEDICATORIA

Este trabajo le dedico a mi madre, Cecilia de Lourdes Molina Velasco por su amor incondicional, su apoyo constante y su sabiduría. Gracias por ser mi inspiración y guía en los momentos difíciles. A mi padre, Mentor Alonso Mata Campaña quien, aunque ya no está físicamente conmigo, siempre estará presente en mi corazón y en mis pensamientos. Gracias por tu amor, tus enseñanzas y por ser un ejemplo de lucha y dedicación. Este trabajo es un homenaje a tu legado y a todo lo que me enseñaste. A mis profesores y mentores, por su paciencia, conocimiento y orientación en el transcurso académico. Sus enseñanzas han dejado un recuerdo imborrable en mi formación profesional y personal. Con todo mi amor y gratitud, esta tesis está dedicada a ustedes.

AGRADECIMIENTO

"Quiero expresar mi más profundo agradecimiento a toda mi familia y amigos que, de una u otra manera, formaron parte de mi proceso de estudios.

En primer lugar, a Dios, por darme la fortaleza y la sabiduría necesaria para llevar a cabo la culminación del proyecto de investigación.

A mi madre, por su amor incondicional, su apoyo constante en el proceso de etapa de formación y por su paciencia infinita. Tu confianza en mí ha sido una motivación constante para poder terminar mis estudios.

A la memoria de mi padre, quien siempre estará presente en mi corazón. Gracias por enseñarme el valor del esfuerzo y la perseverancia que día a día me ayudan a culminar con mis metas. Este logro es también tuyo.

A mi hermana, por su apoyo incondicional y comprensión durante todo este proceso. Gracias por estar siempre ahí para animarme y brindarme tu cariño.

A mi tutor, Arq. Erick Nieto, por guiarme desde el inicio de la tesis, de la mejor manera, dándome consejos para su desarrollo, guiándome, compartiéndome nuevos conocimientos y motivándome para la terminación del proyecto de tesis."

ÍNDICE GENERAL

DECLARATORIA DE AUTORÍA

DICTAMEN FAVORABLE DEL TUTOR

CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

CERTIFICADO ANTIPLAGIO

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTO

INDICE GENERAL

ÍNDICE DE TABLAS

ÍNDICE DE FIGURAS

RESUMEN

ABSTRACT

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN	21
1.1 Antecedentes	21
1.2 Planteamiento del problema.	22
1.3 Justificación	25
1.4 Objetivo general.....	26
1.5 Objetivos específicos	26
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO	27
2.1 Mercado	27
2.1.1 Teorías de Mercados.....	27
2.2 Importancia de los mercados	29
2.2.1 Tipos de mercados	30
2.3 Evolución de los mercados y su habitabilidad.....	32
2.4. Zonas Urbanas	33
2.4.1 Relación entre mercados y zonas urbanas.....	34
2.5 Mercado como lugar de encuentro	35

2.6 Relación de espacio público y mercado	36
2.7 Mercado como eje de ciudad	36
2.7.1 Mercado como Núcleo Económico	37
2.7.2 Mercado como Espacio Social	37
2.7.3 Mercado y Planeación Urbana	37
2.8 Lineamientos constituciones para ser considerados	37
CAPÍTULO III. METODOLOGÍA	40
3.1 Diseño de la Investigación.....	40
3.2 Tipo de Investigación.....	40
3.3 Nivel de Investigación	40
3.4 Modalidad de la investigación.....	41
3.5 Método	41
3.6 Procedimiento y técnicas de investigación.....	41
3.7 Población de estudio y tamaño de la muestra.....	41
3.8 Capítulo de proyecto	43
CAPÍTULO IV. REFERENTES	44
4.1 Mercado 9 de Octubre.....	44
4.1.1 Problemática.....	44
4.1.2 Movilidad	45
4.1.3 Análisis Biofísico	45
4.1.4 Análisis Socio Cultural.....	46
4.1.5 Eje de conexión	46
4.1.6 Análisis Económico	46
4.1.7 Flora y fauna.....	47
4.1.8 Función.....	47
4.1.9 Estrategias de intervención.....	48
4.2 Mercado Roma.....	49
4.2.1 Problemática.....	49
4.2.2 Movilidad	49
4.2.3 Análisis Biofísico	50

4.2.4 Análisis Socio Cultural.....	51
4.2.5 Eje de conexión	51
4.2.6 Análisis Económico.....	52
4.2.7 Flora y fauna.....	52
4.2.8 Función.....	53
4.2.9 Estrategias de intervención.....	54
4.3 Mercado Braga.....	54
4.3.1 Problemática.....	55
4.3.2 Movilidad	55
4.3.3 Análisis Biofísico	56
4.3.4 Análisis Socio Cultural.....	56
4.3.5 Eje de conexión	57
4.3.6 Análisis Económico.....	57
4.3.7 Flora y fauna.....	58
4.3.8 Función.....	58
4.3.9 Estrategias de intervención.....	60
CAPÍTULO V. ANÁLISIS.....	61
5.1 Análisis macro.....	61
5.1.1 Localización	61
5.1.2 Historia de Latacunga.....	61
5.2 Población y demografía	62
5.2.1 Total de viviendas.....	63
5.3 Cuencas hidrográficas.....	63
5.3.1 Recolección de desechos.....	64
5.3.2 Inundaciones.....	65
5.4 Producción agropecuaria	66
5.4.1 Infraestructura de producción.....	67
5.5 Equipamiento	68
5.5.1 Jerarquización vial.....	69
5.5.2 Recorridos comerciantes	70

5.5.3 Transporte público.....	70
5.5.4 Transporte público línea 3	71
5.6 Delimitación meso	73
5.7 Componente Biofísico	74
5.7.1 Vegetación Urbana	74
5.7.2 Flora y fauna.....	75
5.7.3 Asoleamiento y vientos	76
5.7.4 Topografía.....	76
5.7.5 Gestión de residuos	77
5.8 Componente Sociocultural.....	78
5.8.1 Seguridad.....	78
5.9 Componente Económico.....	79
5.9.1 Uso de suelo planta baja.....	79
5.10 Componente Asentamientos humanos y Movilidad	80
5.10.1 Trazado de vías	80
5.10.2 Materialidad de vías	84
5.10.3 Estado de vías	84
5.10.4 Llenos y vacíos	85
5.10.5 Altura de edificaciones	86
5.10.6 Equipamientos	87
5.10.7 Red de energía eléctrica	88
5.10.8 Red de alcantarillado	89
5.11 FODA.....	91
5.11.1 FODA Componente Biofísico	91
5.11.2 FODA Componente Sociocultural.	91
5.11.3 FODA Componente Asentamientos Humanos y Movilidad	92
CAPÍTULO VI. ESTRATEGIAS URBANAS	93
6.1 Descripción de proyectos.....	93
6.2 Componente Sociocultural.....	93
6.2.1 Centro Gastronómico.	94

6.2.2 Centro de interpretación cultural.....	94
6.2.3 Rehabilitación del parque el Ejido	94
6.2.4 Parque lineal.....	95
6.3 Componente biofísico.....	96
6.3.1 Senderos temáticos.....	96
6.3.2 Zona de protección de ríos.....	97
6.3.3 Regeneración de riberas.....	97
6.3.4 Huertos urbanos.....	98
6.3.5 Mirador ecológico.....	98
6.4 Componente económico.....	99
6.4.1 Intervención del Mercado Mayorista.....	99
6.4.2 Mercado de Flores.....	100
6.4.3 Mercado de Artesanías.....	100
6.5 COMPONENTE ASENTAMIENTOS HUMANOS Y MOVILIDAD	101
6.5.1 Ciclovías.....	101
CAPÍTULO VII. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	102
7.1 Conclusiones.....	102
7.2 Recomendaciones.....	103
CAPÍTULO VIII. PROPUESTA URBANO ARQUITECTÓNICA.....	104
8.1 Estado actual.....	104
8.2 Criterios de diseño.....	109
8.3 Composición volumétrica.....	110
8.4 Programa arquitectónico.....	111
8.5 Propuesta de vegetación	112
8.6 Propuesta de materialidad	113
8.7 Propuesta Arquitectónica	114
8.7.1 Implantación.....	114
8.7.2 Planta Baja General.....	114
8.7.3 Planta Baja Mercado de hortalizas	115

8.7.4 Fachadas	116
8.7.5 Cortes.....	117
8.7.6 Planta Mercado de papas.....	118
8.7.7 Fachadas Mercado de papas.....	119
8.7.8 Planta Mercado de flores.....	120
8.7.9 Fachadas Mercado de flores.....	121
8.7.10 Planta Centro de Interpretación Cultural.....	122
8.7.11 Fachadas Centro de Interpretación Cultural.....	123
8.7.12 Planta Baja Mercado de mariscos y carnes	124
8.7.13 Fachadas Mercado de mariscos y carnes	125
8.8 Detalles constructivos	126
BIBLIOGRAFÍA.....	127
ANEXOS.....	129

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. FODA componente biofísico.....	91
Tabla 2. FODA componente sociocultural	91
Tabla 3. FODA componente asentamientos humanos y movilidad	92
Tabla 4. Descripción de equipamientos	93
Tabla 5. Programa arquitectónico mercado zonal	111
Tabla 6. Programa arquitectónico	111

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Área de estudio del mercado mayorista.....	22
Figura 2. Falta de infraestructura adecuada en el mercado mayorista.....	23
Figura 3. Desconexión física y visual en el mercado mayorista.....	24
Figura 4. Cuadro de problemática.....	24
Figura 5. Diagrama de metodología.....	43
Figura 6. Mercado 9 de Octubre	44
Figura 7. Problemática del Mercado 9 de Octubre	44
Figura 8. Transporte público y ciclovía	45
Figura 9. Esquema de iluminación natural.....	45
Figura 10. Esquema espacio público.....	46
Figura 11. Esquema análisis económico	46
Figura 12. Esquema de flora y fauna	47
Figura 13. Planta Subsuelo.....	47
Figura 14. Planta Baja	48
Figura 15. Planta Alta.....	48
Figura 16. Mercado Roma.....	49
Figura 17. Problemática del Mercado Roma	49
Figura 18. Esquema de transporte público.....	50
Figura 19. Esquema de iluminación natural.....	50
Figura 20. Análisis sociocultural del Mercado Roma.....	51
Figura 21. Esquema de espacio público	51
Figura 22. Esquema análisis económico	52
Figura 23. Esquema de flora y fauna	52
Figura 24. Zonificación Planta Baja.....	53
Figura 25. Zonificación Planta Mezzanine	53
Figura 26. Zonificación Planta Segundo Nivel.....	54
Figura 27. Zonificación Planta Tercer Nivel.....	54
Figura 28. Mercado Braga.....	55
Figura 29. Problemática del Mercado Braga	55
Figura 30. Contexto urbano del Mercado Braga.....	56
Figura 31. Esquema de iluminación natural.....	56
Figura 32. Análisis sociocultural.....	57
Figura 33. Esquema de espacio público	57
Figura 34. Esquema de análisis económico	57
Figura 35. Esquema de flora	58

Figura 36. Diagrama de edificio preexistente	58
Figura 37. Esquema modulación de espacios	59
Figura 38. Esquema de circulación perpendicular y perimetral.	59
Figura 39. Zonificación Planta Subsuelo	59
Figura 40. Zonificación Planta Baja.....	60
Figura 41. Localización lugar de intervención.....	61
Figura 42. Historia de Latacunga	61
Figura 43. Límite urbano de Latacunga	62
Figura 44. Población zona urbana y rural del cantón Latacunga.....	62
Figura 45. Esquema total de viviendas	63
Figura 46. Mapeo Cuencas hidrográficas	63
Figura 47. Mapeo de recolección de desechos sólidos	64
Figura 48. Mapeo de inundaciones	65
Figura 49. Mapeo de producción agropecuaria.....	66
Figura 50. Mapeo Infraestructura de apoyo a la producción	67
Figura 51. Mapeo de equipamientos	68
Figura 52. Jerarquización vial	69
Figura 53. Mapectos recorridos de comerciantes	70
Figura 53. Mapectos recorridos de comerciantes	71
Figura 55. Mapeo de transporte público Mercado Mayorista.....	72
Figura 56. Delimitación escala meso	73
Figura 57. Mapeo de vegetación Urbana	74
Figura 58. Mapeo de fauna.....	75
Figura 59. Mapeo de asoleamiento y viento.	76
Figura 60. Mapeo de topografía	77
Figura 61. Mapeo gestión de residuos.....	78
Figura 62. Mapa de seguridad.....	79
Figura 63. Mapeo uso de suelo planta baja.	80
Figura 64. Mapeo de trazado de vías	81
Figura 65. Esquemas vía arterial tipo A	81
Figura 66. Esquema vía arterial tipo B	82
Figura 67. Esquema vía colectora tipo A	83
Figura 68. Esquema vía local tipo B	83
Figura 69. Mapeo materialidad de vías	84
Figura 70. Mapeo estado de vías.....	85
Figura 71. Mapeo edificado	86
Figura 72. Mapeo altura de edificaciones	87

Figura 73. Mapeo de equipamientos	88
Figura 74. Mapeo red de energía eléctrica	89
Figura 75. Mapeo red de alcantarillado.....	90
Figura 76. Mapeo componente sociocultural	93
Figura 77. Diagramas centro gastronómico	94
Figura 78. Diagramas centro de interpretación cultural.....	94
Figura 79. Diagrama rehabilitación del parque el Ejido	95
Figura 80. Esquema parque lineal	95
Figura 81. Mapeo componente biofísico.....	96
Figura 82. Esquemas senderos temáticos.....	97
Figura 83. Esquemas zona de protección de ríos	97
Figura 84. Diagramas de regeneración de riberas.....	97
Figura 85. Esquemas de huertos urbanos.....	98
Figura 86. Diagrama de mirador ecológico	98
Figura 87. Mapeo componente económico	99
Figura 88. Diagramas intervención del mercado Mayorista.....	99
Figura 89. Esquemas mercado de flores	100
Figura 90. Esquemas mercado de artesanías.....	100
Figura 91. Mapeo componente asentamientos humanos y movilidad	101
Figura 92. Esquemas de ciclovías	101
Figura 93. Estado actual bloque de abastos 1	104
Figura 94. Estado actual bloque de abastos y bodegas 2	104
Figura 95. Análisis de composición y problemáticas en fachadas.....	105
Figura 96. Estado actual bloque de tomates.....	105
Figura 97. Análisis de problemáticas en fachadas del bloque de tomates	106
Figura 98. Estado actual bloque frutas de la costa.....	106
Figura 99. Análisis de fachadas bloque frutas y verduras.....	107
Figura 100. Estado actual bloque de papas.	107
Figura 101. Análisis de problemáticas en fachadas del bloque de papas .	108
Figura 102. Zonificación actual del mercado mayorista.....	108
Figura 103. Zonificación de conservación y remplazo de edificaciones..	109
Figura 104. Zonificación del mercado zonal	109
Figura 105. Esquemas de implantación volumétrica	110
Figura 106. Esquemas de composición volumétrica.....	110
Figura 107. Propuesta vegetación de arboles.....	112
Figura 108. Propuesta vegetación de arbustos	112
Figura 109. Propuesta materialidad de pisos	113

Figura 110. Propuesta de materialidad de pisos zona de paseo botánico .	113
Figura 111. Implantación.....	114
Figura 112. Planta Baja General Esc: 1/900	114
Figura 113. Planta Baja Mercado de hortalizas.	115
Figura 114. Planta Alta N+5,36.....	116
Figura 115. Fachadas mercado de hortalizas.	117
Figura 116. Cortes longitudinal y transversal	117
Figura 117. Planta Baja Mercado de papas	118
Figura 118. Fachadas Mercado de papas	119
Figura 119. Planta Baja Mercado de flores.	120
Figura 120. Fachadas Mercado de flores.	121
Figura 121. Planta Baja Centro de Interpretación Cultural.....	122
Figura 122. Fachadas Centro de Interpretación Cultural	123
Figura 123. Planta Baja Mercado de mariscos y carnes	124
Figura 124. Fachadas Mercado de mariscos y carnes.....	125
Figura 125. Detalles constructivos.....	126
Figura 126. Detalle escantillón envolvente.....	126

RESUMEN

El presente estudio se centra en un análisis urbano y arquitectónico del mercado mayorista ubicado en la parroquia Eloy Alfaro, dentro del cantón Latacunga, en la provincia de Cotopaxi. Esta área enfrenta serios problemas de movilidad durante los días de feria, especialmente en la Avenida Eloy Alfaro, antigua Panamericana E35, y la calle Buenos Aires, que son las principales vías de conexión con la provincia de Pichincha y el núcleo urbano de Latacunga. Además, se trata de una zona consolidada, caracterizada por importantes instalaciones como la Universidad Técnica de Cotopaxi y diversas unidades educativas. También cuenta con un sector comercial e industrial junto con áreas residenciales, lo que contribuye a un alto flujo vehicular y peatonal.

Este análisis permitió identificar deficiencia de áreas verdes, lo que genera problemas urbanos por falta de espacios de sombra, contaminaciones visuales y ambiental, formando islas de calor y mal manejo de residuos que desfogon en los ríos cercanos.

Así también, la falta de mantenimiento ha provocado la oxidación de la estructura metálica, desgaste de las cubiertas, agrietamientos y desprendimiento de mamposterías; no presenta una evaluación adecuada de tráfico vehicular en las vías internas, causando un conflicto de circulación vehicular sin priorizar al peatón, no contempla paradas externas adecuadas para el transporte público, lo que dificulta el traslado de los ciudadanos.

Esta propuesta, busca generar soluciones en el mercado mayorista y en el entorno inmediato, con un análisis urbano que permite integrar áreas verdes, espacios de cohesión social y esparcimiento, ciclo vías y ejes peatonales que permitan articular la zona urbana con el mercado; el diseño considera el entorno socio cultural y económico de la ciudad, como también el biofísico, asentamientos humanos y movilidad, verificando el área de construcción existente con un análisis formal y funcional de la estructura.

Palabras Clave: Mercado, espacio público, movilidad, socio cultural, tráfico, peatones, interacción social, equipamientos, islas de calor, traslado, biofísico, comercio.

ABSTRACT

This study focuses on an urban and architectural analysis of the wholesale market in the parish of Eloy Alfaro, in the canton of Latacunga, province of Cotopaxi. This area faces serious mobility problems during market days, especially on Eloy Alfaro Avenue (formerly Panamericana E35) and Buenos Aires Street, the main roads connecting the province of Pichincha with the urban center of Latacunga. In addition, it is a consolidated area, characterized by major facilities, including the Technical University of Cotopaxi and various educational institutions. It also has a commercial and industrial sector along with residential areas, which contributes to high vehicle and pedestrian traffic. This analysis identified a lack of green areas, which generates urban problems due to a lack of spare space, visual and environmental pollution, the formation of islands of color, and poor waste management that ends up in nearby rivers. Likewise, the lack of maintenance has caused the metal structure to rust, the roofs to wear out, and the masonry to crack and fall off. There is no adequate assessment of vehicular traffic on internal roads, leading to conflicts in vehicular circulation without prioritizing pedestrians. There are no adequate external stops for public transportation, which makes it difficult for citizens to get around. This proposal seeks to generate solutions for the wholesale market and the immediate environment, with an urban analysis that integrates green areas, spaces for social cohesion and recreation, bike lanes, and pedestrian walkways connecting the urban area with the market. The design considers the city's socio-cultural and economic environment, as well as its biophysical environment, human settlements, and mobility, and verifies the existing construction area through a formal and functional analysis of the structure.

Keywords: Market, public space, mobility, socio-cultural, traffic, pedestrians, social interaction, facilities, heat islands, transportation, biophysical, commerce.



Reviewed by:

Mgs. Hugo Romero

ENGLISH PROFESSOR

C.C. 0603156258

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

1.1 Antecedentes

La economía informal en los mercados está ampliamente extendida a nivel global. Se estima que alrededor de dos mil millones de trabajadores, es decir, aproximadamente el 60% de la población mundial, participan en este sector (Pilaguano, 2022). En numerosos países, el empleo informal constituye una parte considerable de la economía y del ámbito laboral, desempeñando un papel relevante en la producción, la generación de empleo y la obtención de ingresos (Loja, 2022).

Sin embargo, la informalidad supone un mayor grado de vulnerabilidad y precariedad para los trabajadores. Incluso, su efecto adverso se destaca como un hecho relacionado a la renta, seguridad y salud en el trabajo, así como respecto de las condiciones laborales en general (Quinnancela, 2022).

La informalidad en América Latina y el Caribe configura uno de los rasgos propios de los mercados laborales. De acuerdo con datos de la Organización Internacional del Trabajo, el 53,1% de los trabajadores de esta región, equivalente a 130 millones de personas, estaba empleado de forma informal en 2016 (Loja, 2022).

Según Loja (2022), los mercados son fundamentales para el progreso sociocultural, económico y biofísico de las ciudades, lo que requiere un enfoque integral: “considerar todo el ecosistema de los mercados”, que incluye a sus actores sociales, como los comerciantes mayoristas, minoristas y los residentes de la ciudad. Desde la perspectiva del urbanismo, Bravo (2024) sugiere que es necesario ir más allá del enfoque tradicional hacia los mercados históricos, que se centra únicamente en el equipamiento, proponiendo en su lugar una integración de la sostenibilidad vinculada a su uso habitual (comercialización de alimentos frescos) y a la continuidad de los comerciantes tradicionales.

De igual manera, destaca que la reducción de arrendatarios tradicionales resulta en una disminución de la sostenibilidad del equipamiento, influyendo en su identidad y en sus valores socioculturales. Los equipamientos son estructuras fundamentales que deben estar conectadas con otros elementos urbanos y estar direccionadas a la sustentabilidad para mejorar la calidad de vida en las ciudades y potenciar su dinamismo (Pilaguano, 2022).

El equipamiento urbano, que incluye mercados, desempeña un papel fundamental en la formación de la ciudad y el entorno urbano, al contribuir a “la organización del territorio en relación con el sentido del lugar” (Batista, 2024).

La aglomeración de personas y la creación de símbolos que hacen “legible y propio el territorio” (Batista, 2024), permiten que estos espacios ofrezcan servicios a la comunidad y al tejido urbano donde se encuentran. Así cumplen una función complementaria a otros equipamientos del área, enfocándose en el suministro de productos frescos.

Por otra parte, el fenómeno de la informalidad mostró un incremento en los últimos años. Según el reporte sobre el mercado laboral emitido por el Instituto Nacional de

Estadística y Censos (INEC), la tasa pasó de 53,4 % en diciembre de 2022 a 55,7 % en diciembre de 2023 Loja (2022).

1.2 Planteamiento del problema.

En relación con la problemática expuesta se puede observar que el mercado mayorista de Latacunga ha experimentado un deterioro físico a lo largo del tiempo, por la falta de mantenimiento adecuado de las instalaciones y a la obsolescencia de la infraestructura existente. Esto afecta negativamente la operatividad del mercado y la experiencia de los usuarios. Además de generar un impacto visual negativo en el entorno urbano.

El diseño y la distribución del mercado actual pueden presentar ineficiencias en términos de circulación, accesibilidad y organización de los puestos de venta. Esto puede afectar la productividad de los comerciantes y dificultar la fluidez de las transacciones comerciales. Se observa que la falta de espacios adecuados para el almacenamiento y la logística puede generar congestionamientos y dificultades para el abastecimiento de productos. Como se puede observar en la figura N.1



Figura 1. Área de estudio del mercado mayorista.

Fuente: Elaboración propia (2025).

Por otra parte, la falta de mantenimiento y limpieza adecuada ha generado problemas de higiene y salubridad en el mercado. Existe un alto riesgo de contaminación de los alimentos y la presencia de plagas, lo que pone en peligro la salud de los comerciantes y consumidores. Como se puede observar en la figura N °.2



Figura 2. Falta de infraestructura adecuada en el mercado mayorista
Fuente: Elaboración propia (2025).

El mercado mayorista puede atravesar una desconexión física, visual y de relacionamiento con el tejido urbano, lo que hace que no se integre con los demás espacios públicos, limitando así su capacidad de activación económica y social, puesto que puede establecerse, además, una ruptura entre lo que representa un espacio de encuentro y los diferentes espacios de relación dentro de la ciudad, generando una discontinuidad entre el mercado mayorista y la propia comunidad, limitando el desarrollo de una movilidad sostenible entre estos y el resto del espacio público. Como se puede observar en la figura N°.3



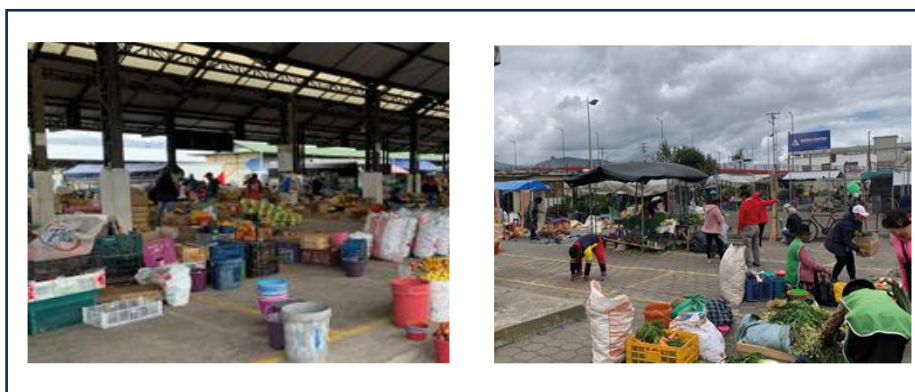


Figura 3. Desconexión física y visual en el mercado mayorista
Fuente: Elaboración propia (2025).

Por lo tanto, es necesario que la intervención urbano-arquitectónica del mercado mayorista considere la sostenibilidad y la resiliencia como aspectos fundamentales. Y que permita abordar los desafíos ambientales, como el uso eficiente de los recursos, la gestión de residuos y la mitigación de impactos negativos en el entorno natural. Asimismo, garantizar la resiliencia del mercado frente a eventos adversos, como desastres naturales, para mantener la continuidad de las operaciones y la seguridad de los usuarios.

Todo lo expuesto anteriormente sirve para identificar la importancia del mercado mayorista dentro del cantón Latacunga conocer cada una de las problemáticas que tiene a nivel socio cultural, económico, ambiental movilidad y asentamientos humano. Como se muestra en la figura 4.

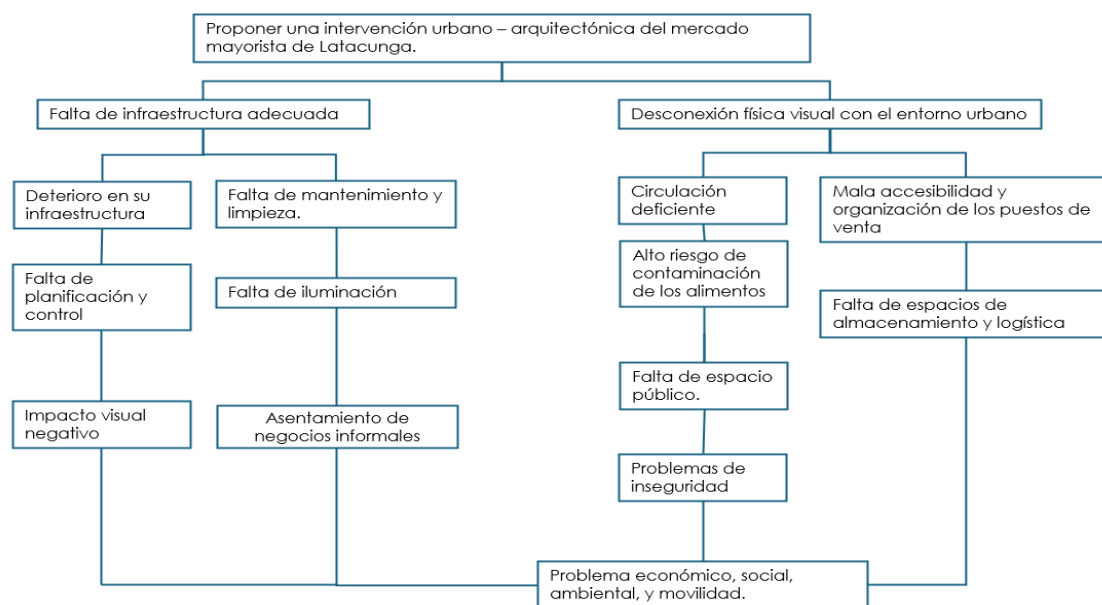


Figura 4. Cuadro de problemática
Fuente: Elaboración propia (2025).

1.3 Justificación

La informalidad experimentó un incremento, alcanzando el 53,4% en diciembre de 2023, según el reporte sobre el mercado laboral emitido por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) (Navarro, 2024). El mercado mayorista de Latacunga constituye un centro comercial vital para la economía local y regional. Sin embargo, la infraestructura actual no resulta adecuada para responder a las necesidades cambiantes de comerciantes y consumidores.

Una intervención arquitectónica permitiría mejorar la distribución del espacio, optimizar las zonas de almacenamiento y exposición, y proveer al mercado de una infraestructura más adecuada desde el punto de vista de los servicios básicos (agua, electricidad y saneamiento) además de permitir canalizar el funcionamiento del mercado y elevar la calidad de vida del mismo.

Es un relevante motor económico para la ciudad de Latacunga, generando empleo y captando el comercio local. Una intervención urbano-arquitectónica adecuada puede contribuir a la mejora de la experiencia comercial de los clientes haciéndoles sentir en espacios más funcionales. Esto puede atraer a un mayor número de compradores y hacer crecer la competencia, contribuyendo al crecimiento económico de la ciudad y a la generación de emprendimientos locales.

La gestión inadecuada de los residuos generados en el mercado mayorista puede tener un impacto negativo en la salud y el entorno. La falta de contenedores adecuados y una planificación deficiente de la recolección de basura pueden conducir a la acumulación de desechos y a la presencia de plagas y enfermedades. La presente investigación permitirá diseñar un sistema eficiente de manejo de residuos, incluyendo áreas específicas para la separación, almacenamiento temporal y recolección adecuada de los desechos generados en el mercado que permitirá mejorar el ambiente y distribución de productos de primera necesidad para los ciudadanos.

Es un punto de referencia en la ciudad y su intervención urbano-arquitectónica desempeña un papel importante en la revitalización de su entorno inmediato. Al mejorar la estética del mercado y su integración con el tejido urbano circundante, genera un efecto positivo en la imagen de la ciudad y en la atracción de visitantes y turistas de esta manera la propuesta contribuye con el desarrollo sostenible mejora la calidad de espacio público y incorpora a la sociedad un equipamiento funcional, formal apto para la compra y venta de productos de primera necesidad.

1.4 Objetivo general

- Proponer una intervención urbano - arquitectónica para mejorar la funcionalidad, optimizar la distribución y organización de los espacios dentro del mercado mayorista del cantón Latacunga.

1.5 Objetivos específicos

- Relacionar referentes existentes sobre mercados y equipamientos comerciales, para resolver de una manera adecuada la problemática del mercado Mayorista.
- Analizar los 5 ejes "económico, socio cultural, biofísico o ambiental, asentamientos humanos y movilidad, político institucional," para desarrollar estrategias y soluciones integrales que promuevan un desarrollo urbano sostenible.
- Formular estrategias urbanas que contribuyan a una adecuada conectividad, funcionalidad y movilidad del espacio público.
- Diseñar una propuesta arquitectónica del Mercado Mayorista, que cumpla con las necesidades actuales de la población.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

2.1 Mercado

Los mercados son lugares, tanto en edificios como en áreas al aire libre, diseñados específicamente para el comercio (Bermeo, 2020). Estas ubicaciones facilitan el encuentro entre personas para la compra y venta de productos, incluyendo mercancías diversas y ganado, los mercados generalmente cuentan con cubículos o puestos donde los comerciantes pueden exhibir y vender sus productos (Tingo, 2020). Estos espacios pueden estar al aire libre o bajo una gran estructura cubierta, proporcionando un ambiente organizado y accesible para los compradores y vendedores. Además, Cano (2023) señala que, los mercados no solo sirven como centros de comercio, sino también como puntos de encuentro social y cultural, donde las comunidades se reúnen, intercambian bienes y fortalecen sus lazos sociales.

En términos económicos generales para Cano (2023), el mercado se refiere al conjunto de individuos y organizaciones involucrados en alguna forma de compra, venta o uso de bienes y servicios. Para definir el mercado de manera más específica, es necesario considerar variables adicionales como el tipo de producto o una región particular.

Dentro del mercado, existen diversos agentes que interactúan e influyen entre sí, generando un proceso dinámico de relaciones de acuerdo con las características propias del mercado (Egurrola, 2018). Al mismo tiempo, el mercado está influenciado por diversos factores ambientales que afectan, en mayor o menor medida, sus relaciones y estructuras.

Los mercados se pueden clasificar principalmente según las características de los compradores y la naturaleza de los productos ofrecidos de acuerdo con Abril (2022).

En el caso específico del mercado público con características arquitectónicas, consta de tres niveles y dos estacionamientos: uno en la parte superior, que permanece cerrado permanentemente, y otro en la zona oeste.

El mercado opera todos los días del año y es frecuentado tanto por residentes locales como por turistas atraídos por las artesanías según Albirena (2022). La estructura comercial está organizada temáticamente en tres pisos: uno dedicado a joyería, dulces, artesanías, y otros productos similares; otro exclusivamente para alimentos; y un tercero para ropa, aparatos electrónicos y software.

Esta organización temática busca optimizar la experiencia de compra, facilitando a los visitantes encontrar productos específicos y mejorando la eficiencia del comercio dentro del mercado.

2.1.1 Teorías de Mercados

Desde el punto de vista de la arquitectura, el mercado es la concretización de los espacios del intercambio comercial, social y cultural, su arquitectura ha ido variando a lo largo de la historia, manifestando transformaciones en la economía, la tecnología y las necesidades sociales (Egurrola, 2018). A continuación, se describe tres teorías que han determinado el orden en el que se construyen y determinan los mercados: la teoría de la economía espacial, la teoría del diseño bioclimático y la teoría de la revitalización urbana.

2.1.2 Teoría de la Economía Espacial

La teoría de la economía espacial citada por Vela (2022) desarrollada por economistas como Walter Christaller en la década de 1930, analiza cómo las actividades económicas se distribuyen en el espacio geográfico. Según Christaller, los mercados se desarrollan en lugares estratégicos que optimizan la accesibilidad para los comerciantes y consumidores. Esto se basa en principios de centralidad y jerarquía, donde los mercados más grandes y complejos se ubican en centros urbanos, mientras que los mercados más pequeños se dispersan en áreas rurales (Bermeo, 2020).

A nivel de construcción, la teoría de la economía espacial exige formular mercados situados en aquellas localizaciones que favorezcan el flujo de personas y mercancías. Un claro ejemplo de ello es el mercado central de Zaragoza en España, construido en 1903, en el que se eligió una localización central para facilitar el acceso a la población y se estructuró de manera que el flujo de compradores y de vendedores fuese más fácil (Rivas, 2020). El edificio era altamente funcional y con una gran carga estética, el mercado disponía de una cubierta metálica que permitía amplias dimensiones de interior sin columnas, favoreciendo, así, la disposición de los puestos de venta.

Un estudio de la Universidad de Harvard, desarrollado en el año 2010, citado por Viteri et al., (2019) encontró que los mercados ubicados en zonas céntricas tienen un 30% más de afluencia de clientes que aquellos en zonas periféricas. Este aumento en la afluencia se traduce en mayores ingresos para los comerciantes y una mayor vitalidad económica para la zona.

2.1.3 Teoría del Diseño Bioclimático

La teoría del diseño bioclimático, que ganó prominencia en la década de 1970, enfatiza la adaptación de los edificios al clima local para mejorar la eficiencia energética y el confort de los usuarios (Conforme, 2020). Esta teoría es particularmente relevante para los mercados, ya que estos espacios requieren condiciones óptimas para la conservación de productos perecederos y la comodidad de los visitantes.

La arquitectura bioclimática implementada en mercados hace uso de materiales y técnicas de construcción que son característicos de la cultura local y aprovechan las condiciones climáticas del medio. Uno de los ejemplos más significativos es el mercado de Santa Caterina en Barcelona, que el arquitecto Enric Miralles renovó en el año 2005 (Laura Viteri, 2019). Este mercado incorporó una cubierta ajardinada de forma ondulada que permite, desde el punto de vista estético, dar una respuesta propia de un mercado con un carácter particular, así como regular la temperatura interior mediante ventilación natural y sombra. Dicha cubierta además hace uso de materiales locales y sostenibles, por lo que alimenta la aspiración de generar un entorno menos perjudicial (Vela, 2022).

Según un informe del International Energy Agency (IEA, 2018), los edificios que utilizan principios de diseño bioclimático pueden reducir el consumo de energía en un 40-50%. Esto no solo disminuye los costos operativos, sino que también contribuye a la sostenibilidad ambiental, un aspecto crucial en la planificación urbana moderna.

2.1.4 Teoría de la Revitalización Urbana

La teoría de la revitalización urbana, popularizada en la década de 1980, se centra en la renovación y mejora de áreas urbanas deterioradas para promover el desarrollo económico y social (Prieto, 2021). Los mercados juegan un papel crucial en este proceso, actuando como catalizadores para la revitalización de los barrios al atraer visitantes, generar empleo y fomentar la interacción comunitaria.

La reactivación urbana mediante mercados puede observarse en el Mercado de San Miguel de Madrid, que fue reabierto al público en el año 2009 tras una completa rehabilitación. Este mercado fue construido en 1916, y para Prieto (2021), se transformó en un renovado espacio gastronómico que combina lo tradicional con elementos más actuales que le aportan modernidad. Para ello, entre sus características se incluyó la restauración de su estructura de hierro original, así como la incorporación de instalaciones modernas que favorecen la funcionalidad y la atracción del turismo.

En este sentido, un estudio de la Universidad de California propuesto por Tingo (2020) muestra que los mercados revitalizados en los entornos urbanos pueden incrementar el valor de las propiedades que lo rodean en un 20-30%. Por otro lado, los mercados revitalizados atraen un 40% más de visitantes, lo que provoca un aumento del dinamismo económico en la comunidad local y la mejora de su cohesión social.

El diseño arquitectónico de los mercados es una disciplina multidimensional en la que convergen principios de la economía y el medioambiente, así como de la sociedad misma (Egurrola, 2018). La teoría de la economía del espacio especifica la importancia de las ubicaciones en este para alcanzar niveles elevados de accesibilidad y flujo comercial, la teoría del diseño bioclimático hace hincapié en la expresión que tienen los edificios para adaptarse al clima y conseguir ahorro energético y sostenibilidad (Conforme, 2020). Finalmente, la teoría de la reinversión urbana pone de relieve que los mercados son motores de la reinversión y desarrollo de la ciudad (Albirena, 2022). Todos esos componentes teóricos, facilitarán diseñar mercados que no tengan solo la función de satisfacer las necesidades comerciales, sino que también favorecerán el bienestar de la economía el medioambiente y la sociedad.

2.2 Importancia de los mercados

En la intersección entre la funcionalidad y la estética, la arquitectura de los mercados desempeña un papel fundamental en la configuración de espacios que van más allá de la simple transacción comercial. A continuación, según Bermeo (2020) detalla cómo la arquitectura influye en la experiencia y dinámicas sociales dentro de estos espacios vitales.

Para Huanqui et al. (2022), los mercados están diseñados para permitir el intercambio de bienes y servicios. En este sentido, la arquitectura tiene un papel destacado en definir la organización física de los puestos y los espacios al favorecer directa e indirectamente el acceso y la visibilidad de los productos. Un buen diseño puede incrementar la eficiencia en las transacciones, así como la experiencia de los vendedores y compradores.

Los mercados no solo son puntos comerciales, sino que también son lugares de actividad social y cultural; la arquitectura puede servir para promover la interacción social dependiendo de cómo se distribuyen los espacios públicos, los lugares de descanso y los lugares de encuentro (Cabanillas, 2020). Un diseño que favorezca la congregación y el intercambio informal podría enriquecer la vida comunitaria y consolidar la identidad cultural del lugar.

La estética de la arquitectura afecta la percepción sensorial y la experiencia del usuario en un mercado. Desde la iluminación natural hasta el uso de materiales locales y sostenibles, cada uno de los aspectos de su concepción, está en condiciones de poder crear atmósferas que pueden despertar emociones y, por tanto, fomentar el bienestar (Huanqui et al., 2022). Un espacio inspirador, tanto estético como funcional, no solo favorece la atracción de un mayor número de visitantes, sino que también incrementa su bienestar en el tiempo que dura su visita.

En un entorno urbano en transformación, donde la arquitectura de los mercados debe de ser flexible y sostenible, el diseño de un mercado debe valorar la eficiencia energética, la utilización de recursos locales y la futura adaptación a nuevas necesidades comerciales y sociales (Briones et al., 2021). En tal virtud, se asegura la viabilidad a largo plazo del propio mercado como infraestructura urbana, al mismo tiempo, que es un reflejo del compromiso con prácticas responsables y respetuosas con el medio ambiente (Cabanillas, 2020).

La arquitectura de los mercados, no solo establece la forma en la que se encuentran organizados los espacios comerciales, sino que además les otorga forma, contribuye en el fomento del bienestar de sus usuarios y colabora en la construcción de la identidad de una comunidad (Briones et al., 2021). Un diseño reflexivo y elaborado puede transformar un mercado en un centro vivo de actividad cultural y económica, enriquece la vida de la ciudad y favorece la cohesión social.

2.2.1 Tipos de mercados

Las estructura y organización de los mercados determinan la manera en que se llevan a cabo las transacciones y se comportan los agentes económicos (Conforme, 2020). En términos de arquitectura, los mercados se pueden clasificar según varios criterios, como el número de participantes, el grado de competencia, el tipo de productos, y las barreras de entrada.

En un mercado perfectamente competitivo, muchos compradores y vendedores interactúan con productos homogéneos, libre entrada y salida, y acceso perfecto a la información, esto significa que ninguno de ellos puede influir en el precio, que se determina únicamente por la oferta y la demanda (Jiménez, 2022).

De igual manera, Jiménez (2022), afirma que, en un monopolio, una única oferta por parte de un único vendedor permite al monopolista establecer precios de un bien o servicio sin sustitutos directos, debido a las altas barreras de entrada que dan paso a esta situación. Este poder favorece instalar precios más altos y producir menos cantidad de lo que sería eficiente en un mercado competitivo.

Por el contrario, el oligopolio se caracteriza por la existencia de unas pocas y grandes entidades empresariales, cuyas decisiones están interrelacionadas; es decir, estas pueden competir o cooperar entre sí y los productos comerciales pueden ser homogéneos o diferenciados (Gagliardi, 2021). La interdependencia entre las empresas oligopolistas se traduce a menudo en dinámicas complejas, como la de los cárteles, así como en la competencia por precio y por calidad.

Cada uno de estos tipos de mercados presenta una estructura distinta que afecta la forma en que se realizan las transacciones y el comportamiento de los agentes económicos, influenciando así la eficiencia y el bienestar del mercado (Gagliardi, 2021).

2.2.2 Mercado Mayorista

En función del tamaño de la población, el mercado mayorista concentra procesos comerciales de gran escala. Involucra una infraestructura amplia, altos volúmenes de comercialización y una articulación directa con empresas y cadenas nacionales, ya que maneja grandes cantidades de productos destinados al abastecimiento y distribución.

2.2.3 Infraestructura

La infraestructura del mercado mayorista requiere espacios de gran amplitud que permitan el manejo de altos volúmenes de productos. Incluye áreas extensas para estacionamientos, zonas especializadas para carga y descarga, bodegas de almacenamiento y espacios de seguridad que garanticen un adecuado control de mercaderías.

Así también, su planificación debe considerar una ubicación estratégica cercana a vías principales, enlaces de transporte y centros de alta concentración poblacional, facilitando la distribución eficiente de productos hacia mercados zonales, minoristas y cadenas comerciales. Su diseño responde a criterios de funcionalidad, logística y operatividad a gran escala.

2.2.4 Mercado Zonal

Para la planificación de un mercado zona se analiza principalmente la demanda comercial del sector. Este tipo de mercado atiende a una población menor, por lo que requiere una infraestructura más reducida y maneja menores volúmenes de productos, enfocados en satisfacer las necesidades locales.

2.2.5 Infraestructura

Al tratarse de un comercio principalmente minorista, la infraestructura del mercado zonal se caracteriza por áreas de menor dimensión, con módulos comerciales orientados directamente al público y organizados por secciones según el tipo de producto

Su diseño prioriza el acceso peatonal, la circulación interna ordenada y la cercanía con los barrios a los que sirve. Además, incorpora espacios complementarios como zonas de descanso, recreación y áreas verdes, con el objetivo de generar una experiencia de compra agradable, segura y funcional, adaptada al consumo diario de la población local.

2.2.6 Proyecto

Para el desarrollo del presente proyecto se ha considerado la intervención del denominado mercado Mayorista de la ciudad de Latacunga; sin embargo, tras el análisis de la población según el último censo, la infraestructura existente, su ubicación y la función comercial que cumple, se determina que dicho equipamiento no presenta características propias de un mercado mayorista.

Por el contrario, su funcionamiento corresponde a un mercado de uso zonal, debido a que presenta las siguientes condiciones:

- Locales y módulos comerciales orientados directamente a la atención del público.
- Accesibilidad vehicular limitada, sin áreas destinadas a la operación logística a gran escala.
- Infraestructura que carece de bodegas, zonas de carga y descarga, y áreas descubiertas laterales para almacenamiento o circulación de mercancías.

En consecuencia, el mercado cumple una función de abastecimiento local, orientada al comercio minorista y al consumo diario de la población del sector.

2.3 Evolución de los mercados y su habitabilidad

El comercio, conocido en la Antigua Roma como "mercatus" – un término derivado del verbo latino "mercari" (comprar) – ha sido una parte fundamental de la civilización desde tiempos inmemoriales (Mendoza, 2022). Este vocablo, que llegó al castellano en su forma actual en la primera mitad del siglo XIII, tiene sus raíces en la palabra etrusca "merk-", utilizada para describir actividades comerciales (Cano, 2023). La conexión con Mercurio, el dios romano del comercio resalta la importancia histórica y cultural del intercambio de bienes.

En la actualidad, de acuerdo a Heras (2022), los mercados cumplen con dos funciones vitales. La primera, la más tradicional, es la provisión de alimentos y productos básicos y la segunda alude a que deben servir como punto de encuentro social, esta última ha ido ganando cada vez más importancia. Los mercados se han convertido en espacios vivos y activos, y se han transformado en centros dinámicos de barrios y comunidades.

Los mercados municipales en muchas ciudades son el resultado de una rica tradición histórica que se remonta siglos atrás. Inicialmente, estos intercambios se llevaban a cabo en plazas situadas fuera de las murallas de las ciudades, donde se celebraban ferias y transacciones. Con el tiempo, estos lugares se consolidaron en espacios comerciales permanentes, gestionados por la administración pública.

A finales del siglo XVIII y durante todo el siglo XIX, estos mercados comenzaron a evolucionar significativamente impulsados por la necesidad de mejorar la higiene, la regulación y el urbanismo, muchas ciudades españolas vieron la construcción de estructuras dedicadas al comercio que incorporaban los últimos avances tecnológicos de la época

(Huanqui et al., 2022). Estos espacios no solo cumplían con las necesidades prácticas del comercio, sino que también reflejaban los ideales de progreso y modernización urbana.

En la actualidad, la arquitectura de los mercados de abastos seguirá apareciendo como un testimonio de su evolución a lo largo de la trayectoria histórica correspondiente; es decir, no solo deben ser funcionales y eficaces, sino además acogedores y accesibles para la ciudadanía (Cano, 2023). Los diseños contemporáneos pretendían crear entornos cálidos para facilitar las interacciones sociales entre sus usuarios, mejorar la experiencia de los mismos y estimular el sentido de pertenencia a la comunidad.

La evolución de los mercados desde sus orígenes hasta su forma moderna ha sido un proceso de adaptación y mejora continua. Estos espacios han pasado de ser simples puntos de intercambio a convertirse en núcleos vitales de la vida urbana, donde la arquitectura y la función social se entrelazan para crear entornos vibrantes y habitables de acuerdo con Heras (2022).

2.4. Zonas Urbanas

Las zonas urbanas, son áreas de extensión geográfica pobladas con una gran densidad de personas y edificios, formando así un complejo de infraestructuras para el gran porcentaje de la población global que vive en ellas (Rivas, 2020). Las zonas urbanas no solo tienen la función de centro de vida, de comercio o de industria, sino que también son las expresiones físicas de la evolución social, económica y tecnológica de la humanidad. En tal virtud, la arquitectura de los espacios urbanos será determinante para entender su función, estética y habitabilidad.

Las zonas urbanas son regiones caracterizadas por un gran número de edificios y personas, con el desarrollo significativo de la infraestructura pública y privada compuesta por una colección diversa de edificios de tipo residencial, comercial, industrial y recreativo, incluso redes de transporte y de servicios públicos complejas (Mendoza, 2022). La planificación urbana es una ciencia fundamental que pretende organizar o gestionar estos espacios en función del bienestar de las personas que viven en ellos.

Las transformaciones de las zonas urbanas pueden ser divisadas desde las primeras civilizaciones, donde las ciudades se comenzaban a organizar al alrededor de los núcleos comerciales, políticos o religiosos. De acuerdo con Cano (2023) en Mesopotamia, Egipto, en el Valle del Indo y en la Antigua China se encuentran las primeras ciudades, cada una con una configuración arquitectónica determinada por su cultura y organización social. Con la Revolución Industrial a finales de los siglos XVIII y XIX, las zonas urbanas experimentaron una auténtica revolución (Heras, 2022). La industrialización llevó consigo un crecimiento poblacional desmesurado y la creación de nuevas infraestructuras. En este periodo fue habitual construir inmensas fábricas, casas de obreros y sistemas de transporte, lo que generó una acelerada urbanización y el desarrollo de las metrópolis.

La arquitectura en las áreas urbanas en la actualidad es una representación de la pluralidad y complejidad de la vida urbana, como los rascacielos, que, son un símbolo emblemático de las ciudades actuales, aprovechando el espacio vertical para contrarrestar la

alta densidad de personas (Samada, 2022). Estos edificios no son solo para oficinas y lugares de vivienda, sino también centros comerciales, hoteles y espacios recreativos, de esta manera, se asumen varias funciones en un mismo edificio. La forma de lo urbano es también la forma de la infraestructura de transporte.

Para Cano (2023), las ciudades modernas economizan en el uso de sistemas de transporte público que permiten movilizar a una cantidad ingente de personas, mediante metro, autobuses o tranvías, según el caso, y que consiguen que las personas se desplacen hacia sitios de gran diversidad de forma rápida y eficiente; donde un sistema que pautel el uso de calles y carreteras también debe tener en cuenta el flujo vehicular y peatonal, de modo que todos los ciudadanos se vean beneficiados.

La arquitectura en urbanizaciones también plantea la habitabilidad de las viviendas; el espacio destinado a estas no solo debe incluir la eficiencia, sino que además tiene que tener en cuenta la calidad de vida de los que las ocupan, así, entre otras consideraciones, se deben proveer la luz natural, la ventilación, la presencia de zonas verdes y los servicios básicos (Heras, 2022). Por otro lado, la inclusión de zonas recreativas y culturales es necesaria para fomentar una vida comunitaria alegre y saludable. La accesibilidad es otro de los factores que hay que tener en cuenta. Las urbanizaciones deben ser inclusivas y accesibles para todos, no solo para las personas con discapacidad (Briones et al., 2021). Esto significa la eliminación de barreras arquitectónicas, la instalación de rampas y ascensores, y el diseño de espacios públicos que sean fáciles de recorrer por todos los habitantes ciudadanos.

Las zonas urbanas, en lo referido a la arquitectura, se caracterizan por ser espacios complejos y dinámicos que evidencian la evolución de la sociedad y de la tecnología, la arquitectura en esos lugares debe dar respuesta a retos múltiples, que van desde la búsqueda de eficiencia y sostenibilidad hasta la habitabilidad y accesibilidad (Samada, 2022). Con el crecimiento y la evolución de las ciudades, la arquitectura urbana seguirá siendo una importante disciplina para el desarrollo de lugares que fomenten el bienestar y la calidad de vida de sus habitantes.

2.4.1 Relación entre mercados y zonas urbanas

Los mercados han sido componentes esenciales de las zonas urbanas a lo largo de la historia, su evolución refleja cambios económicos, sociales y culturales, y su presencia en las ciudades modernas sigue siendo vital para la economía local y la cohesión social (Jiménez, 2022). Desde sus orígenes, los mercados surgieron como lugares de intercambio en plazas situadas fuera de las murallas de las ciudades, evolucionando hacia estructuras más organizadas y permanentes con el desarrollo de los asentamientos urbanos.

En la Antigua Roma, los mercados eran espacios destinados al comercio y a la reunión social, mientras que, durante la Edad Media, dominios como ferias o mercados semanales empezaron a institucionalizarse y consolidarse como importantes puntos de intercambio (Samada, 2022). Tras la industrialización de los siglos XVIII y XIX, y el fenómeno del crecimiento de las ciudades, se produjeron condiciones para la creación de mercados municipales, que estaban sometidos al control y la gestión de las autoridades locales, para

poder garantizar la higiene, la seguridad y la accesibilidad, reflejando los avances tecnológicos y las preocupaciones urbanísticas de la época.

En las áreas urbanas contemporáneas, los mercados asumían una serie de funciones que son esenciales para la cotidianidad y el desarrollo urbano (Bermeo, 2020). En primer lugar, ya que son un lugar de abastecimiento regular de alimentos y los productos básicos imprescindibles, los mercados inciden positivamente en la inseguridad alimentaria y en la salud pública de la población urbana. Más allá de esta función primordial, los mercados constituyen un lugar de interacción social, así como un espacio de encuentro y socialización donde se refuerzan los vínculos sociales o la identidad colectiva (Samada, 2022).

Desde la perspectiva económica, los mercados impulsan notablemente la economía local, ya que generan empleo: de forma directa mediante los propios puestos para la venta de productos, e indirectamente porque fomentan la creación de redes de abastecimiento-distribución (Briones et al., 2021). A la par, favorecen el desarrollo de las pymes, puesto que brindan a los productores y comerciantes locales una oportunidad de bajo coste.

Desde la perspectiva urbanística, los mercados determinan la organización y ordenación de los espacios urbanos, la posición de un mercado puede cambiar el flujo de los peatones y vehículos, los demás comercios y servicios, e influir en la vitalidad de un determinado sector (Rivas, 2020). Los mercados, si están adecuadamente diseñados, pueden mejorar la movilidad y la accesibilidad urbana, mientras que aquellos que estén mal situados o gestionados pueden empeorar la congestión del tráfico (Briones et al., 2021).

La arquitectura que toma forma, la materialidad en particular, o el espacio, ya incide significativamente en la integración de mercado con la ciudad. Un buen diseño arquitectónico no solo proporciona la eficacia en el uso del espacio, sino que hace de este último una buena experiencia sensorial para el usuario (Abril, 2022). La luz natural, la ventilación, las piezas materiales sostenibles pueden hacer de un mercado un lugar más atractivo y confortable, lo que promueve un entorno saludable para el visitante.

Los mercados y las zonas urbanas están estrechamente ligados, estableciendo una relación que ha evolucionado y se ha hecho firme a lo largo de los siglos, no solo satisface las necesidades básicas de aprovisionamiento, sino que además cumple otras funciones importantes como la de facilitar la interacción social, contribuir a la dinámica del desarrollo económico de la ciudad o, la propia planificación urbana (Samada, 2022). Su evolución sirve de base para las pautas de la vida urbana; además, su diseño y gestión seguirán siendo una pieza clave para el bienestar y fomento de la cohesión de las comunidades urbanas.

2.5 Mercado como lugar de encuentro

El mercado se entiende como un espacio estructurado para facilitar el encuentro y la interacción entre compradores y vendedores. La arquitectura del mercado, tanto física como virtual, está diseñada para optimizar el flujo de personas, productos e información, promoviendo así la eficiencia y la efectividad de las transacciones (Albirena, 2022).

En un mercado físico, la arquitectura incluye las distintas disposiciones de los puestos, la organización de los espacios comercializados, los caminos de entrada y salida, y

las áreas comunes. Los mercados tradicionales, como bazares o plazas de mercado, suelen estar segmentados en la agrupación de productos, permitiendo de este modo que el comprador encuentre lo que busca y el vendedor capte la atención de su público objetivo (Jiménez, 2022). La estructura física también estará en la línea de hacer frente a la ventilación, la iluminación y la accesibilidad en el desarrollo de un ambiente cómodo y seguro para los actores intervinientes.

Por otra parte, la arquitectura de los mercados virtuales se construye sobre las plataformas digitales que interconectan a los compradores y vendedores por medio de la red. En esta arquitectura se suma la interfaz de usuario (UI) que debe ser intuitiva, pero además la infraestructura tecnológica que la soporta, y permita realizar las transacciones, como los sistemas de pago en línea, la gestión de inventarios y los mecanismos de seguridad para proteger los datos de los usuarios (Conforme, 2020). En añadidura, los mercados virtuales deben implementar algoritmos de búsqueda y recomendación que ayuden a los compradores a encontrar productos relevantes, así como a los vendedores a llegar al target.

2.6 Relación de espacio público y mercado

La relación entre el espacio público y el mercado es fundamental en términos de arquitectura, ya que ambos conceptos se interconectan para crear entornos vibrantes y funcionales (Albirena, 2022). El espacio público se refiere a áreas accesibles a todas las personas, como plazas, calles, parques y mercados, que son esenciales para la vida social, cultural y económica de una comunidad.

En un entorno físico como el mercado, el diseño que adoptan tanto el espacio del mercado como el espacio público se entrelazan para garantizar el encuentro y la interacción de la oferta y la demanda. Los mercados tradicionales, como los de las plazas de la localidad, suelen estar situados en el centro de las ciudades o de los pueblos, cumpliendo funciones de centros sinápticos de encuentros y donde confluyen diversas actividades sociales (Abril, 2022). La distribución de los espacios de venta, la configuración de los espacios o la fijación de los accesos son determinaciones realizadas socialmente para facilitar la circulación de las personas o el desplazamiento de las mercancías; son espacios de intercambio, no solo económico, sino también de interacción social y cultural donde las personas se encuentran, se hablan entre sí o, se activan los lazos comunitarios (Conforme, 2020).

La arquitectura de los mercados en espacios públicos debe considerar elementos clave como la accesibilidad, la seguridad, la ventilación y la iluminación natural, además, es crucial incorporar áreas comunes donde las personas puedan descansar, socializar y participar en eventos comunitarios (Conforme, 2020). Los mercados exitosos suelen estar rodeados de otros espacios públicos, como parques y plazas, que complementan su función y atraen a una mayor cantidad de visitantes.

2.7 Mercado como eje de ciudad

El mercado como eje de ciudad juega un papel central en la configuración y vitalidad de los espacios urbanos, los mercados actúan como epicentros de actividad económica,

social y cultural, contribuyendo significativamente al desarrollo y la cohesión de la ciudad (Albirena, 2022).

2.7.1 Mercado como Núcleo Económico

Desde una perspectiva arquitectónica, los mercados están estratégicamente ubicados en puntos centrales de las ciudades, lo que facilita el acceso de los residentes y fomenta el flujo continuo de personas y bienes (Cabanillas, 2020). La disposición de los puestos, la organización del espacio de venta y las áreas de almacenamiento están diseñadas para maximizar la eficiencia y accesibilidad. Esta organización no solo facilita el comercio, sino que también atrae a negocios complementarios, como restaurantes, cafés y tiendas minoristas, que prosperan gracias a la afluencia constante de clientes (Conforme, 2020).

2.7.2 Mercado como Espacio Social

Los mercados también sirven como importantes espacios públicos donde se producen interacciones sociales. Arquitectónicamente, esto se refleja en la incorporación de áreas comunes, espacios para eventos y zonas de descanso, que promueven la convivencia y el intercambio cultural (Albirena, 2022). Los mercados, especialmente los tradicionales, son lugares donde se celebran festividades, se realizan encuentros comunitarios y se preservan tradiciones locales. Esta función social del mercado ayuda a fortalecer el tejido comunitario y a mantener viva la identidad cultural de la ciudad (Tingo, 2020).

2.7.3 Mercado y Planeación Urbana

En términos de planeación urbana, los mercados actúan como anclas que estructuran el desarrollo de las ciudades. La arquitectura del mercado y su entorno inmediato influye en el diseño de infraestructuras adyacentes, como el transporte público, estacionamientos y vías peatonales (Cabanillas, 2020). La integración de mercados en la planificación urbana moderna promueve la creación de espacios urbanos sostenibles y accesibles, que son fundamentales para el bienestar de la comunidad (Tingo, 2020).

Con el auge del comercio electrónico, los mercados virtuales también están redefiniendo el concepto de mercado como eje de ciudad (Abril, 2022). Aunque estos no ocupan un espacio físico en la ciudad, su impacto en la economía urbana es significativo. Arquitectónicamente, los centros de distribución y logística necesarios para el funcionamiento de los mercados virtuales se convierten en nuevos puntos de actividad económica y empleo, integrándose en el tejido urbano (Tingo, 2020).

2.8 Lineamientos constituciones para ser considerados

La Constitución de la República del Ecuador (2008), en su Artículo 264 establece las competencias exclusivas de los Gobiernos Autónomos Descentralizados Municipales, las cuales les permiten promover el desarrollo económico, social y territorial. En particular, el numeral 7 de dicho artículo indica que es responsabilidad de estos gobiernos planificar, construir y mantener la infraestructura física, así como los equipamientos de los mercados que son destinados al desarrollo social, cultural y deportivo, todo conforme a la ley.

Así mismo, el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD, 2010), en su Art. 55 literal g), reitera que estos gobiernos pueden llevar a cabo la planificación, construcción y mantenimiento de infraestructuras físicas y equipamientos relacionados con espacios públicos para el desarrollo social, cultural y deportivo bajo la legislación vigente. Con autorización del ente rector correspondiente a la política pública mediante un convenio, los gobiernos autónomos descentralizados municipales tienen la capacidad de edificar y mantener infraestructuras en sus territorios en lo referente a salud y educación.

Desde esta óptica, cada Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal elaborará su Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (PDOT) y le acompañarán con el Plan de Uso y Gestión del Suelo (PUGS) del cantón correspondiente, integrando políticas nacionales para promover la economía popular, la soberanía alimentaria, el comercio justo. Se trata de crear las condiciones necesarias para que las actividades productivas y comerciales puedan desarrollarse ordenada, equitativa y sustentablemente; y por ello, que existan mercados o espacios para la comercialización es una estrategia básica que va a articular producción con consumo, a fortalecer las cadenas productivas, así como a establecer las bases para un acceso justo a bienes y servicios.

Históricamente, los mercados han sido no solo espacios de intercambio económico, sino también espacios de agrupación social donde confluyen diferentes actividades culturales, sociales y políticas. Por ello, es fundamental que las infraestructuras construidas o adaptadas para estos espacios hoy en día, garanticen aspectos de higiene, seguridad, servicio y los estándares de accesibilidad.

Desde una perspectiva estructural, es necesario que los espacios públicos dedicados a la venta respondan por igual a las necesidades de los comerciantes y las demandas de los consumidores, de tal forma que se obtenga un orden correcto y la formalización de las experiencias comerciales, contribuyendo al desarrollo local, enriqueciendo el tejido productivo y fomentando la generación de empleo.

Por lo tanto, la producción de mercados también genera un efecto social inmediato, dado que los mercados públicos, las ferias y los puntos de abastecimiento generan lugar de encuentro y cohesión familiar de la comunidad, en cuanto que no solo posibilita el intercambio económico, sino que también permite el intercambio social, la facilitación cultural y la construcción de una identidad local con sus propias formas de comportamiento alimentario, de saberes y de prácticas económicas que son parte de la herencia inmaterial de las comunidades en la medida que las políticas de promoción y de gestión de esos espacios también cumplen un importante papel social y cultural.

En la actualidad, las políticas públicas promovidas para construir mercados tienen que incluir criterios de sostenibilidad ambiental y de la inclusión social. La administración no solo tiene que construir infraestructura física, sino que debe garantizar que esos espacios se desarrollen bajo principios que consideren la eficiencia ecológica, el cuidado del entorno y la responsabilidad social. Esto implica, entre otras cosas, favorecer el uso de energías limpias, gestionar adecuadamente los residuos, promover el consumo responsable, y los

productos de proximidad y ecológicos. Buscando que los mercados no se entiendan solo como un espacio de intercambio, sino que sean espacios inclusivos que incorporen a productores rurales, emprendedores urbanos, mujeres, jóvenes y las comunidades vulneradas. Así, las políticas públicas del comercio contribuyen a la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible y a la recuperación de las economías locales.

Desde el punto de vista de la gestión pública, la gran dificultad para los gobiernos no es solo la construcción del espacio físico, sino que además deben gestionar la construcción de forma eficaz y transparente. La viabilidad económica de los mercados emerge de establecer una organización financiera muy bien definida, de una gestión participada y de un control de recursos adecuado. En esta línea, la actividad concertada y participativa de comerciantes y organizaciones del entorno civil en la gestión del mercado pueden brindar un valor añadido a la gobernanza local y a la apropiación social del mismo.

Por último, la facultad que tiene el gobierno para crear o estructurar mercados o espacios comerciales se expresa como un todo que se entiende como actividad de desarrollo, en especial, porque a través de esta actuación institucional va realizando varias funciones: la de impulsar el desarrollo económico local; la de garantizar un orden y la igualdad en las actividades comerciales; la de promover la inclusión social; y, la de ser una entidad del desarrollo sostenible. La existencia de mercados ordenados y bien gestionados no sólo estimula la economía ni aumenta la calidad de vida, sino que, también, permite intensificar la autodeterminación alimentaria, las identidades territoriales y la cohesión social.

Para concluir, construir mercados o espacios comerciales es una competencia pública básica que incluye las dimensiones económica, social, medioambiental y cultural. Los gobiernos de todos los niveles tienen que enmarcar esta tarea con una perspectiva general y estratégica, orientada hacia el bienestar común y el desarrollo sostenible. A pesar del carácter comercial que evidencian los mercados, son elementos clave en el espacio urbano/rural; son lugares donde se manifiesta la vida comunitaria y son, además, instrumentos básicos para lograr un desarrollo más justo y equilibrado.

CAPÍTULO III. METODOLOGÍA

3.1 Diseño de la Investigación

El presente trabajo se desarrollará con base en un enfoque cualitativo, mediante la recopilación de información relevante sobre el mercado mayorista del cantón Latacunga a partir del PDOT y el PUGS. Se analizarán factores económicos, socioculturales, biofísicos, de asentamientos humanos, de movilidad y político-institucional.

Desde el enfoque cuantitativo, se evaluarán las problemáticas del mercado mayorista a través de un diagnóstico del lugar de estudio, con el fin de proponer soluciones eficientes que respondan a las necesidades de compradores y vendedores, en concordancia con el contexto y la realidad colectiva de los ciudadanos.

3.2 Tipo de Investigación

Con un enfoque documental, se revisará la fundamentación teórica relacionada con los mercados y su vínculo con el espacio, utilizando fuentes bibliográficas provenientes de revistas, libros, artículos científicos, proyectos de investigación y normativas. Posteriormente, se definirán indicadores que orienten el diseño del mercado y del espacio público.

En el enfoque de campo, se interactuará directamente con el objeto de estudio mediante la observación y la recolección de datos en sitio, elaborando el diagnóstico de la parroquia Eloy Alfaro del cantón Latacunga. De esta manera, será posible identificar la situación actual del área de estudio, sus problemáticas y condicionantes, estableciendo así una base sólida para la elaboración de la propuesta urbano-arquitectónica.

3.3 Nivel de Investigación

Exploratorio: La investigación será de carácter exploratorio mediante la observación directa también es útil para el levantamiento de datos técnicos- arquitectónicos. Los mapeos de diagnóstico permitirán identificar problemas en la distribución de los espacios, la circulación de personas y mercancías, y la calidad de las áreas de trabajo, se realizará encuestas para que ayuden a confirmar temas como la satisfacción con las instalaciones existentes, la opinión sobre la infraestructura actual, la percepción de la seguridad, circulaciones en áreas de venta y la comodidad. También pueden recopilar datos demográficos relevantes que ayuden a segmentar la información y adaptar las propuestas a las necesidades específicas de la ciudadanía.

La investigación será descriptiva, inicia con la observación para identificar la situación actual del lugar y su entorno inmediato, abarcando diversos sistemas y generando una relación entre las variables. Esto ayudará a obtener una comprensión clara de los problemas actuales y las oportunidades potenciales que existen.

Realizar una propuesta urbano-arquitectónica para el Mercado Mayorista como una solución orientada a brindar un servicio que responda a las necesidades identificadas en la fase de análisis y que se relacione con el entorno urbano.

3.4 Modalidad de la investigación

Aplicada, ya que se busca mejorar la calidad de vida de los vendedores y compradores del mercado Mayorista del cantón Latacunga y contribuir al desarrollo de nuevo conocimiento en el ámbito de mercados mayoristas saludables con interacción del espacio público.

3.5 Método

En el presente trabajo de investigación se utilizará el método deductivo porque nos permite analizar y comprender los elementos fundamentales del mercado, identificar sus problemas y potencialidades que se ajusten a su contexto específico, buscando promover un desarrollo sostenible y una mejora en la calidad de vida tanto de los productores y consumidores del mercado Mayorista.

3.6 Procedimiento y técnicas de investigación

Las técnicas de investigación que se emplearán incluyen la observación directa y las encuestas, mediante las cuales se recopilará información valiosa para todas las fases del estudio. La observación directa permitirá analizar el comportamiento, las necesidades y las expectativas de los usuarios internos. Además, esta técnica será utilizada para el levantamiento de datos técnicos y arquitectónicos, a través de mapeos tanto de diagnóstico como de propuesta de solución.

De igual manera, se verificará visualmente la situación del lugar mediante estudios de campo, con el fin de obtener una comprensión detallada de su estado actual. Para complementar la recolección de datos, se aplicará la técnica de investigación bibliográfica, recopilando información sobre mercados mayoristas, funcionalidad, accesibilidad y condiciones espaciales para la venta de productos, así como sobre los problemas reportados por los ciudadanos del área de estudio. Una vez reunida esta información, se procederá al diseño del proyecto arquitectónico, orientado a responder de manera adecuada a las condiciones y necesidades del sector.

3.7 Población de estudio y tamaño de la muestra

La población considerada para este estudio está compuesta por los habitantes de la parroquia Eloy Alfaro, tomando en cuenta un radio de análisis de 500 metros. Este criterio determinó un total de 968 habitantes distribuidos en 220 viviendas. El tamaño de la muestra asciende a 276 habitantes, a partir de los cuales se aplicarán las encuestas correspondientes:

$$Z^2PQN$$

$$n = Z^2PQ + Ne^2$$

En Donde:

n= Tamaño de muestra (población del sector)

Z= Valor obtenido mediante niveles de confianza deseados, indica la probabilidad de que los resultados de la investigación sean ciertos. Se tomará un nivel de confianza del 95%, que equivale a $Z = 1,96$.

P= proporción de individuos que poseen en la población la característica de estudio (en este caso que están a favor de la propuesta). Este dato es desconocido y se puede suponer que representa el 50%, o sea $p = 0,5$.

Q=Proporción de individuos que no poseen esa característica (en este caso que están en contra de la pro- puesta), es decir $1-p$.

Entonces $q = 0,5$ que representa el 50%. En contra 50%

N= Población o universo motivo de estudio $N=968$

e= Límite aceptable de error muestra, suele utilizarse un valor entre 1% y 10%, en este caso escogemos el valor de 5%, es decir $e = 0,05$. Desarrollo de la fórmula

$$n = \frac{(1.96)^2(0.5)(0.5)(968)}{1.96^2(0.5)(0.5)^2 + (968)(0.05)^2} = 276$$

Tamaño de la muestra: 276

En conclusión, se realizará 276 encuestas a los compradores y personas que se encuentran en el entorno inmediato del Mercado Mayorista.

Según el PDOT del Municipio de Latacunga del año 2016, se ha determinado que los vendedores catastrados del mercado Mayorista son 800.

Se aplica la siguiente ecuación para la determinación del tamaño de muestra, empleando la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 P Q N}{Z^2 P Q + N e^2}$$

En Donde:

n= Tamaño de muestra (población del sector)

Z= Valor obtenido mediante niveles de confianza deseados, indica la probabilidad de que los resultados de la investigación sean ciertos. Se tomará un nivel de confianza del 95%, que equivale a $Z = 1,96$.

P= proporción de individuos que poseen en la población la característica de estudio (en este caso que están a favor de la propuesta). Este dato es desconocido y se puede suponer que representa el 50%, o sea $p = 0,5$

Q=Proporción de individuos que no poseen esa característica (en este caso que están en contra de la propuesta), es decir $1-p$. Entonces $q = 0,5$ que representa el 50%. En contra 50%

N= Población o universo motivo de estudio N=800

e= Límite aceptable de error muestra, suele utilizarse un valor entre 1% y 10%, en este caso escogemos el valor de 5%, es decir e = 0,05.

Desarrollo de la fórmula:

$$n = \frac{(1.96)^2(0.5)(0.5)(800)}{1.96^2(0.5)(0.5)^2 + (800)(0.05)^2} = 260$$

Tamaño de la muestra: 260

En conclusión, se realizará 260 encuestas a los vendedores del Mercado Mayorista de Latacunga.

3.8 Capítulo de proyecto

En esta etapa, se materializan las ideas desarrolladas a lo largo de los capítulos anteriores. El diseño del proyecto incluye plantas arquitectónicas, fachadas, cortes, detalles constructivos, recorridos virtuales y renders, que nos ayuden a desarrollar de mejor manera las soluciones propuestas en el sitio de estudio. Este capítulo ofrece una visión concreta y visual del proyecto, demostrando su factibilidad y potencial impacto.

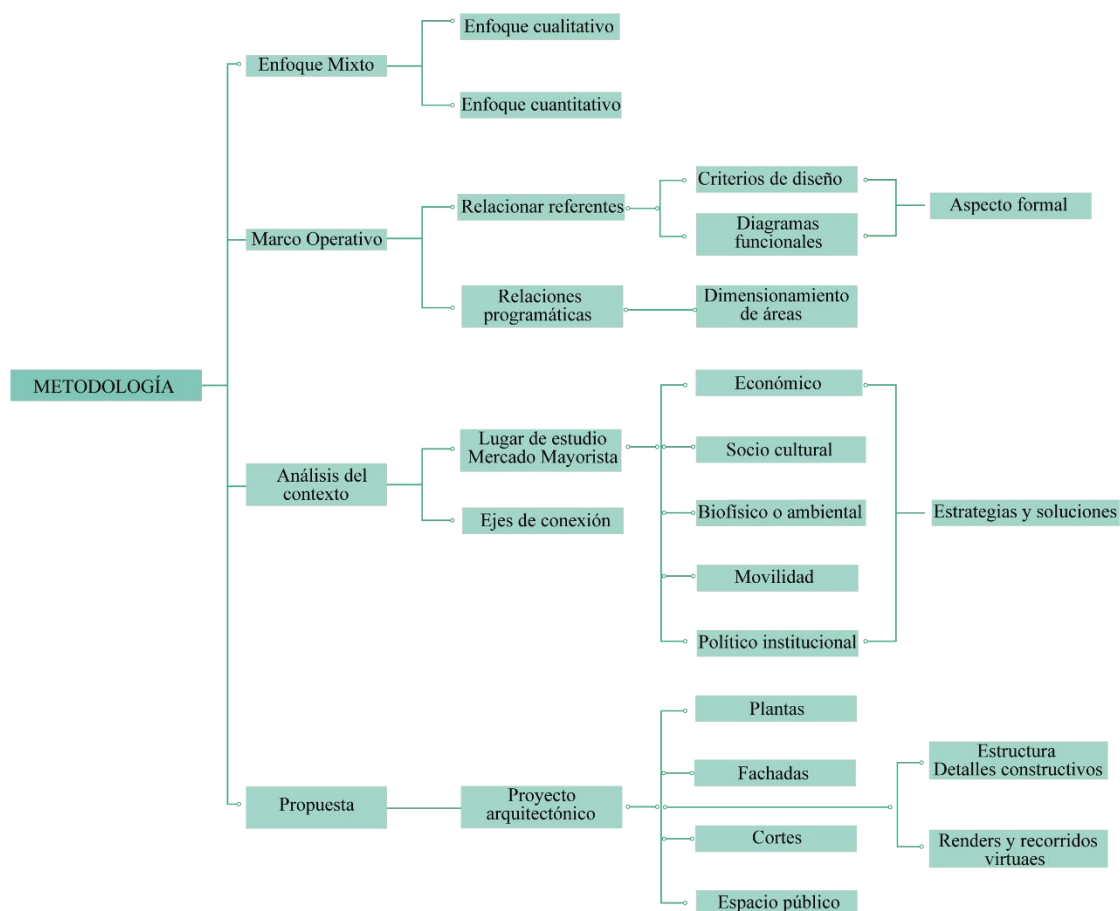


Figura 5. Diagrama de metodología

Fuente: Elaboración propia (2025).

CAPÍTULO IV. REFERENTES

4.1 Mercado 9 de Octubre

Situado en el corazón de la ciudad de Cuenca, con un área de construcción de 5.190m², el Mercado 9 de Octubre se encuentra en la calle Mariano Cueva entre la calle Gaspar Sangurima y Mariscar Llamar.



Figura 6. Mercado 9 de Octubre

Fuente: Arquitectura Panamericana (s.f.).

4.1.1 Problemática

El Mercado 9 de Octubre tenía problemas a nivel interno había hacinamiento, desorden, carencia de instalaciones de agua potable e instalaciones de energía eléctrica, inseguridad, entre otros. Era un centro de abastecimiento donde las condiciones para vendedores y usuarios eran deplorables, antihigiénicas y dañinas para la salud (Albornoz, 2010).



Figura 7. Problemática del Mercado 9 de Octubre

Fuente: Albornoz (s.f.).

4.1.2 Movilidad

El Mercado 9 de Octubre está dotado de paradas de bus y de tranvía. Por las calles que más existe afluencia de buses es la Pío Bravo y la Antonio Vega Muñoz. Este factor es una oportunidad para la movilización de los ciudadanos. En cuanto a las ciclovías, según la información proporcionada del Municipio, el sector cuenta con 4 ciclovías entre las cuales dos son compartidas con vehículos y dos con aceras.

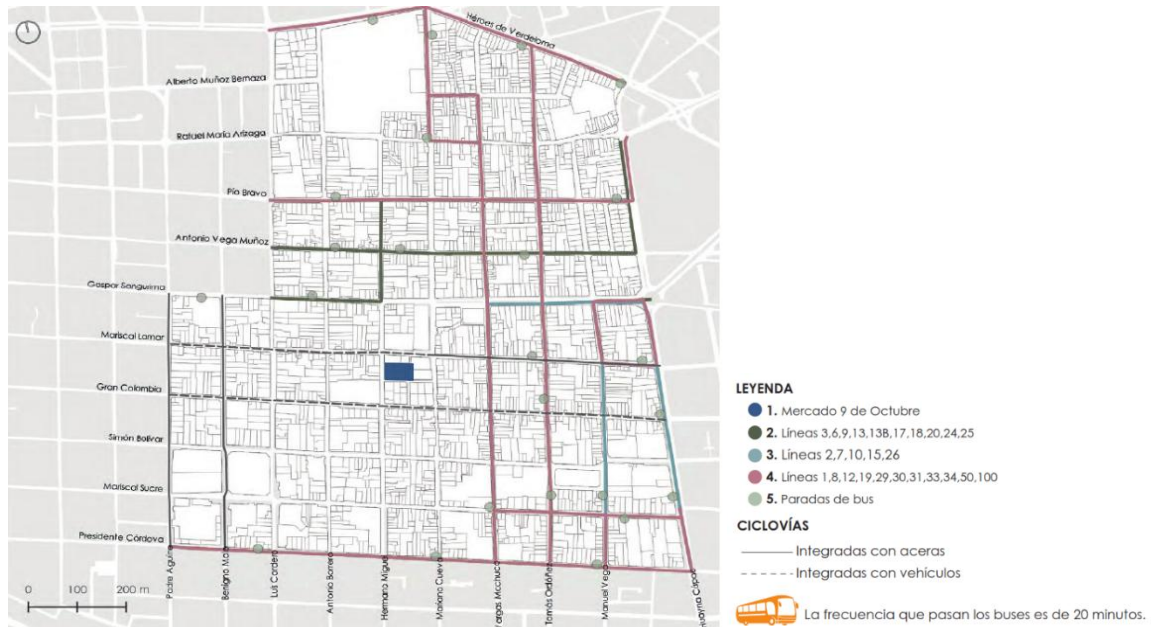


Figura 8. Transporte público y ciclovía

Fuente: Elaboración propia (2025).

4.1.3 Análisis Biofísico

El mercado 9 de Octubre, tiene gran cantidad de luz natural gracias al espacio de doble altura que se genera en las gradas lo que permite iluminar cada uno de los espacios de una manera correcta en la mañana y en la tarde.

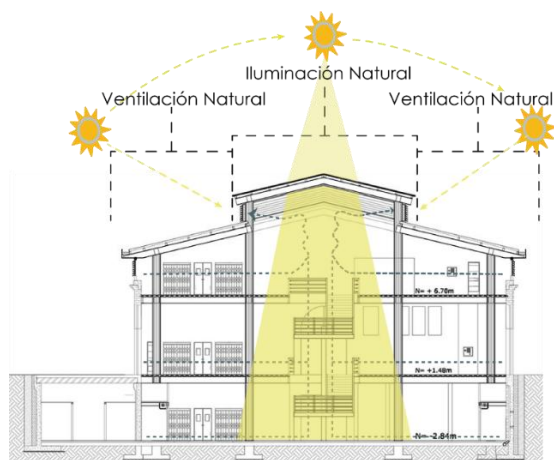


Figura 9. Esquema de iluminación natural

Fuente: Elaboración propia (2025).

4.1.4 Análisis Socio Cultural

El mercado 9 de Octubre es un lugar de intercambio comercial que promulga encuentros sociales y culturales, generando puntos de convivencia y encuentro entre los vendedores y compradores. Se puede observar que se genera diferentes prácticas, costumbres y tradiciones que engloban la riqueza cultural de la ciudad de Cuenca.

4.1.5 Eje de conexión

El espacio público del mercado 9 de Octubre es el principal vinculador con la sociedad, porque funciona como zona de cohesión social, cultural, espacio de esparcimiento y es el eje de conexión con el mercado.

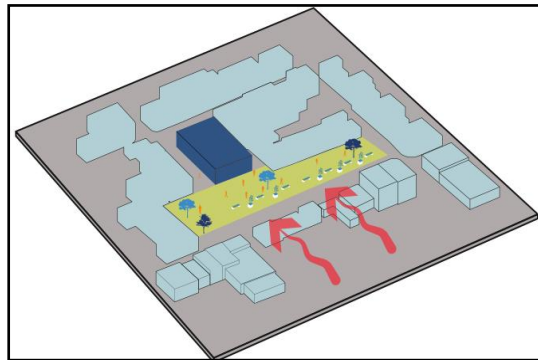


Figura 10. Esquema espacio público

Fuente: Elaboración propia (2025).

4.1.6 Análisis Económico

El Mercado 9 de Octubre es una fuente importante de empleo para muchos habitantes de Cuenca. No solo se basa en la intermediación de vendedores directos, sino que también genera oportunidades de trabajo en otros rubros como la logística, la agricultura, y servicios. El mercado local tiene un efecto positivo dentro la economía local, porque permite a los agricultores y pequeños productores vender al consumidor final, de este modo, atrae turistas interesados en conocer la cultura gastronomía tradicionales con lo cual hay oportunidades en otros rubros como en el transporte, turismo, hotelería.

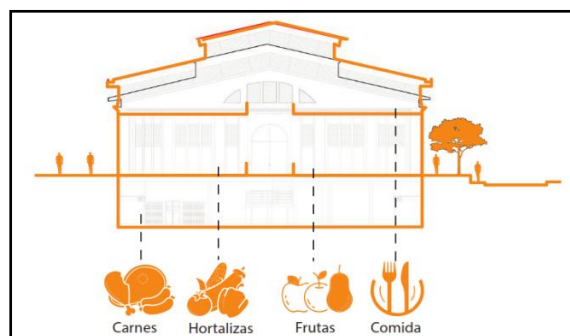


Figura 11. Esquema análisis económico

Fuente: Elaboración propia (2025).

4.1.7 Flora y fauna

En el espacio público del mercado se encuentra arboles de palo de hierro, cepillo rojo, arbustos de geranio rojo y poto que funcionan como espacios de sombra para el mobiliario de la plaza de acceso.

Fauna: Las aves son uno de los grupos de fauna más comunes en el entorno del Mercado 9 de Octubre, se pueden observar: palomas, gorriones y colibrís.

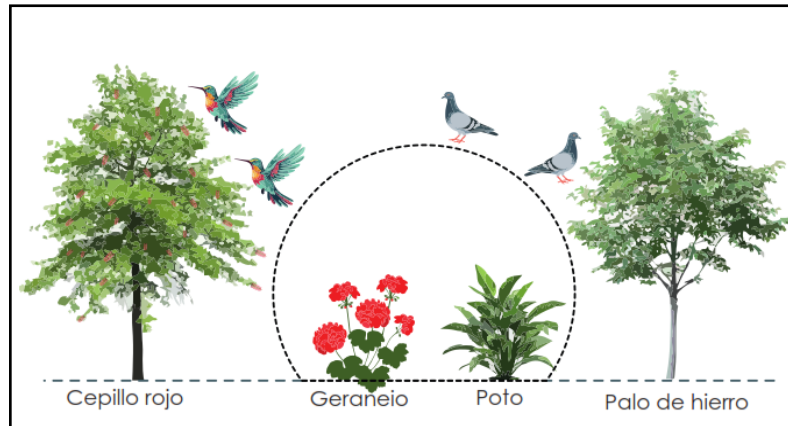


Figura 12. Esquema de flora y fauna

Fuente: Elaboración propia (2025).

4.1.8 Función

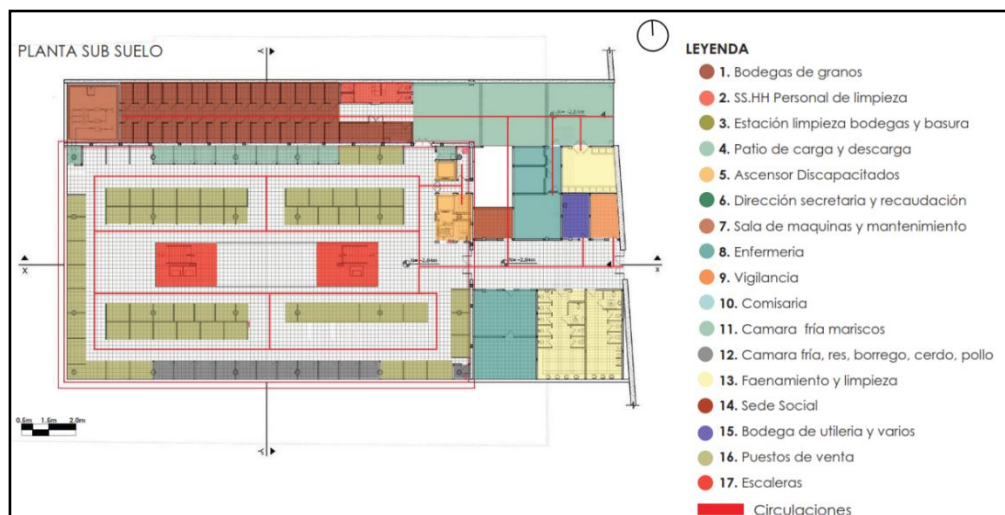


Figura 13. Planta Subsuelo

Fuente: Arquitectura Panamericana (s.f.).

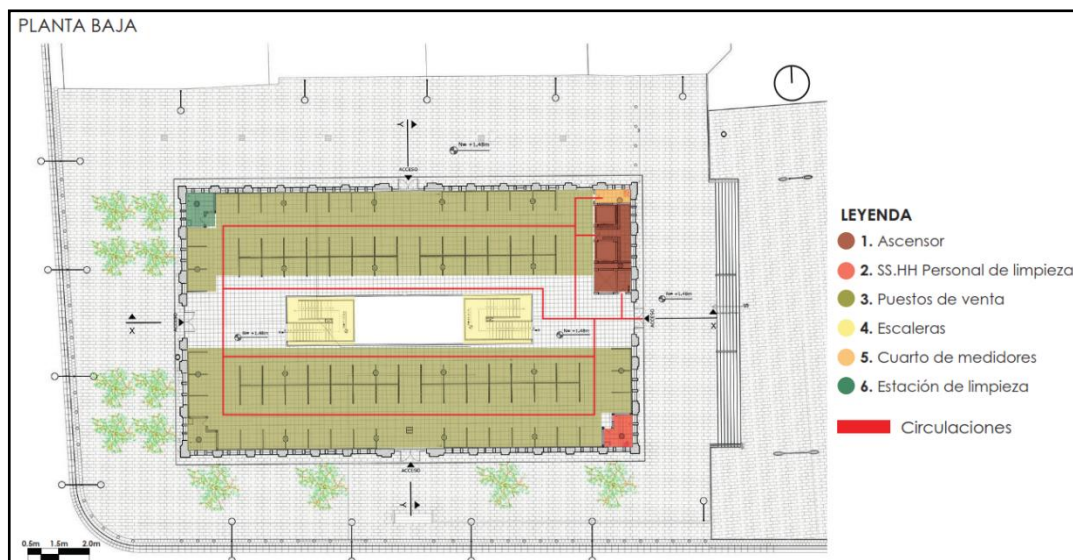


Figura 14. Planta Baja

Fuente: Arquitectura Panamericana, (s.f.).

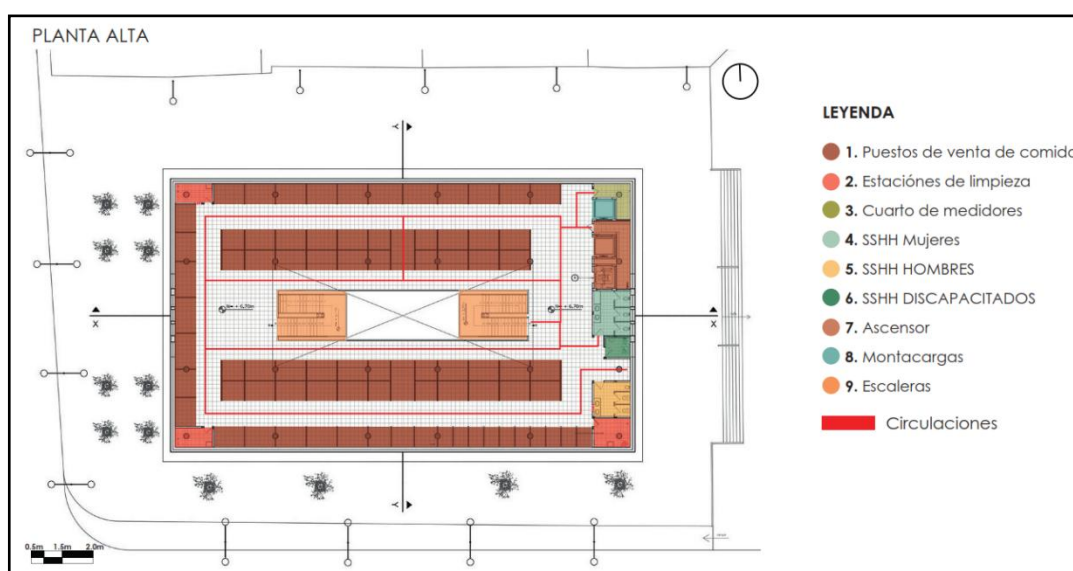


Figura 15. Planta Alta

Fuente: Arquitectura Panamericana (s.f.).

4.1.9 Estrategias de intervención

Espacios de doble altura. Desarrollar espacios de doble altura para tener una correcta iluminación y ventilación, evitando que se generen islas de calor en el proyecto arquitectónico.

Espacio Público. Generar espacios públicos que funcionen como hall de acceso para que los ciudadanos tengan la sensación de apropiarse del proyecto.

Equipamiento preexistente. Mantener su estructura y mejorar las condiciones de infraestructura, funcionalidad, higiene, seguridad, áreas de venta de comerciantes.

4.2 Mercado Roma

Situado en el país de México, ciudad de México, edificado en el año 2014 con un área de construcción de 1.750m². El Mercado Roma se encuentra ubicado en la calle Querétaro entre la calle Medellín y Yucatán.



Figura 16. Mercado Roma

Fuente: ArchDaily (2023).

4.2.1 Problemática

La colonia Roma a tenido problemas de alta demanda de espacios para comercio, vivienda, desafíos relacionados con la planificación, desarrollo, estos problemas se dan por los cambios en el uso de suelo y el perfil económico de los habitantes (Rojkind Arquitectos, s.f.).



Figura 17. Problemática del Mercado Roma

Fuente: ArchDaily (2023).

4.2.2 Movilidad

Existe gran afluencia de vehículos alrededor de las 6 am a 10 am y de 5pm a 11pm, la vialidad con mayor afluencia es el Viaducto Miguel Alemán, seguida por Insurgentes Sur. Este factor es una oportunidad para la movilización de los ciudadanos, que pueden circular

por las diferentes rutas permitiendo una fácil accesibilidad para que puedan llegar al mercado Roma.

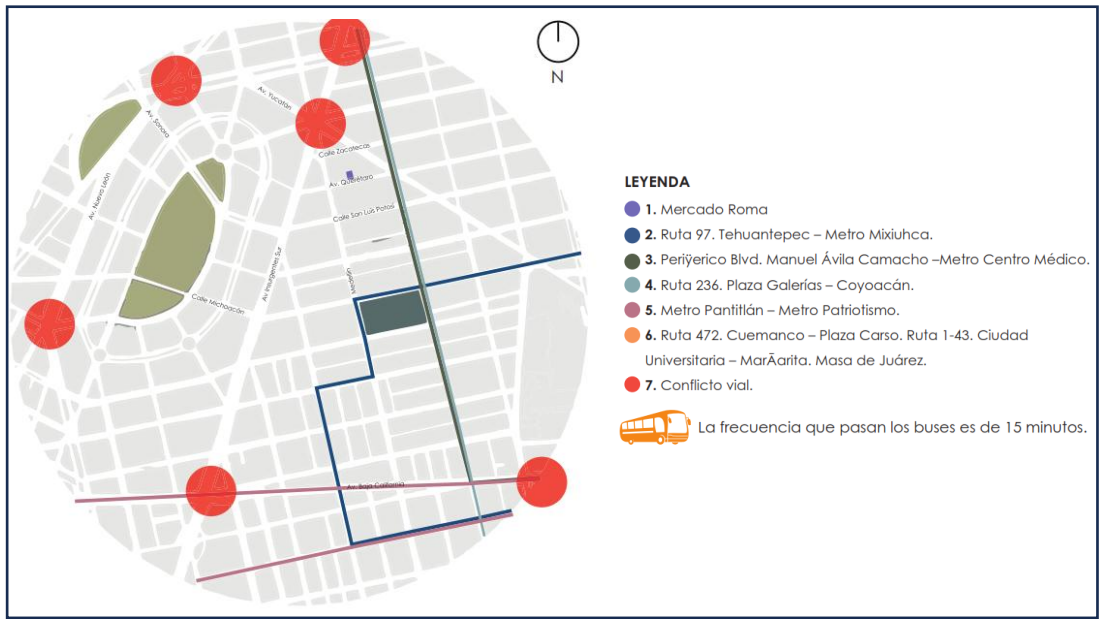


Figura 18. Esquema de transporte público

Fuente: Elaboración propia (2025).

4.2.3 Análisis Biofísico

El Mercado Roma se destaca por un diseño que maximiza el uso de iluminación y ventilación natural, debido a los espacios a doble altura que incorpora en el proyecto. Este enfoque no solo mejora la experiencia de los visitantes y comerciantes, sino que también contribuye a la creación de un ambiente más saludable y confortable.

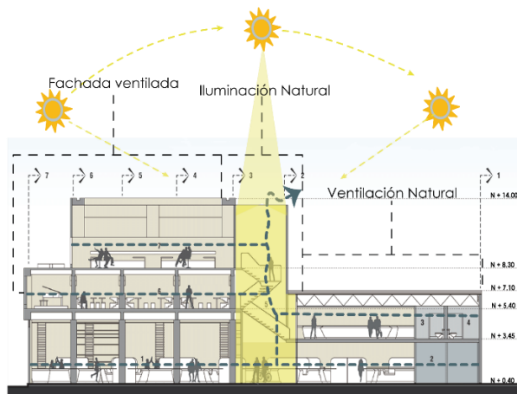


Figura 19. Esquema de iluminación natural

Fuente: Elaboración propia (2025).

4.2.4 Análisis Socio Cultural

El mercado Roma incluye puestos de venta organizados de una forma orgánica y fluida, permitiendo el intercambio comercial que promulga encuentros sociales, culturales, generando zonas de encuentro entre compradores y vendedores. Busca una reinterpretación de la cuadrícula del mercado tradicional. Alberga diversidad de prácticas, costumbres y tradiciones de la cultura culinaria de México (Rojkind Arquitectos, s.f.).



Figura 20. Análisis sociocultural del Mercado Roma

Fuente: ArchDaily (2023).

4.2.5 Eje de conexión

La accesibilidad por un eje de conexión entre el espacio público y el mercado, también la generación de prácticas sustentables, impacto social, cultural positivo hacen del Mercado Roma cree espacios públicos que pueden revitalizar y enriquecer la vida urbana.

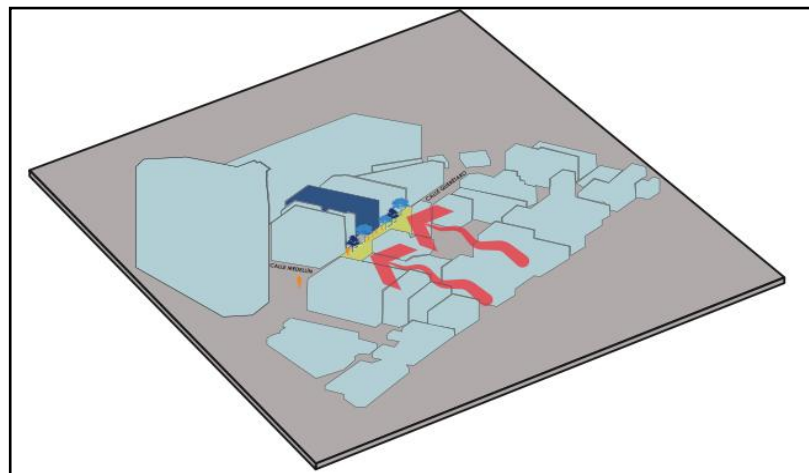


Figura 21. Esquema de espacio público

Fuente: Elaboración propia (2025).

4.2.6 Análisis Económico

El mercado al contar con gran variedad de locales genera una economía interna generando flujo monetario, también cuenta con establecimientos que pueden hacer uso del huerto urbano donde entraría en los ámbitos de producción y venta.

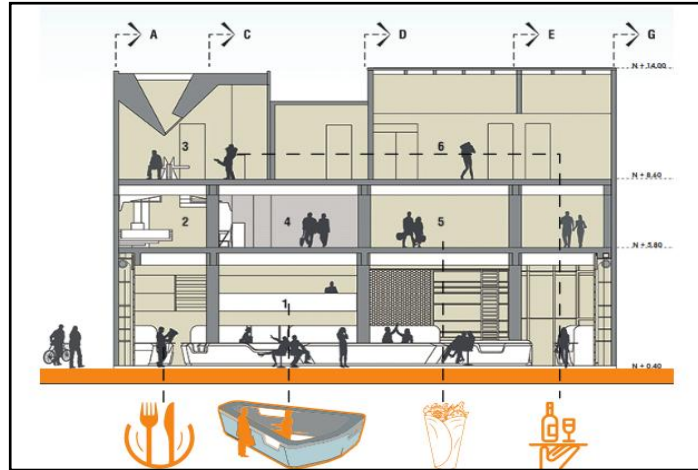


Figura 22. Esquema análisis económico

Fuente: ArchDaily (2023).

4.2.7 Flora y fauna

En el espacio público del mercado se encuentra árboles de jacaranda, fresno, que funcionan como espacios de sombra para el mobiliario de la plaza de acceso. En la terraza verde se puede apreciar plantas de geranio rojo, poto, cinta, nido de ave, palma de salón, que funcionan como un aislante natural, ayudan a disminuir la temperatura de la zona, compensa la pérdida de área verde y contribuye al ahorro de energía.

Fauna: Las aves son uno de los grupos de fauna más comunes en el entorno del Mercado 9 de Octubre, se pueden observar: palomas, cenizos, gorriones y colibrís.

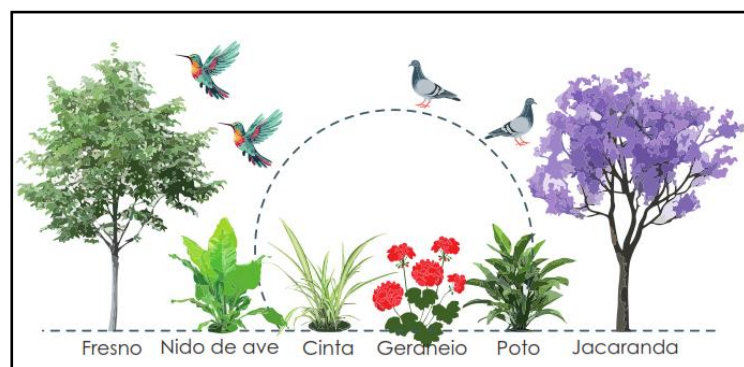


Figura 23. Esquema de flora y fauna

Fuente: Elaboración propia (2025).

4.2.8 Función

El mercado Roma presenta un concepto innovador y formal, que se caracteriza por partir de un volumen rectangular sostenido por columnas cuadradas. La envolvente de la fachada destaca formando una modulación de rombos que se vincula con el contexto urbano.

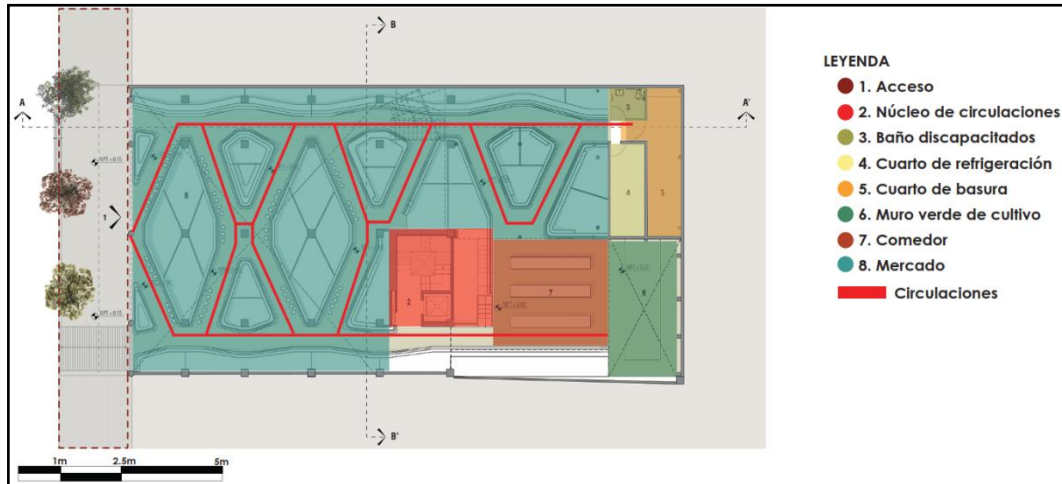


Figura 24. Zonificación Planta Baja

Fuente: ArchDaily (2023).

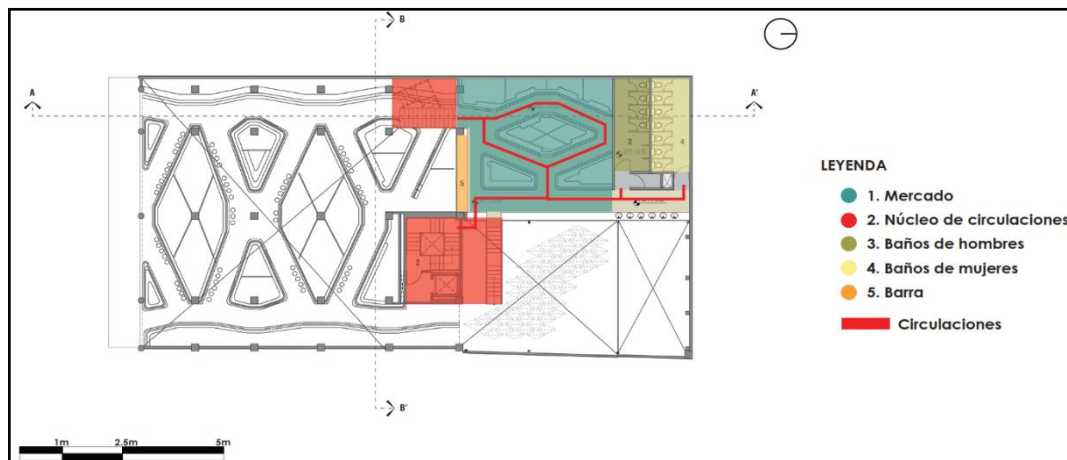


Figura 25. Zonificación Planta Mezzanine

Fuente: ArchDaily (2023).

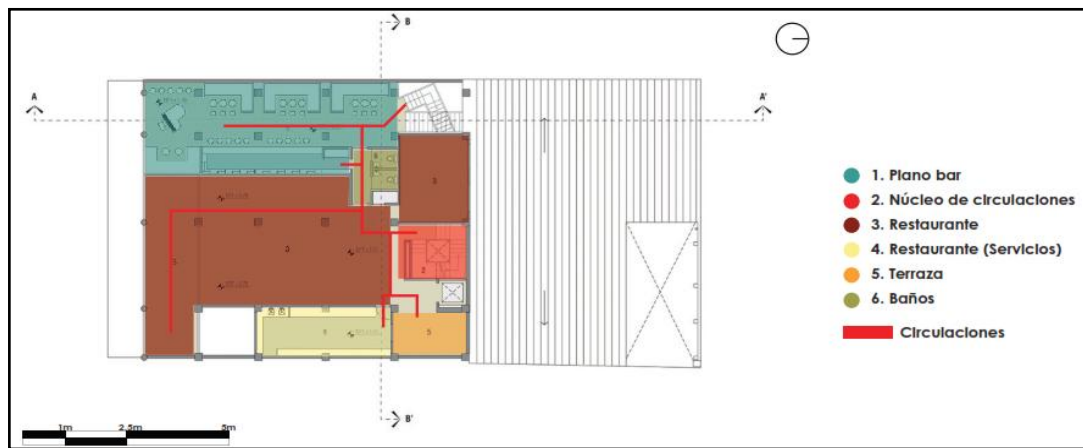


Figura 26. Zonificación Planta Segundo Nivel

Fuente: ArchDaily (2023).

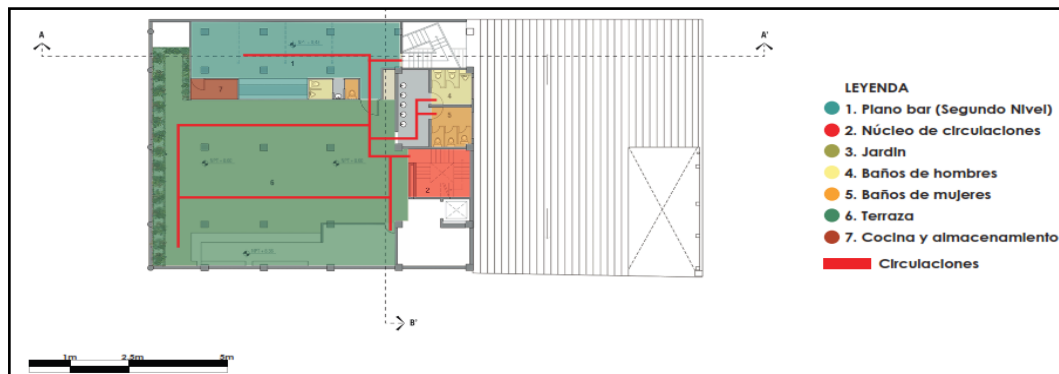


Figura 27. Zonificación Planta Tercer Nivel

Fuente: ArchDaily (2023).

4.2.9 Estrategias de intervención

Terrazas accesibles. Generar zonas accesibles que permitan que los usuarios se incorporen con el entorno natural aprovechando visuales importantes del lugar.

Mobiliario Interactivo. Desarrollar mobiliario interactivo en zonas de estar y patios de comida para que funcionen como espacios de cohesión social.

Envoltentes metálicas. Usar envoltentes en diferentes zonas del proyecto para tener una correcta regulación de iluminación y ventilación natural.

4.3 Mercado Braga

Situado en el continente Europeo, en Portugal - Braga, edificado en el año 2020 con un área de construcción de 9343m². El Mercado Braga se encuentra en la calle Abad Loureira y la calle Tv Do. Carmo.



Figura 28. Mercado Braga

Fuente: Apto Architecture (2023).

4.3.1 Problemática

El mercado Braga antes de su rehabilitación, enfrentaba varias problemáticas estructurales por su envejecimiento en techos, paredes y pisos, también tenía deficiencia en las instalaciones eléctricas y sanitarias, no cumplían con las necesidades de los comerciantes y compradores, en los alrededores tenían problema de inseguridad y insalubridad (APTO, 2023).



Figura 29. Problemática del Mercado Braga

Fuente: Apto Architecture (2023).

4.3.2 Movilidad

El mercado de la ciudad de Braga se a convertido en un punto de venta y consumo de productos al por mayor, teniendo como principales consumidores a la población urbana que se encuentra en su entorno inmediato. También el mercado cuenta con una variedad de productos frescos que vienen de toda la región y importados, el acceso al mercado se puede realizar con facilidad porque cuenta con una interfaz de transporte público y estacionamientos, zonas de ciclo vías que permiten que el usuario se pueda trasladar con facilidad mediante bicicleta.

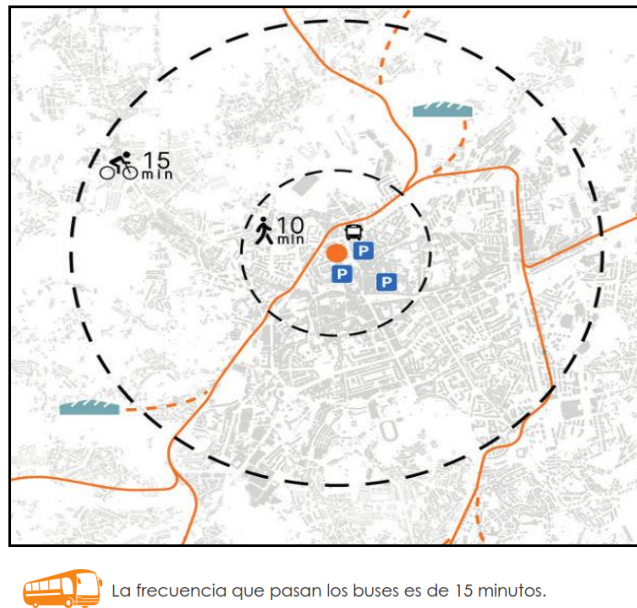


Figura 30. Contexto urbano del Mercado Braga

Fuente: Apto Architecture. (2023).

4.3.3 Análisis Biofísico

El mercado Braga se caracteriza por la correcta iluminación que tiene en cada uno de los espacios ya sea por espacios de doble altura o por ventanales de piso a techo, esto nos ayuda a maximizar la entrada de luz natural.

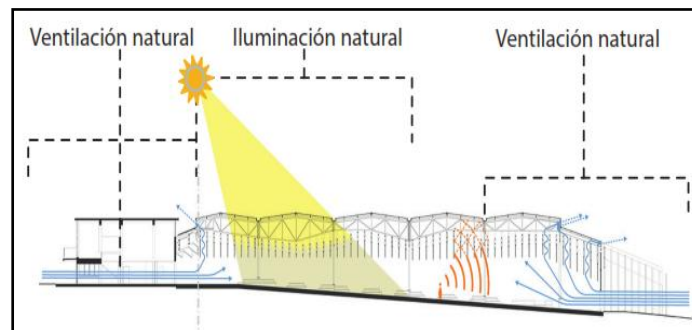


Figura 31. Esquema de iluminación natural

Fuente: Apto Architecture. (2023).

4.3.4 Análisis Socio Cultural

El Mercado de Braga promulga la socio culturalidad de la ciudad, convirtiendo en espacios vitales para la interacción social, la preservación de las tradiciones culturales y el fomento de la comunidad. La rehabilitación del mercado ha fortalecido la preservación de la identidad cultural de Braga, promoviendo la inclusión social, economía local y el turismo.

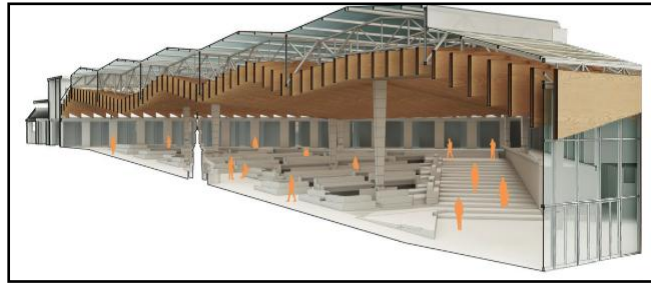


Figura 32. Análisis sociocultural

Fuente: Apto Architecture (2023).

4.3.5 Eje de conexión

La accesibilidad se da por dos ejes que son las calles principales que permiten conectar el espacio público multifuncional.

Los espacios son accesibles, la diversidad de su oferta comercial, gastronómica, y su compromiso con la sostenibilidad lo convierten en un punto de referencia en Braga, ofreciendo experiencias culturales tanto para residentes como para visitantes.

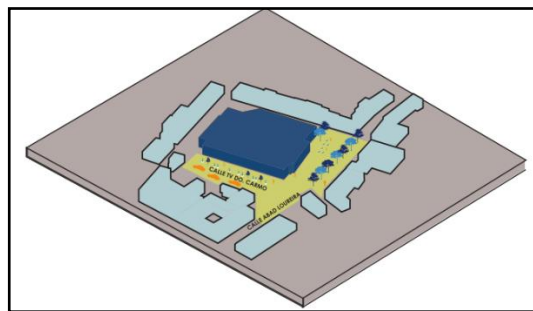


Figura 33. Esquema de espacio público

Fuente: Elaboración propia (2025).

4.3.6 Análisis Económico

El mercado al contar con un importante generador de ingresos tanto para los comerciantes locales como para la economía municipal que se dedican a la venta de productos frescos, artesanales y gastronómicos tienen una clientela amplia, lo que incrementa las ventas y los beneficios.

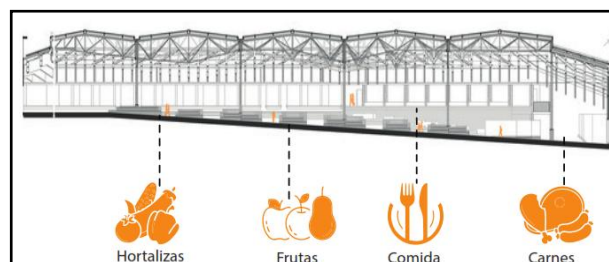


Figura 34. Esquema de análisis económico

Fuente: Apto Architecture (2023).

4.3.7 Flora y fauna

En el espacio público del mercado se encuentra arboles de palo de roble y tilo que funcionan como espacios de sombra para el mobiliario de la plaza de acceso.

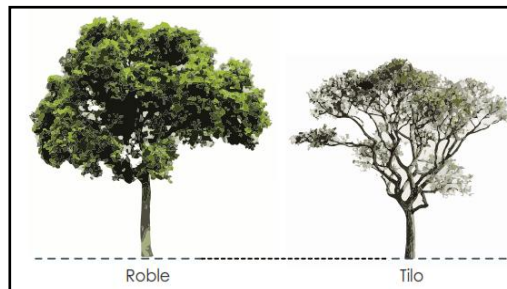


Figura 35. Esquema de flora

Fuente: Elaboración propia (2025).

4.3.8 Función.

Las circulaciones se deben generar tanto perpendiculares como perimetrales para que se puede transitar con mayor fluidez e incentivar que los compradores puedan apreciar los productos de mejor manera y puedan visitar todos los locales comerciales.

4.3.8.1 Diagrama de demolición del mercado

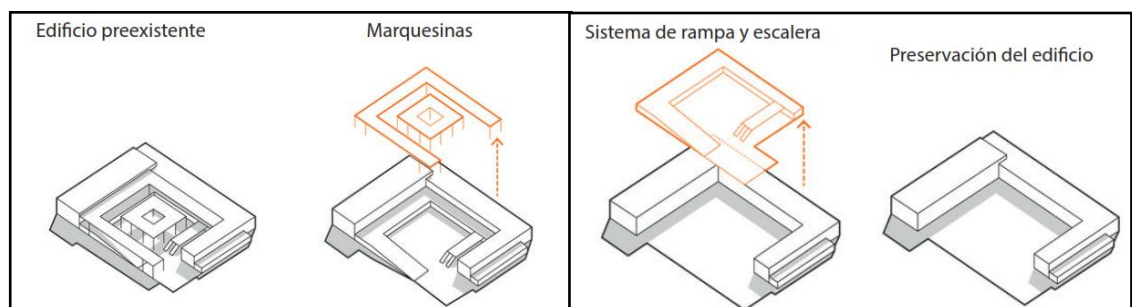


Figura 36. Diagrama de edificio preexistente

Fuente: Apto Architecture (2023).

4.3.8.2 Diagrama de proceso de modulación

Se genera nuevos ejes estructurantes que permitan tener espacios con mayor fluidez en el área de venta del mercado generando una fácil accesibilidad tanto para los productores como consumidores.



Figura 37. Esquema modulación de espacios

Fuente: Apto Architecture (2023).

4.3.8.3 Diagrama de circulación

Las circulaciones se deben generar tanto perpendiculares como perimetrales para que se puede transitar con mayor fluidez e incentivar que los compradores puedan apreciar los productos de mejor manera y puedan visitar todos los locales comerciales.

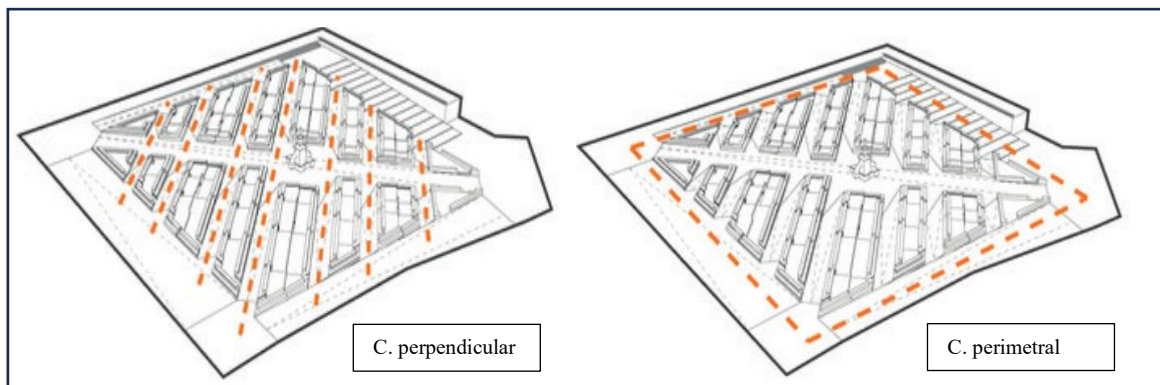


Figura 38. Esquema de circulación perpendicular y perimetral.

Fuente: Apto Architecture (2023).

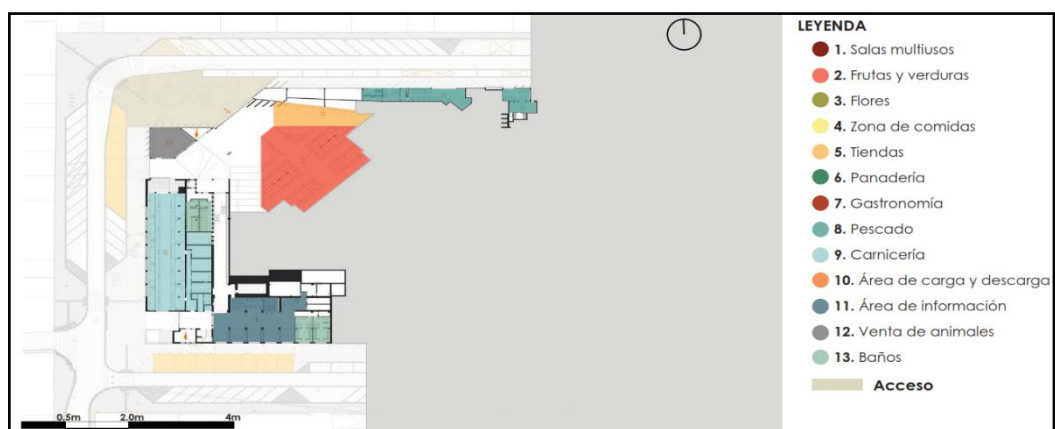


Figura 39. Zonificación Planta Subsuelo

Fuente: Apto Architecture (2023).

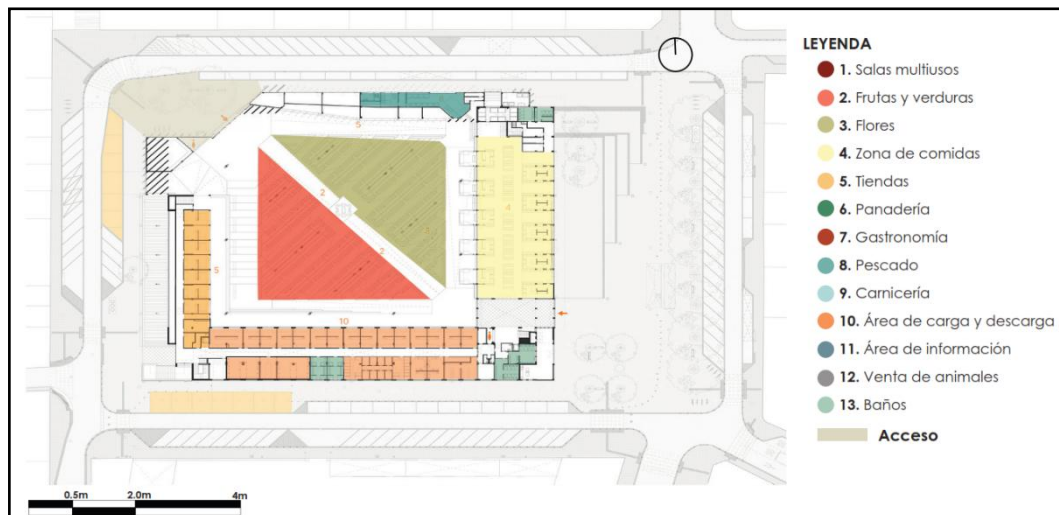


Figura 40. Zonificación Planta Baja.

Fuente: Apto Architecture. (2023).

4.3.9 Estrategias de intervención

Ejes de circulación. Generar ejes de circulación para conectar áreas de ventas al por mayor y menor permitiendo una correcta accesibilidad en el proyecto.

Materialidad. Integrar materiales que provoquen un contraste de sombra, transparencia y sean propios del lugar.

Zonas de carga y descarga. Implementar áreas de abastecimiento en zonas específicas para tener una conexión directa entre la zona de ingreso, área de descarga, almacenamiento, y distribución a los puestos de venta al por mayor y menor, permitiendo una fluidez constante en estos espacios.

CAPÍTULO V. ANÁLISIS

5.1 Análisis macro

5.1.1 Localización

Latacunga es la capital de la provincia de Cotopaxi, se ubica en el centro del Ecuador, situada a 2750 msnm, su localización es estratégica lo que nos permite aprovechar sus visuales al Sur teniendo como vista principal el volcán Cotopaxi.

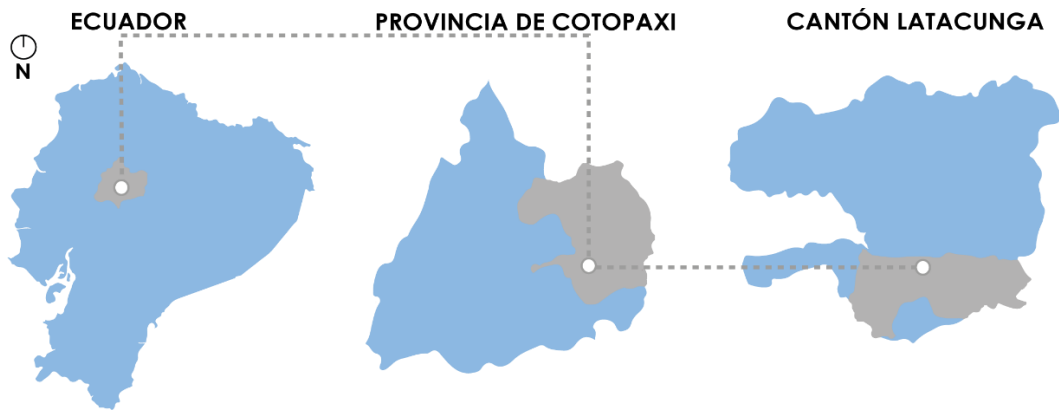


Figura 41. Localización lugar de intervención

Fuente: Elaboración propia (2025).

5.1.2 Historia de Latacunga

El nombre de Latacunga proviene de la palabra quichua “Llacta Kumka” que significa “Os encargo estas tierras”. Esta ciudad se caracteriza por tener diferentes actividades comerciales, económicas y turísticas.



Figura 42. Historia de Latacunga

Fuente: Francisco Ulloa (2023).

Las actividades sísmicas y la erupción del volcán Cotopaxi han determinado parte de la historia de la ciudad que fue destruida en el año de 1698 y 1757. Latacunga fue fundada por Españoles en el año de 1534, luego el 1 de Abril de 1584, se realiza una nueva fundación a cargo del Cap. Antonio de Clavijo que lo denomina como “San Vicente Mártir de Latacunga”.

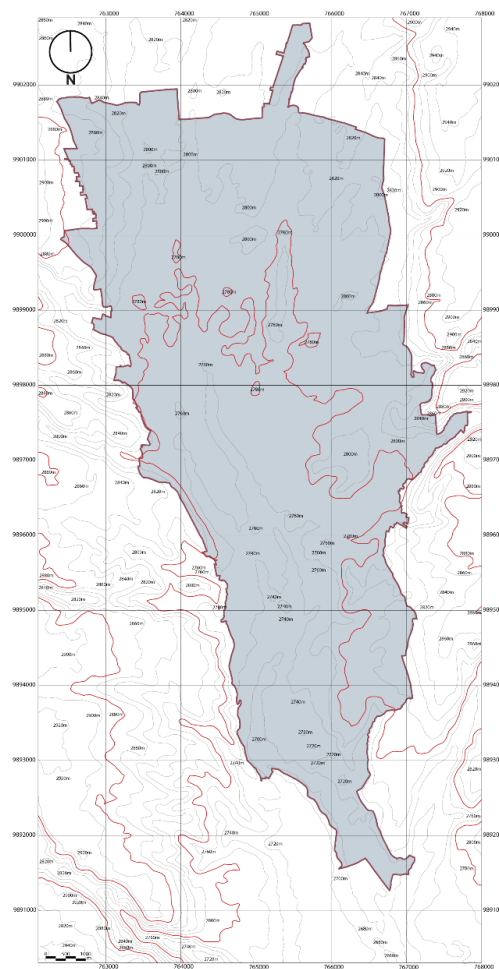


Figura 43. Límite urbano de Latacunga

Fuente: Elaboración propia (2025).

5.2 Población y demografía

Según el Censo Nacional del 2022, el cantón Latacunga cuenta con una población total de 217,261 habitantes, y se encuentra dividida en zona urbana con 77,267 habitantes, mientras que 139,994 habitan en zonas rurales siendo el área más predominante.



Figura 44. Población zona urbana y rural del cantón Latacunga

Fuente: Elaboración propia (2025), con cifras del CENSO 2022 (INEC).

5.2.1 Total de viviendas

Según el Censo Nacional del 2022, la ciudad de Latacunga tiene un total de 83,303 viviendas, lo que determina el crecimiento urbano y rural que ha tenido con el transcurso de los años.

Hogares. El cantón Latacunga tiene un total de 62,218 hogares, mientras que el promedio de hogar es de 3,42 personas estos datos nos ayudan a entender la estructura social y habitacional de los ciudadanos.



Figura 45. Esquema total de viviendas

Fuente: Elaboración propia (2025), con cifras del CENSO 2022 (INEC).

5.3 Cuencas hidrográficas

La zona urbana del cantón Latacunga forma parte de la cuenca hidrográfica del río Pastaza, abarcando el 83% del territorio. El río Cutuchi es una de las principales microcuencas que tiene un caudal aproximado de 11.39 m³/s que parte desde los deshielos del Cotopaxi y pasa en sentido norte a sur, captando agua de los ríos secundarios, Aláquez, Cunuyacu, Yanayaku, Pumacunchi. En base al análisis de cuencas hidrográficas se puede interpretar las diferentes zonas de riesgos, afluencia del agua, establecer áreas seguras y generar una conexión que se vincule el equipamiento con el entorno natural (Municipio de Latacunga, 2020).

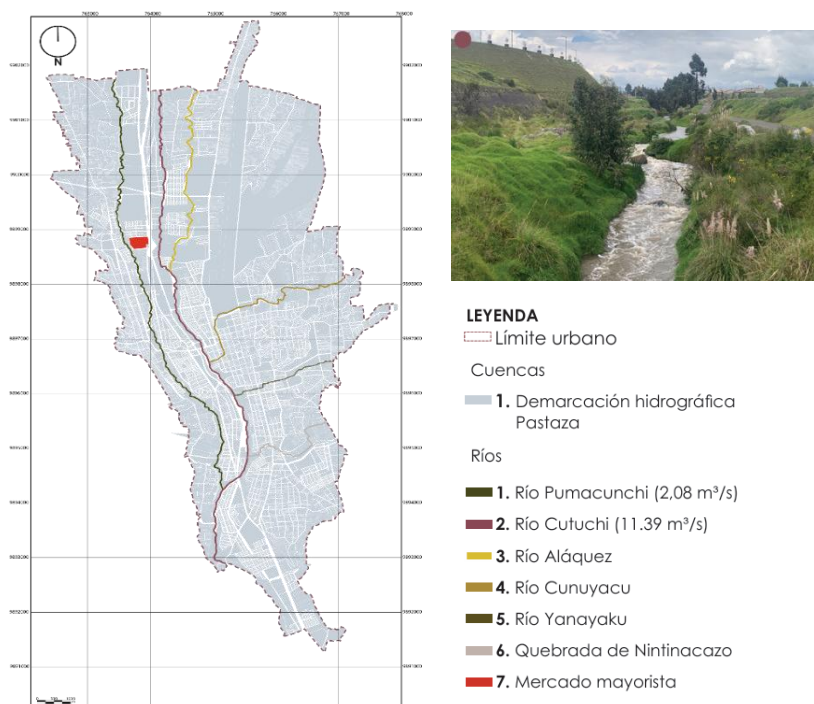


Figura 46. Mapeo Cuencas hidrográficas

Fuente: SENAGUA (2017)

5.3.1 Recolección de desechos

En la zona de intervención la recolección de desechos se lo realiza a través de mobiliario urbano que permite almacenar los residuos de los ciudadanos para que a través del recolector de basura se pueda llevar a la descomposición, es notable que en la zona urbana de la ciudad de Latacunga se realice un recorrido total por cada una de las parroquias urbanas incrementando el mayor alcance de este servicio. En base al análisis de recolección de desechos se puede zonificar las rutas específicas que ayuden a una correcta circulación del recolector de basura y optimizar zonas, para que los vendedores y compradores puedan ir con facilidad y de este modo tener una correcta recolección y salida de desechos.

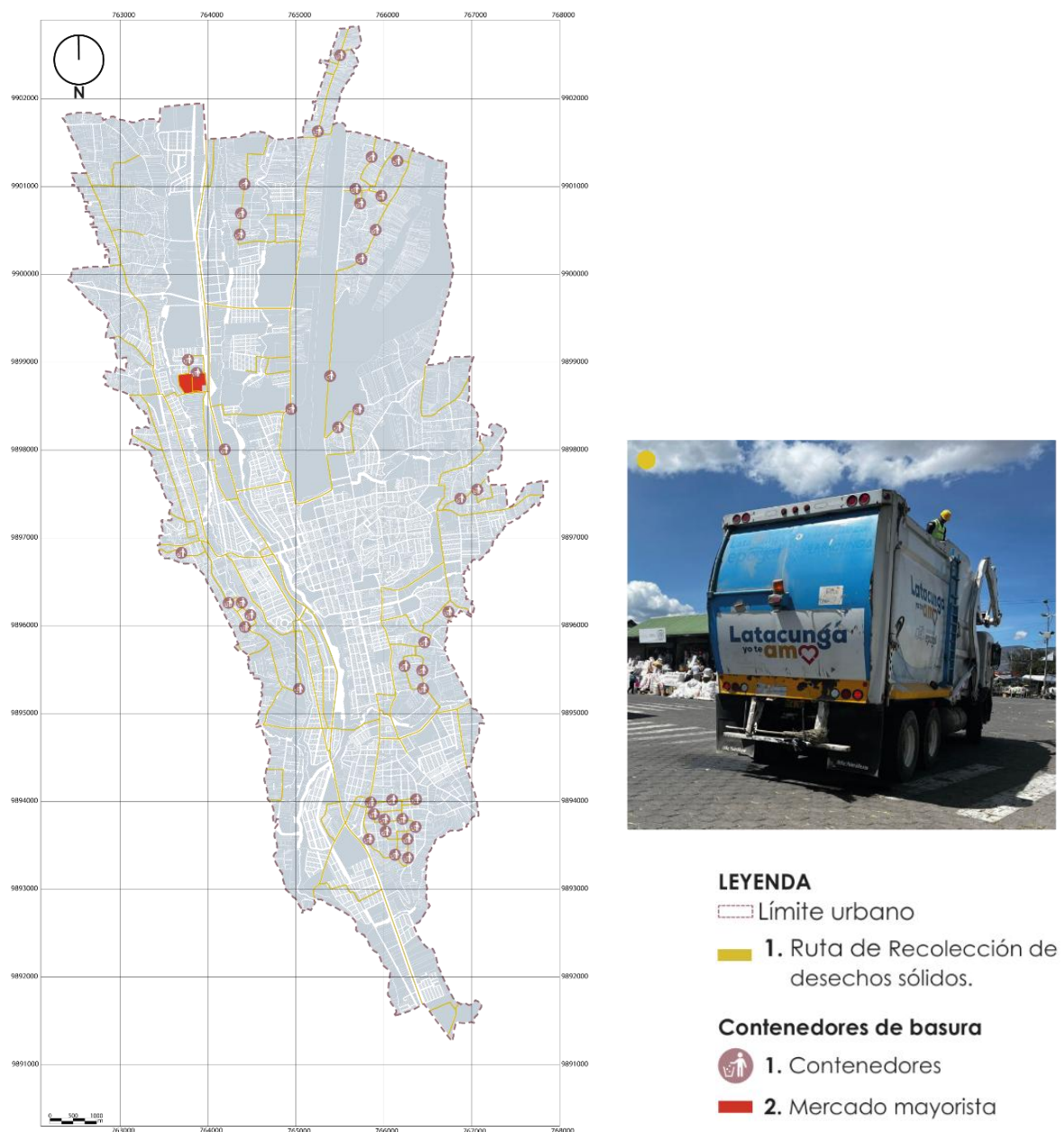


Figura 47. Mapeo de recolección de desechos sólidos

Fuente: Elaboración propia (2025).

5.3.2 Inundaciones

En la zona de intervención el nivel de susceptibilidad de inundación es media – baja por motivo que la mayoría de los terrenos tienen una pendiente mínima, lo que ayuda que en tiempo de invierno el agua fluya de una manera adecuada, así mismo el nivel de media - alta se da en zonas que tienen una pendiente aproximada de 5 a 12% y son zonas que pasan el río Cutuchi, Pumacunchi, Aláquez, Cunuyacu, Yanayaku y la quebrada de Nintinacazo estos sectores se vuelven susceptibles a inundaciones en tiempos de invierno, porque el caudal de los ríos suben y pueden generar desbordamientos e inundaciones (Municipio de Latacunga, 2020).

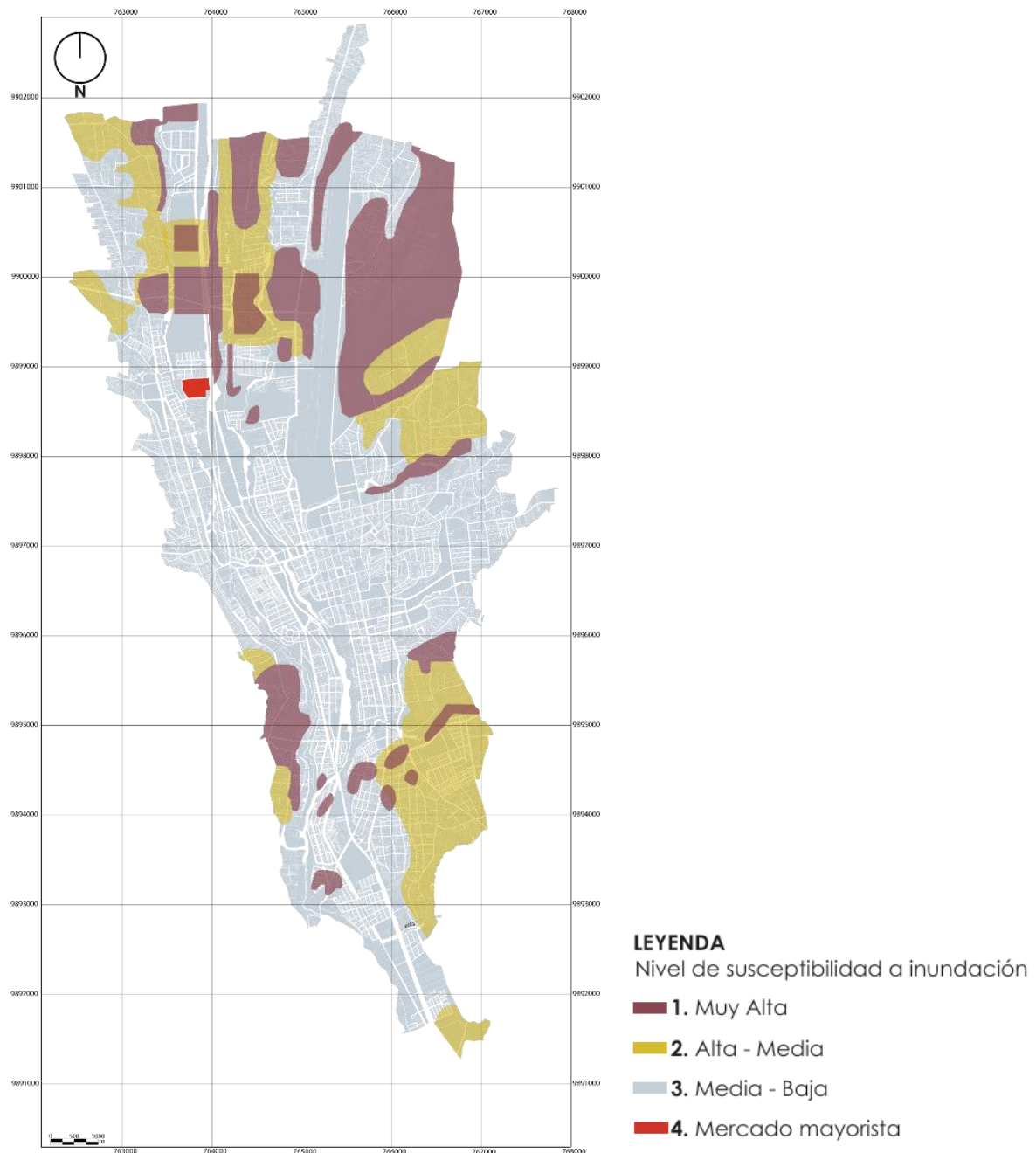


Figura 48. Mapeo de inundaciones

Fuente: Elaboración propia (2025).

5.4 Producción agropecuaria

Los cultivos más representativos en el área urbana del cantón Latacunga por la ocupación territorial son el maíz suave, el brócoli, las hortalizas, cebolla blanca que son los principales productos de desarrollo de la zona. En el caso del cultivo de pastos los más representativos son la alfalfa, forraje y avena.

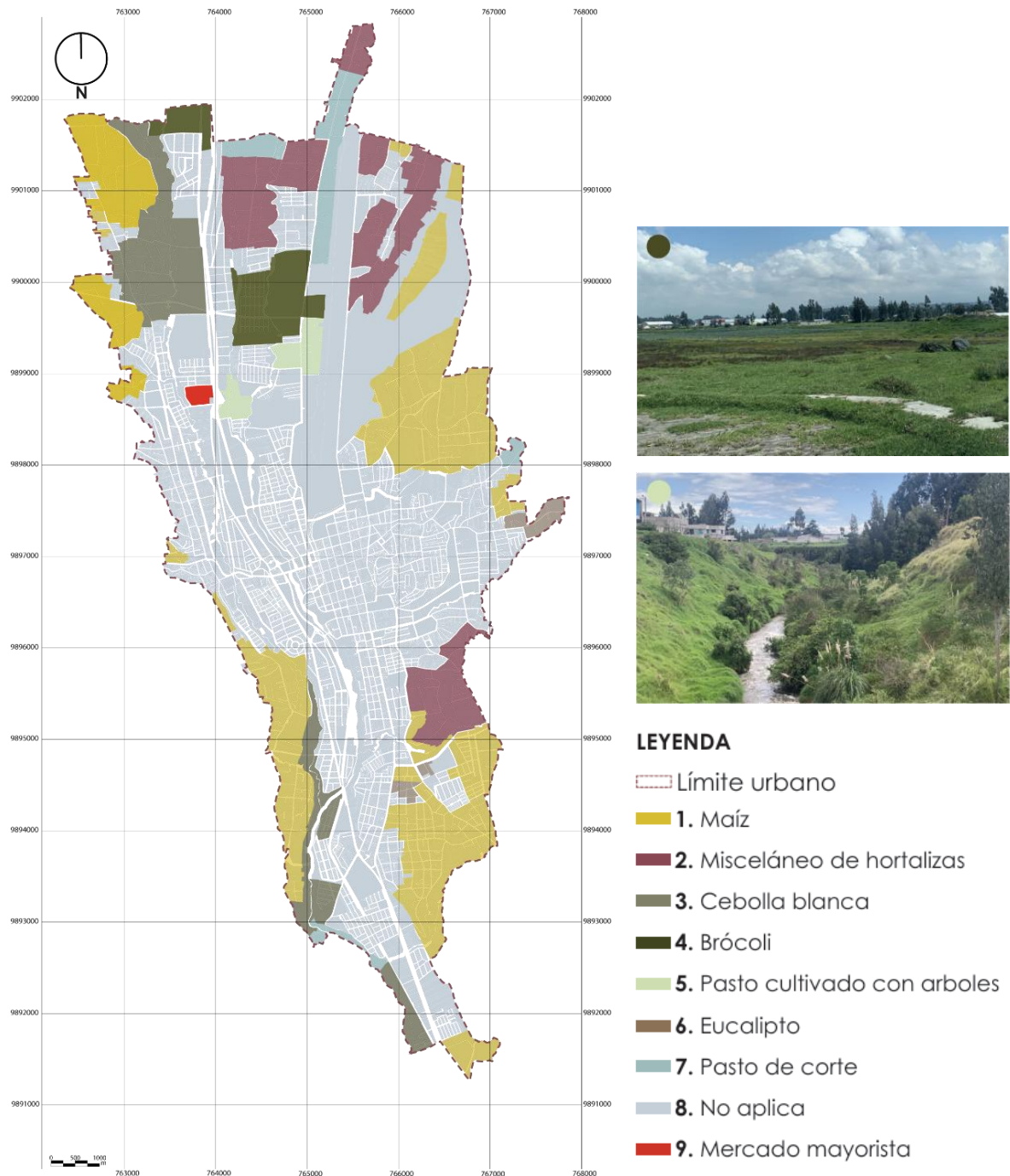


Figura 49. Mapeo de producción agropecuaria.

Fuente: Elaboración propia (2025).

5.4.1 Infraestructura de producción

En la zona urbana del cantón Latacunga, se encuentran diferentes espacios de comercialización como es el mercado Mayorista el principal distribuidor de productos alimenticios de primera necesidad también tenemos el mercado cerrado de Latacunga, mercado de San Felipe y mercado la Merced. Los principales centros de asistencia técnica son el Ministerio de Industrias y Productividad y Agrocalidad son los entes que ayudan al asesoramiento técnico y control de los procesos productivos.

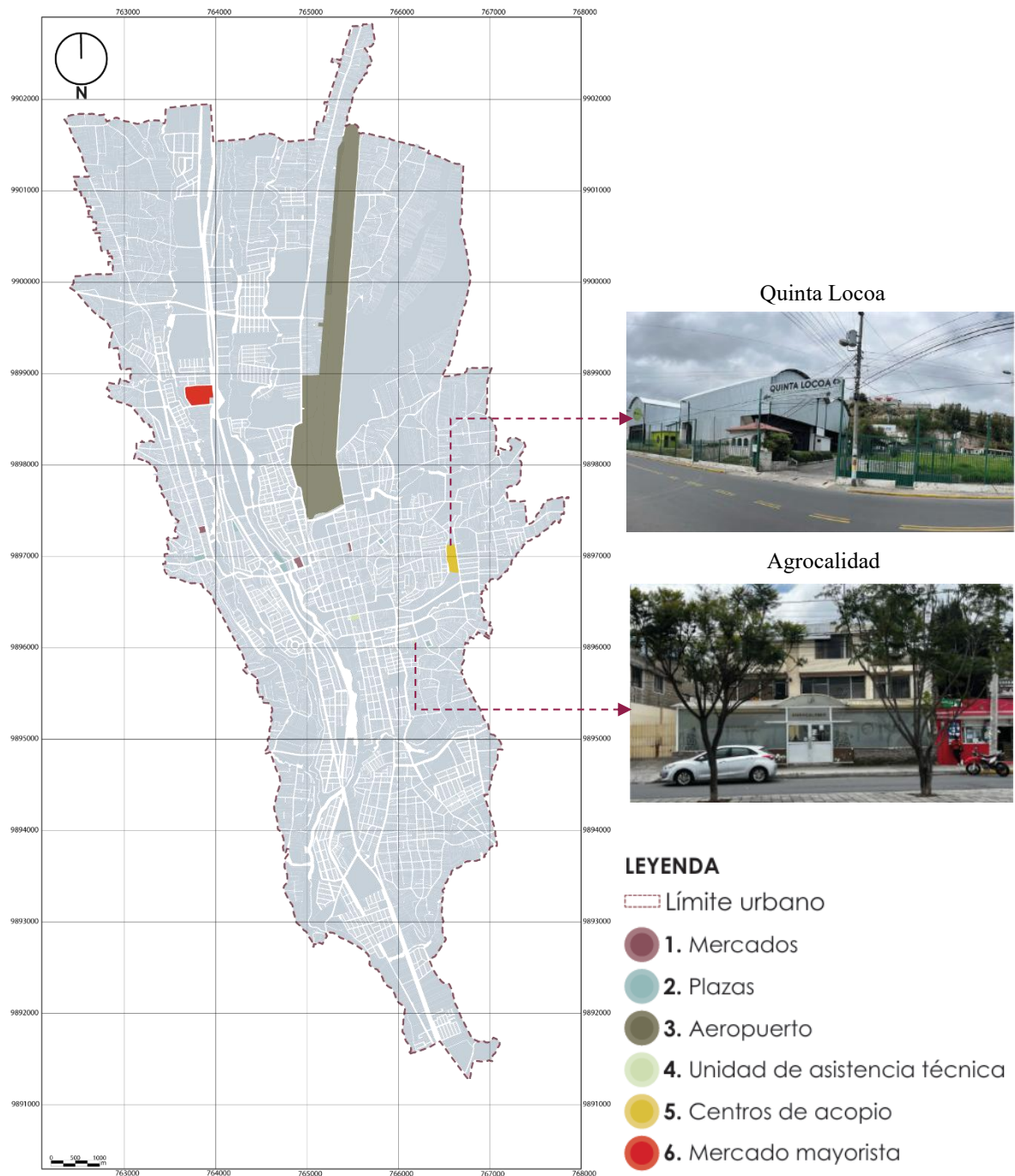


Figura 50. Mapeo Infraestructura de apoyo a la producción

Fuente: Elaboración propia (2025).

5.5 Equipamiento

La zona cuenta con equipamientos públicos y privados. Se observa que la mayor parte de equipamientos son educativos. También, el aeropuerto abarca una amplia superficie visiblemente hay una gran falta de áreas verdes en las diferentes zonas, o zonas verdes que se encuentran en deterioro, no hay equipamientos culturales que incentiven al conocimiento de la cultura y tradiciones del cantón Latacunga.

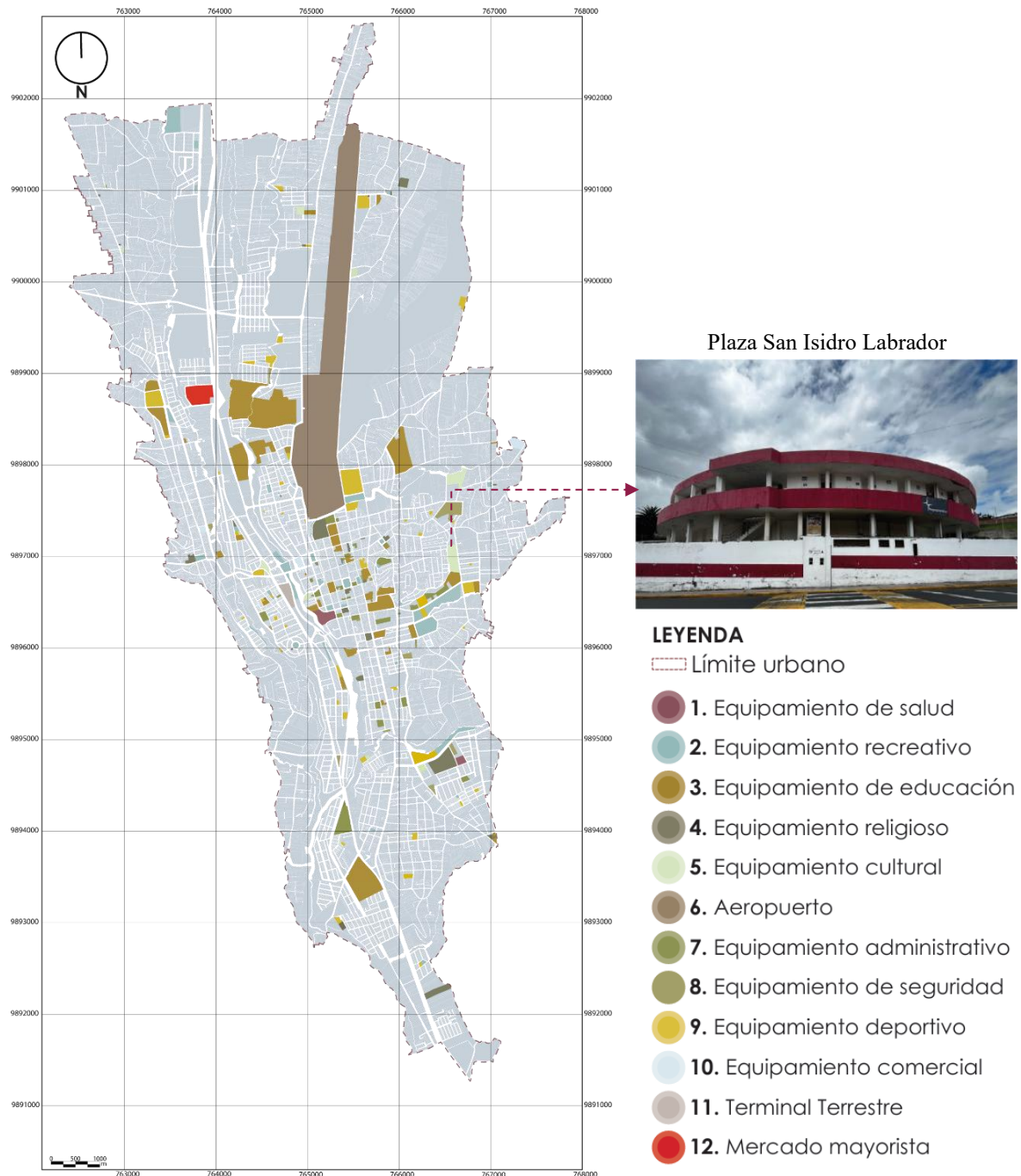


Figura 51. Mapeo de equipamientos

Fuente: Departamento de Planificación (GAD Latacunga, 2020).

5.5.1 Jerarquización vial

La vía arterial viene siendo la estatal que conecta la ciudad de Ambato y Quito, en este caso la vía estatal, atraviesa por toda la ciudad de Latacunga, y las vías arteriales secundarias son las que conectan a las parroquias urbanas y rurales del cantón.

Las vías colectoras, son todas aquellas que alimentan el tránsito a las vías arteriales, son muy pocas en la ciudad ya que la gran parte de estas son locales y se las utiliza como medio alternativo en caso de embotellamiento o festividades.

Las vías locales de Latacunga son las que se encuentran en mayor porcentaje, pero esta varía dependiendo de su ubicación, ya que muchas de las vías del centro histórico son pequeñas y su sección es igual o mayor a 3 m.

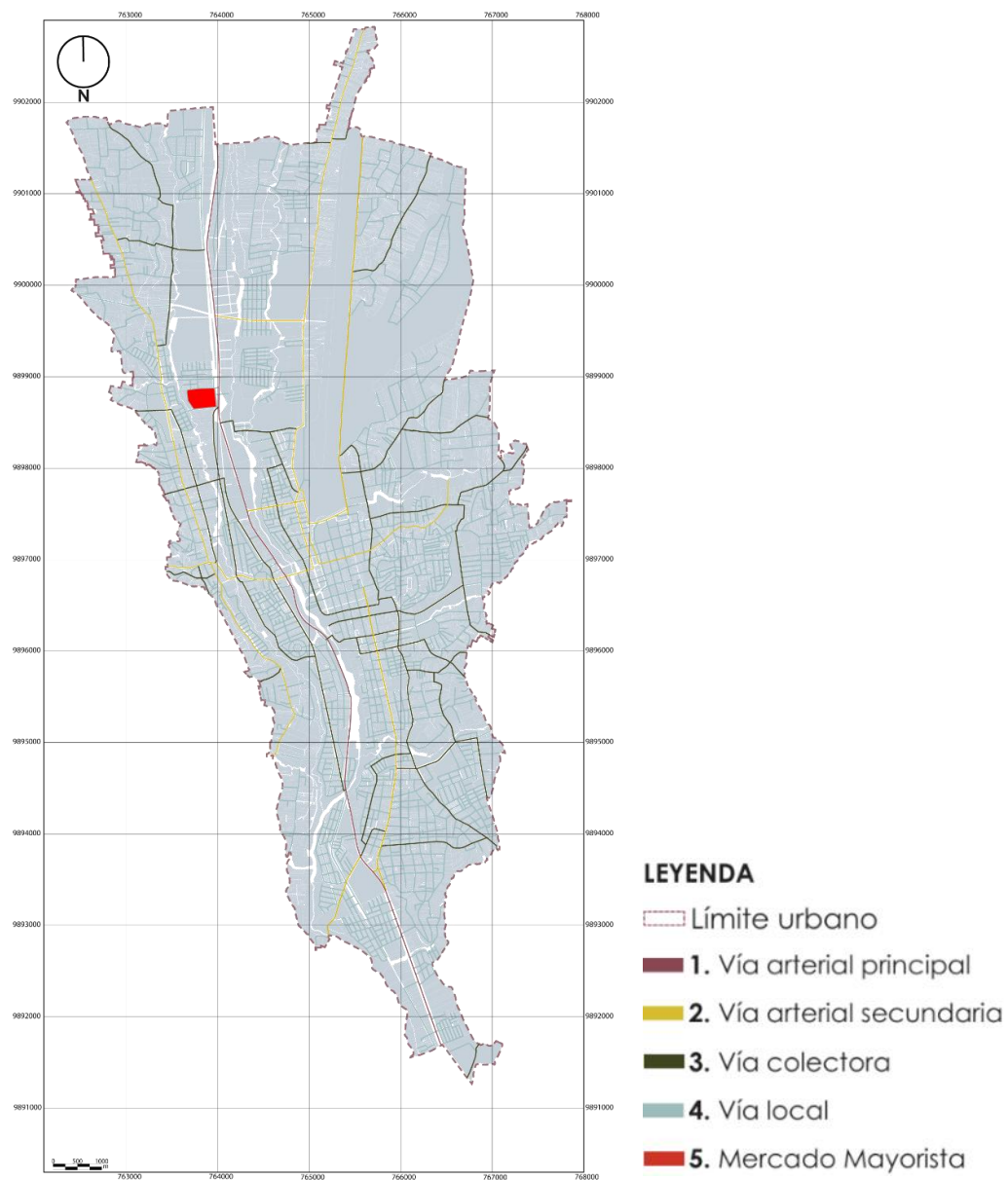


Figura 52. Jerarquización vial

Fuente: Departamento de Planificación (GAD Latacunga, 2020).

5.5.2 Recorridos comerciantes

El Mercado Mayorista de la ciudad de Latacunga tiene comerciantes que vienen de las diferentes parroquias urbanas y rurales como son: San Buenaventura, 11 de Noviembre, Poaló, Belisario Quevedo, Aláquez, Guaytacama, Joseguango Bajo, Tanicuchi, San Juan de Pastocalle, Mulaló, Toacazo también se encuentran comerciantes de los diferentes cantones de la provincia de Cotopaxi: Pujilí, Sigchos, Saquisilí, Salcedo, La Mana.

Los principales productos que comercializa son: papas, maíz, frejol, habas, melloco, yuca, zanahoria, cebolla, frutas de la costa y sierra etc. El mapeo del recorrido de los comerciantes nos ayuda a conocer el recorrido que realizan los comerciantes y cuáles son los principales puntos de accesos, zonas de carga, descarga y parqueaderos que debe tener el proyecto arquitectónico buscando generar una fácil circulación de los comerciantes y vendedores.

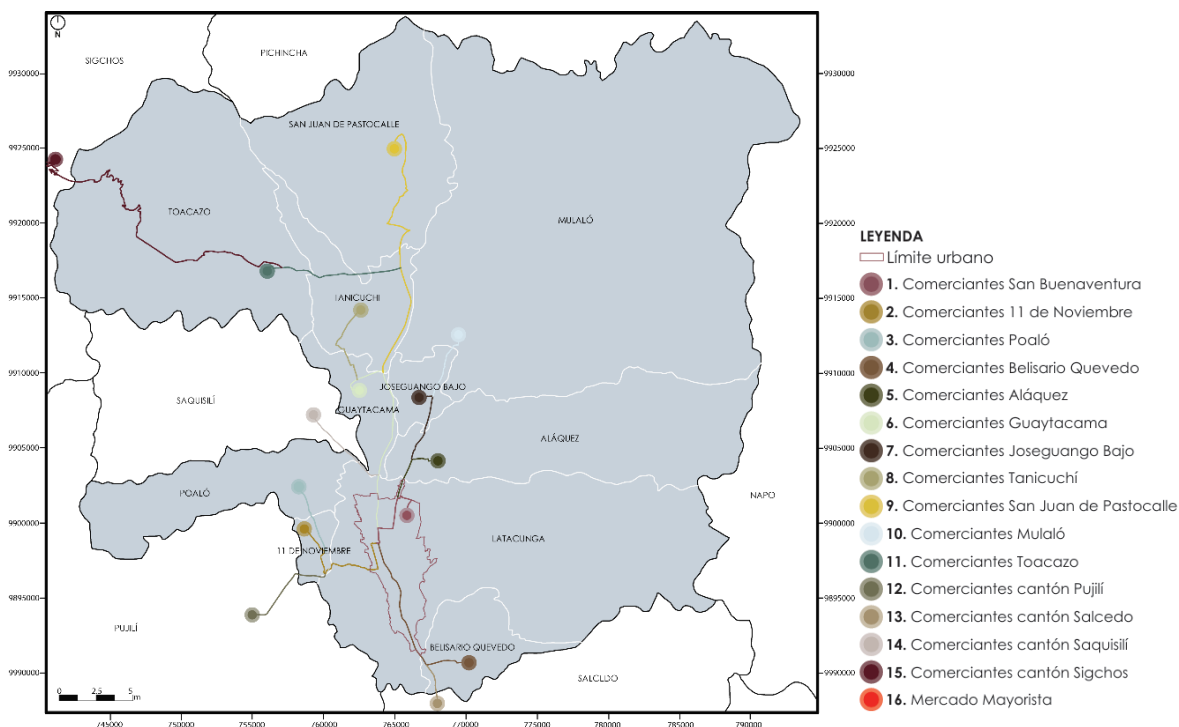


Figura 53. Mapeos recorridos de comerciantes

Fuente: Elaboración propia (2025).

5.5.3 Transporte público

El transporte público en la zona de estudio muestra que llega una línea al Mercado Mayorista que se conectan con el sitio a intervenir, las cuales se articulan hacia varios puntos de la ciudad volviendo al sitio un punto estratégico.

Una de las líneas se conecta de forma directa al lugar de intervención, el hecho de ser un equipamiento de gran escala urbana se encuentra localizado en los ejes principales de la ciudad y esto es un factor importante de conexión urbana.

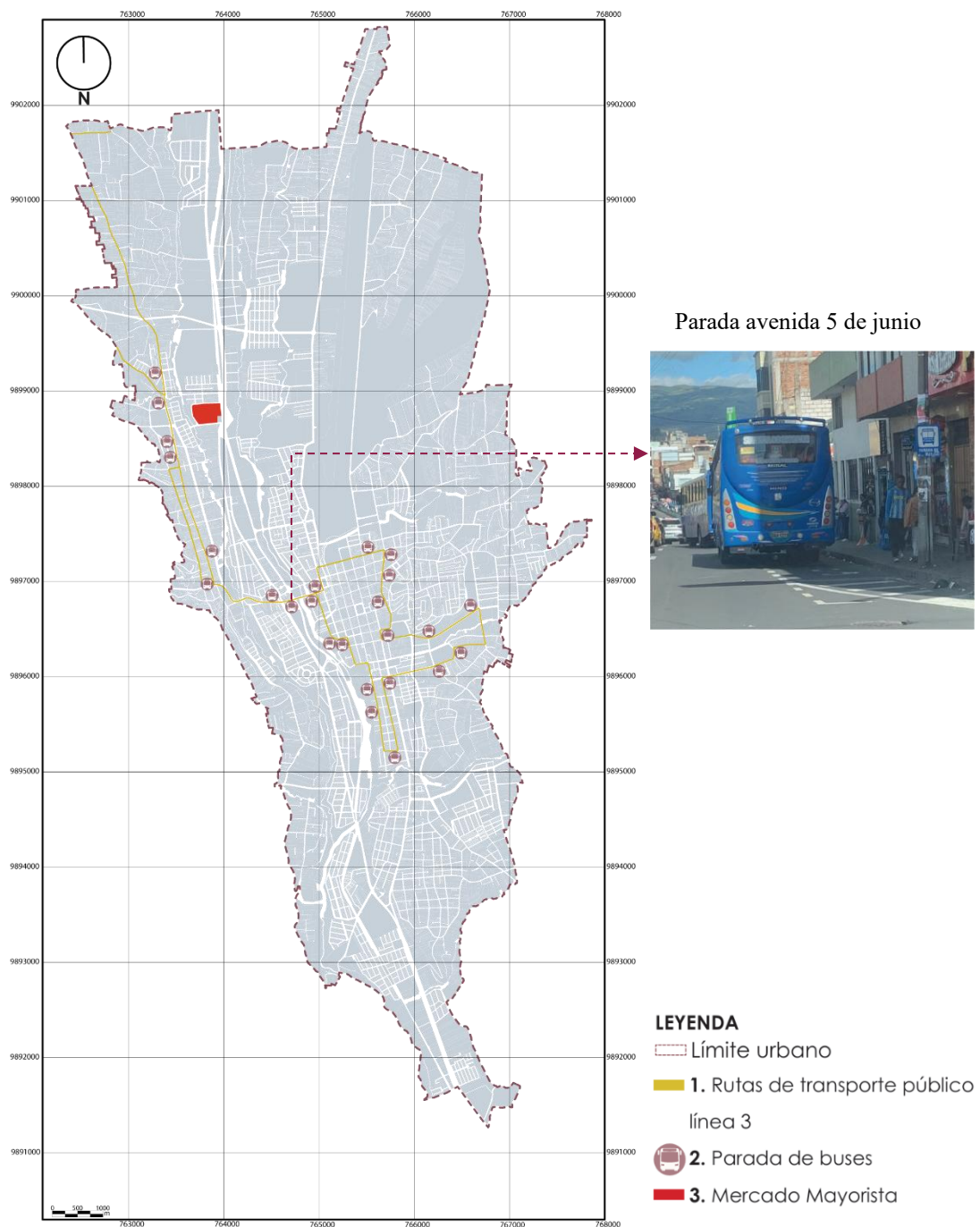


Figura 54. Mapeos recorridos de comerciantes

Fuente: Elaboración propia (2025).

5.5.4 Transporte público línea 3

El transporte público es primordial en la accesibilidad y funcionamiento del Mercado Mayorista de Latacunga, facilitando el traslado de comerciantes, compradores y trabajadores. En este contexto, la Línea 3, que recorre desde El Salto hasta la Calera, es un eje fundamental dentro de la movilidad urbana en la zona de intervención así mismo su

circulación se da cada 20 minutos permitiendo a los ciudadanos un recorrido seguro y de fácil accesibilidad.

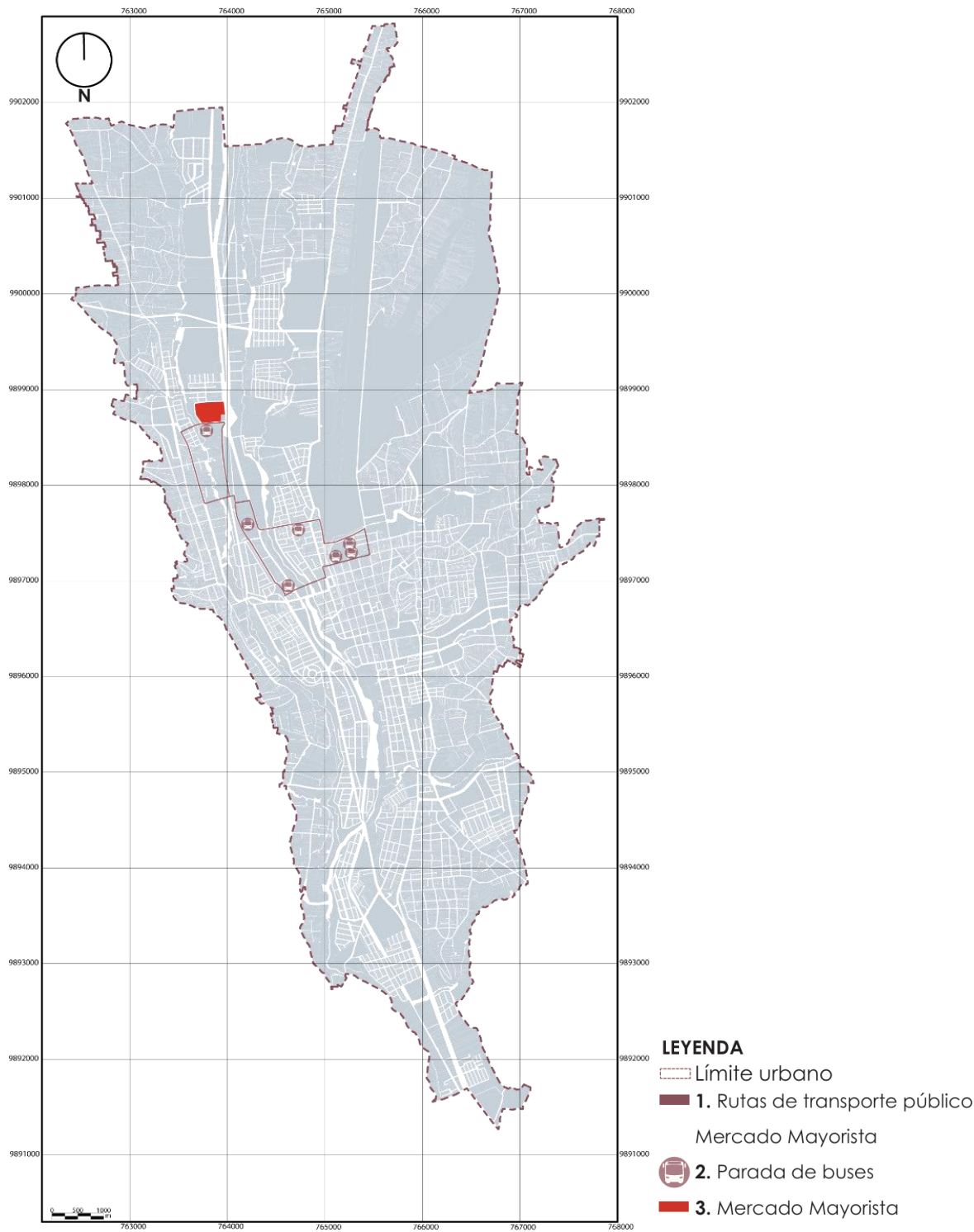


Figura 55. Mapeo de transporte público Mercado Mayorista

Fuente: Elaboración propia (2025).

5.6 Delimitación meso

Límite urbano. El análisis macro a nivel de límite urbano permite comprender como está funcionando la ciudad en los diferentes componentes socio cultural, biofísico, económico, asentamientos humanos y movilidad.

Escala meso. La delimitación realizada a nivel meso facilita la comprensión de aspectos importantes que se generan en el entorno inmediato del mercado mayorista. Esto contempla análisis de movilidad, equipamientos, áreas verdes, espacios públicos, uso de suelo, alturas de edificación, accesibilidad al mercado mayorista. Asimismo, se identifica las fortalezas y debilidades que se encuentran en la zona para desarrollar la propuesta arquitectónica.

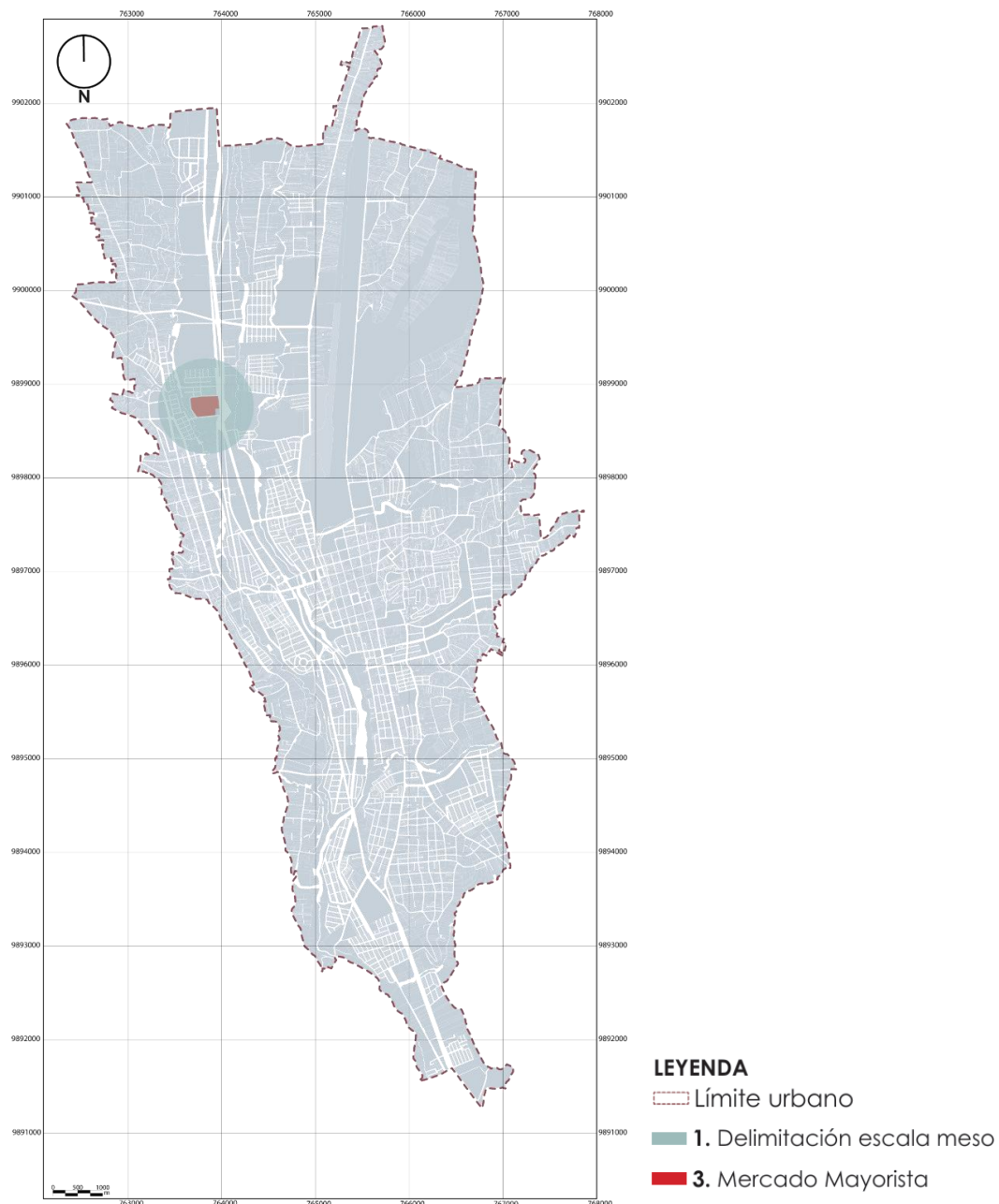


Figura 56. Delimitación escala meso

Fuente: Elaboración propia (2025).

5.7 Componente Biofísico

5.7.1 Vegetación Urbana

Las áreas verdes pertenecientes a las riberas del río Cutuchi y Pumacunchi del cantón Latacunga juegan un papel crucial en la preservación de la biodiversidad local, también contribuyen a la mitigación de efectos de calor. Proveen hábitats para diversas especies de flora y fauna. En el área de estudio existe el parque el ejido que funciona como único espacio de recreación y de sombra, se puede apreciar que existe una baja cantidad de áreas verdes lo que limita los espacios de esparcimiento para compradores y vendedores del mercado mayorista.



Figura 57. Mapeo de vegetación Urbana

Fuente: Elaboración propia (2025).

5.7.2 Flora y fauna

La flora en esta área incluye tanto especies autóctonas como aquellas introducidas, que coexisten en un entorno urbano. Los árboles que más predominan en las riberas del río son de eucalipto y ciprés tanto en el río Cutuchi como en el Pumacunchi, también en las áreas verdes y espacio público se encuentran arboles de cepillo rojo, eugenia, palmeras y plantas pequeñas como la dracena roja, barrilla de canarias etc. En cuanto a la fauna, se observa gran variedad de aves, como: búho, curiquingue, tórtola paloma, colibrí, insectos y mamíferos que habitan en la zona.

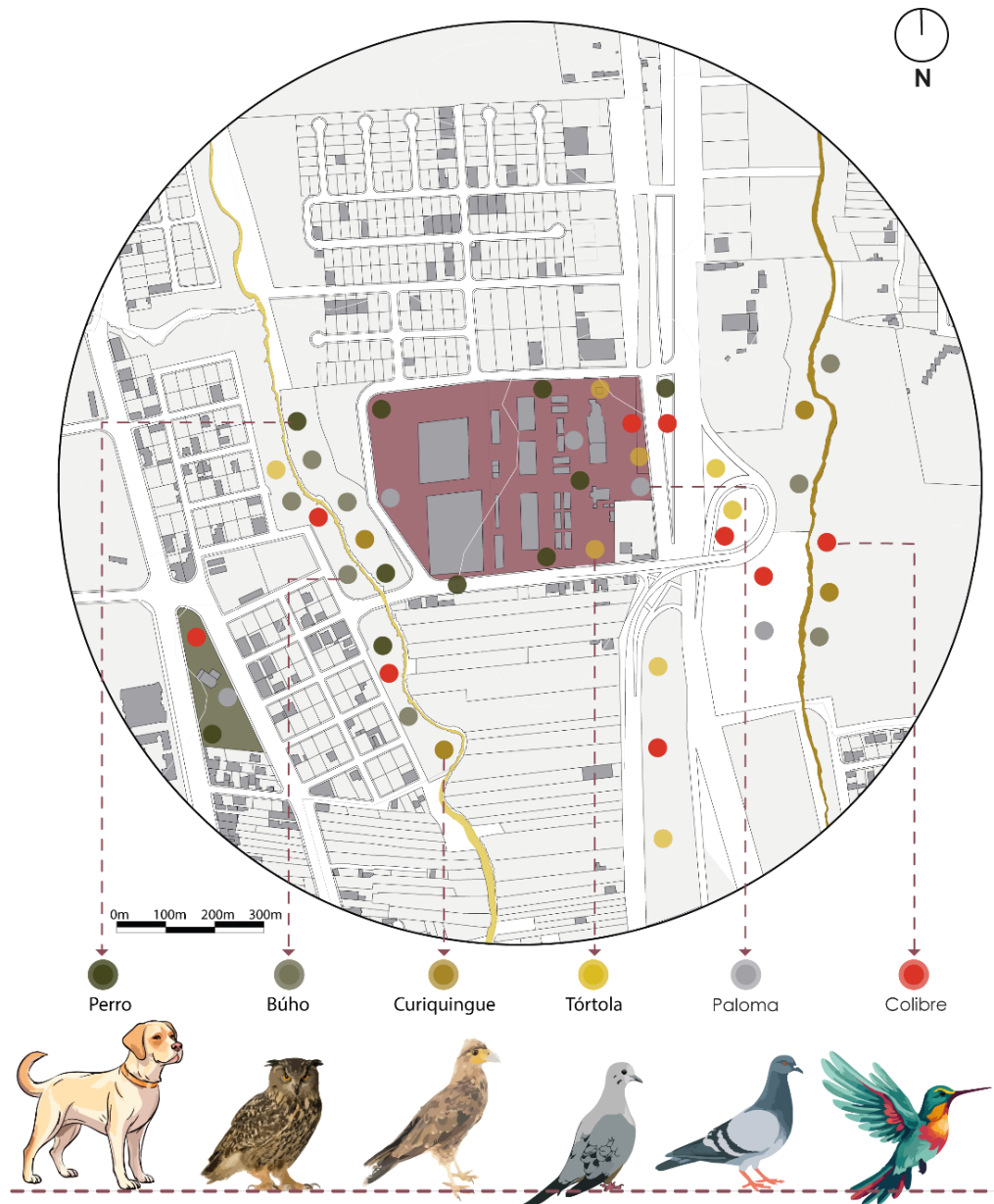


Figura 58. Mapeo de fauna.

Fuente: Elaboración propia (2025).

5.7.3 Asoleamiento y vientos

Los vientos en el mercado mayorista soplan desde el Suroeste (SO) para el Noreste (NE), los vientos más fuertes son característicos del Oeste, al comprender estas variaciones, se pueden tomar decisiones informadas en diversos sectores, mejorando la resiliencia y aprovechando las oportunidades que presentan las condiciones climáticas. El asoleamiento se da de Este a Oeste lo que se tiene que considerar para el proyecto que tenga una correcta iluminación, cumpla con el confort y bienestar de los ciudadanos.

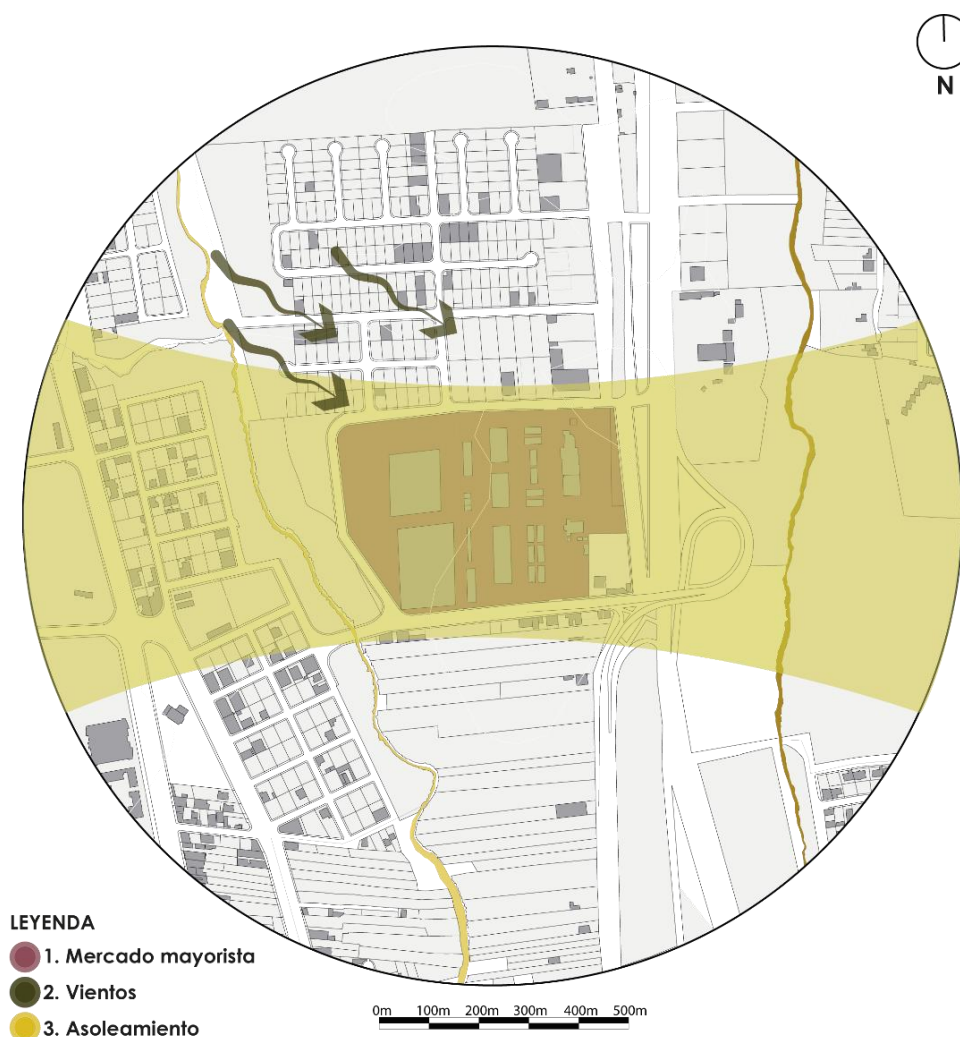


Figura 59. Mapeo de asoleamiento y viento.

Fuente: Elaboración propia (2025).

5.7.4 Topografía

El nivel topográfico en el entorno inmediato del mercado mayorista es semiplano, pero también presenta variaciones en las elevaciones debido a que se encuentran los ríos Cutuchi y Pumacunchi, que circulan por ambas márgenes y atraviesan la zona urbana del cantón Latacunga. El nivel topográfico va desde 2779 m.s.n.m hasta 2809 m.s.n.m en el mercado Mayorista. Es crucial considerar estos aspectos para garantizar accesibilidad y circulación eficiente tanto para comerciantes como para clientes, teniendo en cuenta un

desarrollo integral que considere los aspectos topográficos para que permita maximizar la eficiencia y resiliencia del mercado.

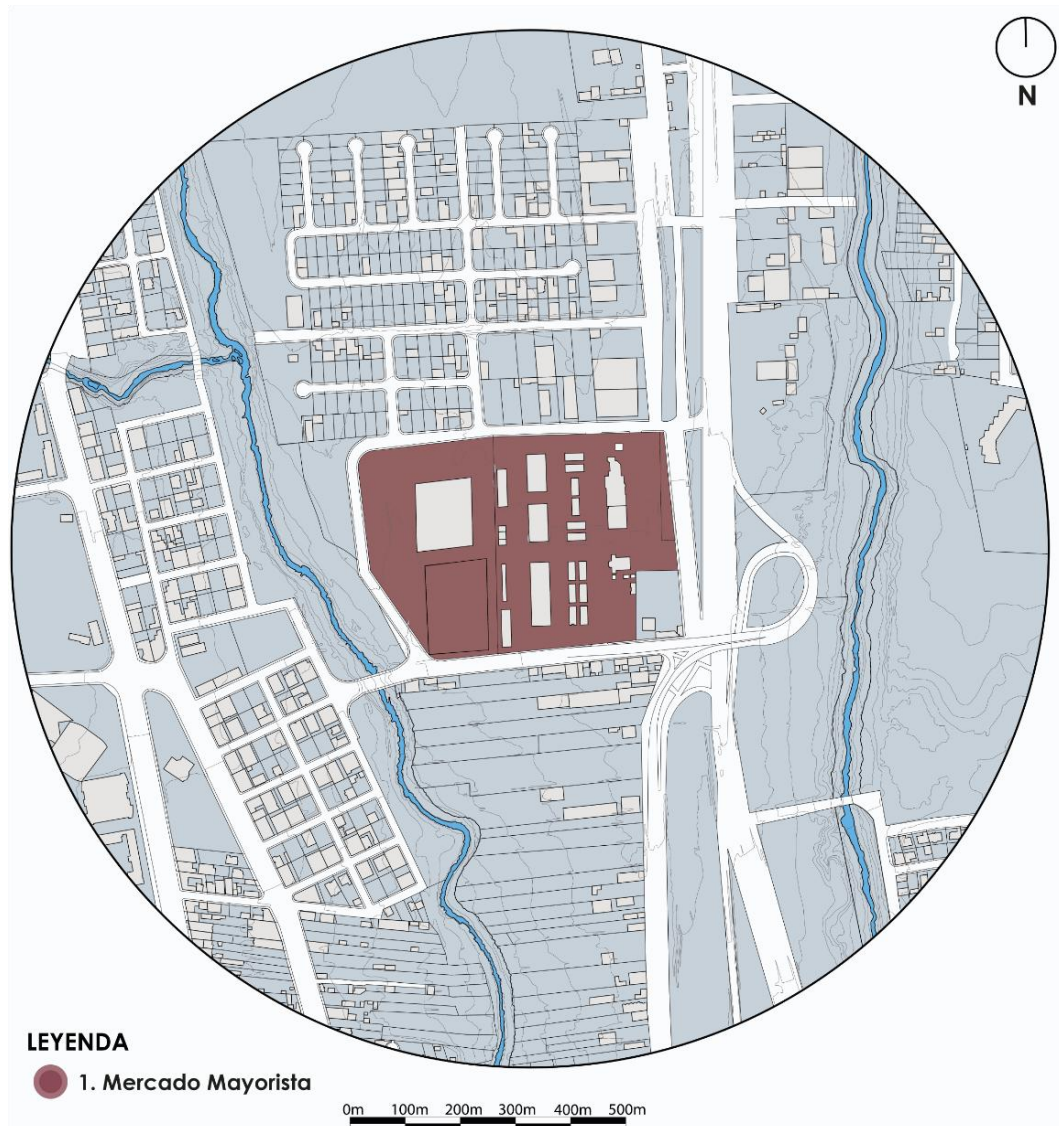


Figura 60. Mapeo de topografía

Fuente: Elaboración propia (2025).

5.7.5 Gestión de residuos

La falta de infraestructura adecuada en el mercado mayorista y de capacitación en la separación de residuos dificulta la implementación de un sistema eficaz de gestión, lo que lleva a una mayor acumulación de residuos orgánicos y plásticos. Los desechos del mercado Mayorista se los recolecta en basureros metálicos lo que dificulta la separación de residuos, también genera un problema visual para los compradores y genera un malestar para toda la ciudadanía. La recolección de basura es por la Av. Simón Rodríguez, Av. Iberoamericana, calle Buenos Aires y ingresa al mercado Mayorista los días de recolección de basura se da los días de feria, martes, viernes y sábado en el horario de las 2 de la tarde.

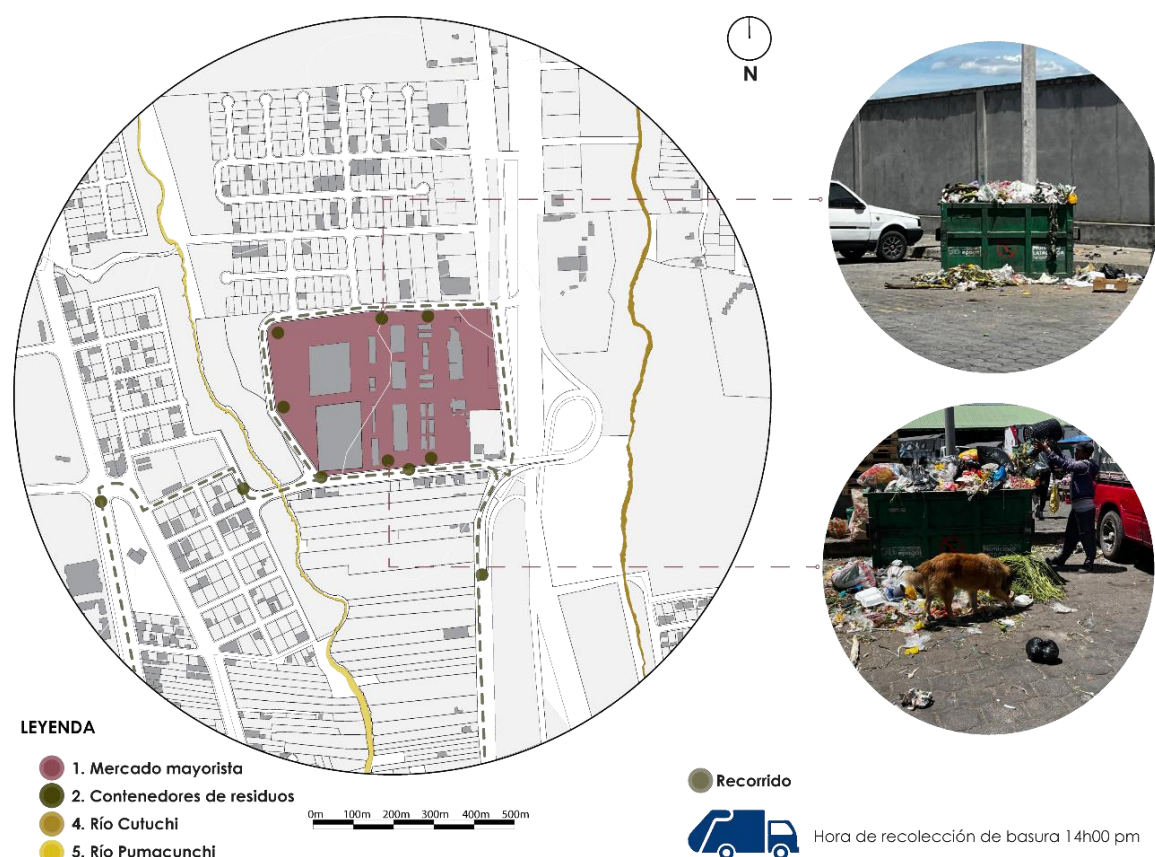


Figura 61. Mapeo gestión de residuos.

Fuente: Elaboración propia (2025).

5.8 Componente Sociocultural

5.8.1 Seguridad

El recorrido de la policía se desarrolla de manera constante y cubre de forma integral todo el entorno inmediato del mercado Mayorista, lo cual contribuye significativamente a generar una sensación de seguridad entre los habitantes del sector, comerciantes, visitantes y transeúntes. Existen ciertas áreas consideradas puntos críticos dentro de este perímetro, en particular las calles Bogotá y Asunción, que presentan deficiencias importantes en cuanto a la iluminación pública. La insuficiente iluminación en estas vías no solo limita la visibilidad durante las horas nocturnas, sino que también incrementa la percepción de inseguridad entre los usuarios, favoreciendo al incremento de conductas delictiva.

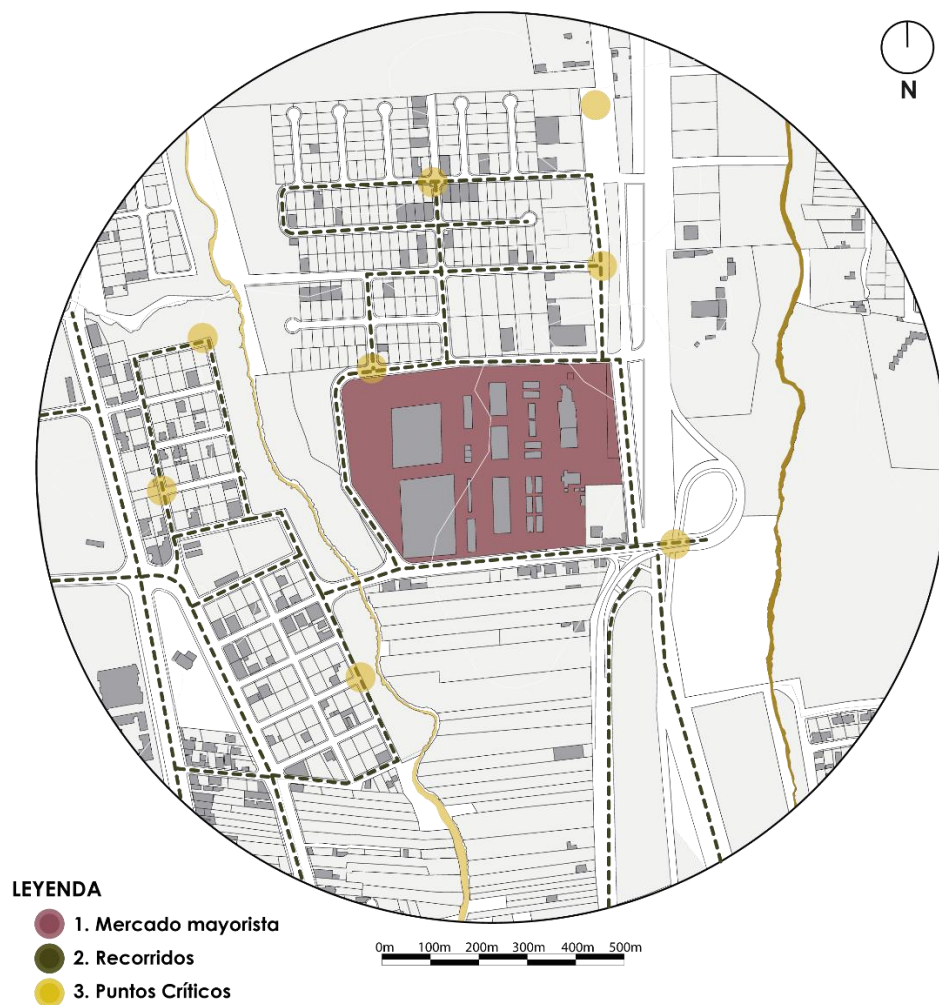


Figura 62. Mapa de seguridad

Fuente: Elaboración propia (2025).

5.9 Componente Económico

5.9.1 Uso de suelo planta baja

En el área de estudio predomina principalmente el uso de suelo residencial, lo cual se debe a la presencia de equipamientos urbanos de gran relevancia, tales como el mercado Mayorista y la Universidad Técnica de Cotopaxi. Además, se observa que las vías principales que conectan estos equipamientos son espacios donde se desarrolla de manera destacada la actividad comercial y vivienda, configurando un tejido urbano dinámico y multifuncional. Sin embargo, a pesar de esta vitalidad en los sectores educativos y de comercio, el área presenta un déficit significativo en cuanto a espacios recreativos y zonas verdes destinadas al esparcimiento y el bienestar social.



Figura 63. Mapeo uso de suelo planta baja.

Fuente: Elaboración propia (2025).

5.10 Componente Asentamientos humanos y Movilidad

5.10.1 Trazado de vías

La Avenida Eloy Alfaro es una importante vía arterial tipo A que actúa como un eje central, conectando el mercado Mayorista con el núcleo urbano y facilitando también la comunicación con ciudades cercanas como Quito y Ambato.

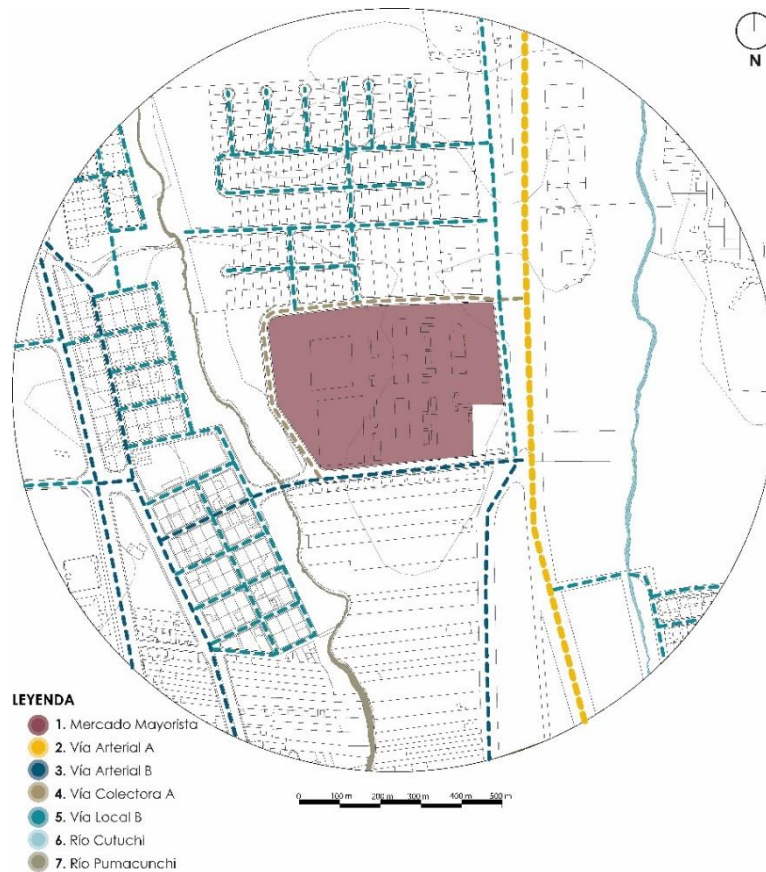
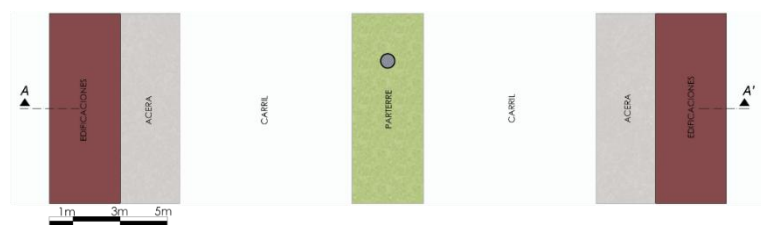


Figura 64. Mapeo de trazado de vías

Fuente: Departamento de Planificación (GADC Latacunga).



Corte vía arterial A - A'

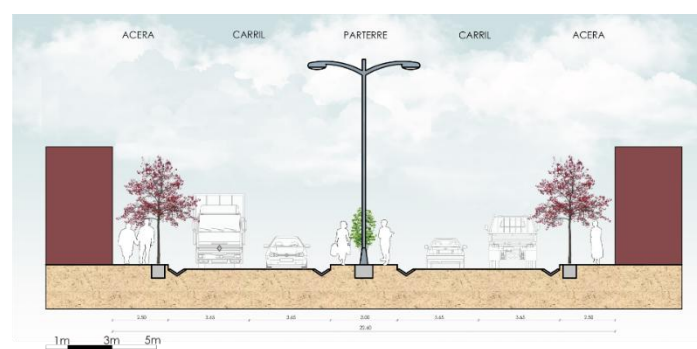
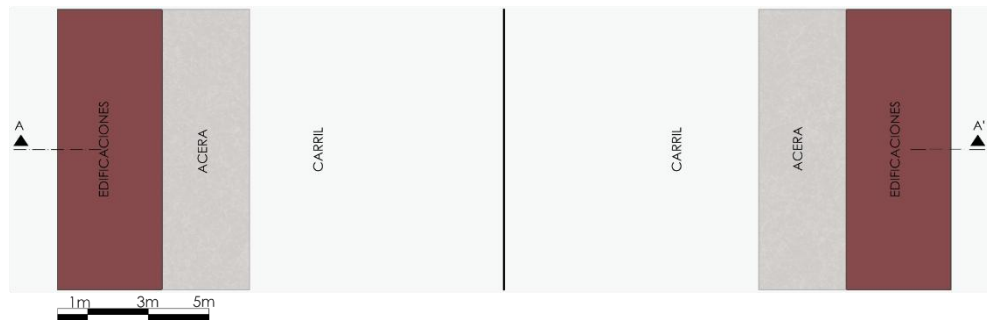


Figura 65. Esquemas vía arterial tipo A

Fuente: Elaboración propia (2025).

Trazado de vía arterial B

La Avenida Cotopaxi y la Avenida Iberoamericana son vías arteriales de tipo B que facilitan la conexión entre el mercado Mayorista y las áreas urbanas y rurales. Además, estas vías contribuyen a la descongestión del tráfico vehicular durante los días de feria en el mercado Mayorista.



Corte vía arterial A - A'

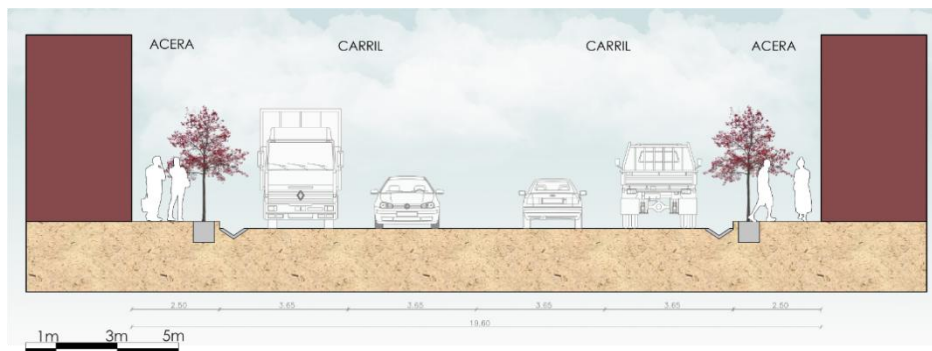
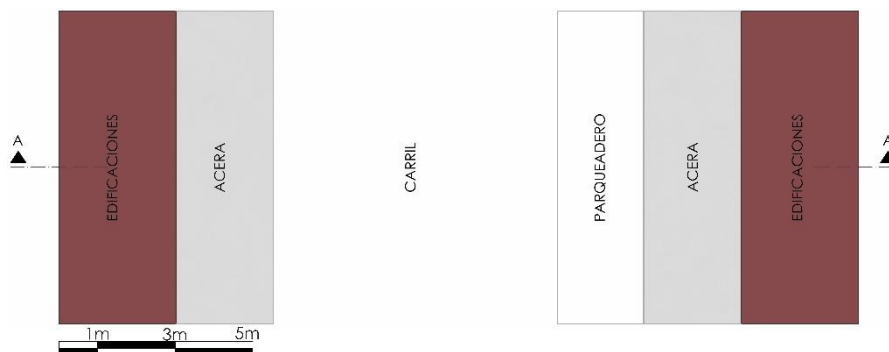


Figura 66. Esquema vía arterial tipo B

Fuente: Elaboración propia (2025).

Trazado de vía colectora A

Las vías colectoras son aquellas que dirigen el tráfico hacia las vías arteriales. En la zona de estudio, su presencia es escasa, considerando que la mayoría son locales y se utilizan como alternativas en situaciones de congestión o durante festividades.



Corte vía colectora A - A'

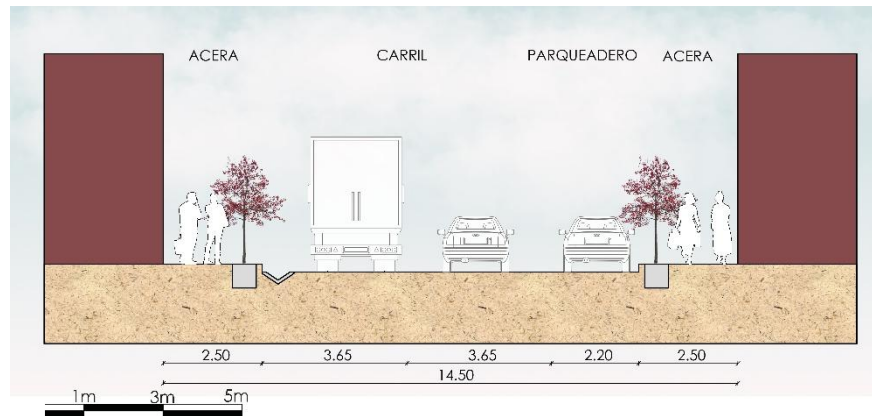


Figura 67. Esquema vía colectora tipo A

Fuente: Elaboración propia (2025).

Trazado de vía local b

Las vías locales de tipo B son las que se encuentran en mayor porcentaje dentro del área de estudio, aunque su presencia varía según la ubicación, el tamaño de las aceras y las zonas que articulan. Estas vías facilitan un adecuado desplazamiento tanto de vehículos como de peatones y se conectan con las vías arteriales y colectoras.

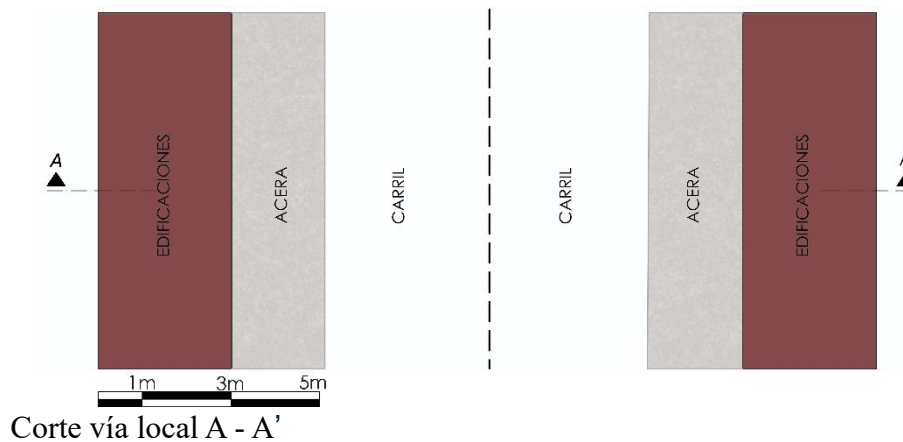


Figura 68. Esquema vía local tipo B

Fuente: Elaboración propia (2025).

5.10.2 Materialidad de vías

La materialidad de los ejes viales que conforman las principales conexiones en el área de estudio se observa que las avenidas Eloy Alfaro y Simón Rodríguez están pavimentadas con asfalto, material que ofrece una superficie uniforme, resistente y soporta un alto flujo vehicular. Por otro lado, en las vías locales de segundo orden, que funcionan como conectores directos con el Mercado Mayorista, predomina el uso del adoquín. Sin embargo, en el entorno inmediato del equipamiento comercial se identifican vías con superficie lastrada, que genera serias dificultades para el acceso y circulación dentro de esta zona.



Figura 69. Mapeo materialidad de vías

Fuente: Elaboración propia (2025).

5.10.3 Estado de vías

El análisis del estado actual de la infraestructura vial en el área de estudio evidencia que la mayoría de las vías se encuentran en condiciones óptimas, lo cual contribuye significativamente a la seguridad y comodidad tanto de peatones como de conductores. Es importante señalar que existe un porcentaje mínimo de vías que presentan un estado regular. Adicionalmente, en ciertas zonas se identifican vías en mal estado, caracterizadas principalmente por ser caminos lastrados sin pavimentación fija. Estos sectores se ven afectados durante las temporadas de lluvia, cuando el agua provoca baches generando condiciones adversas para la circulación y potenciales riesgos de seguridad.

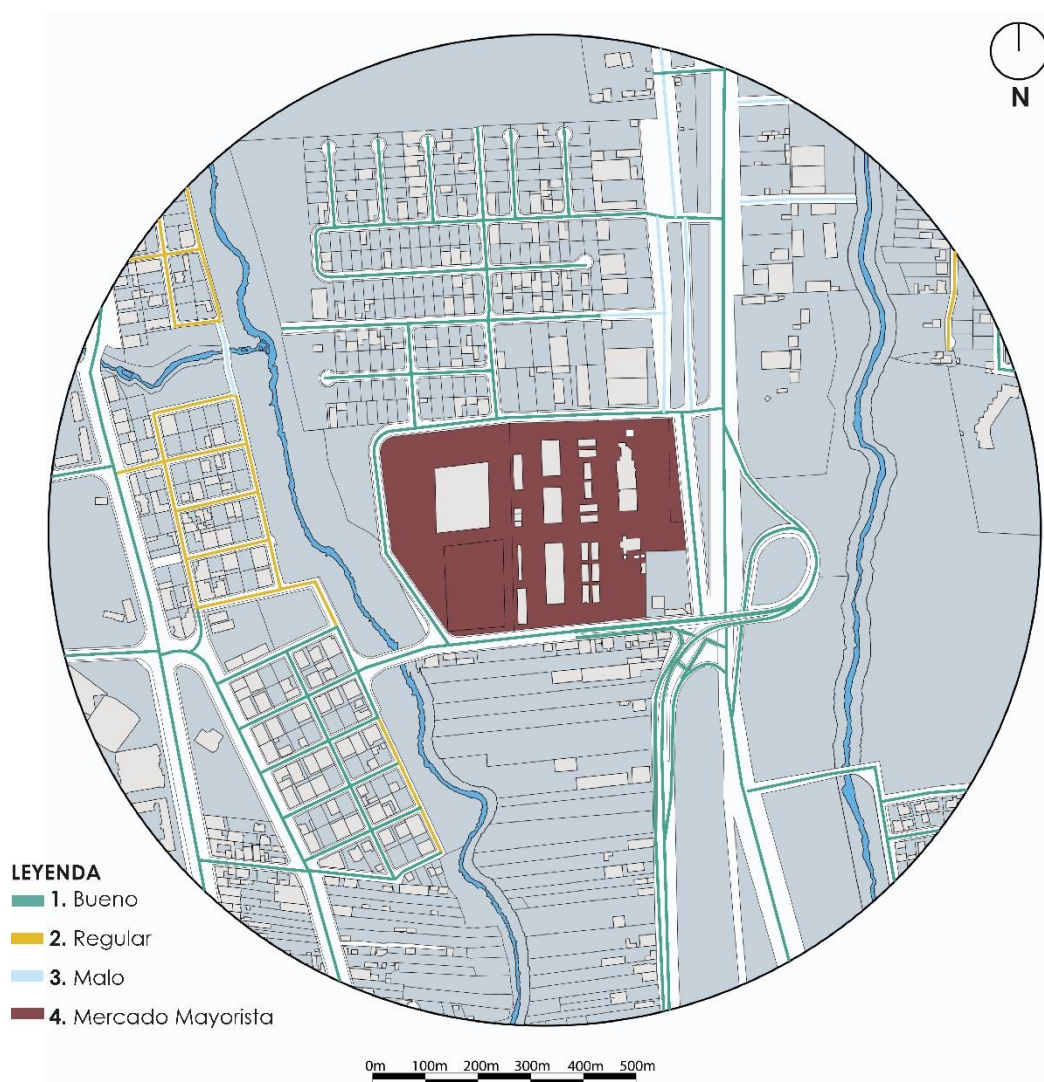


Figura 70. Mapeo estado de vías

Fuente: Elaboración propia (2025).

5.10.4 Llenos y vacíos

El análisis de los llenos y vacíos en el entorno inmediato de la Universidad Técnica de Cotopaxi permite identificar una consolidación clara de las áreas edificadas, reflejando un proceso de crecimiento ordenado en esta zona. De manera similar, en el perímetro próximo al mercado Mayorista, se evidencia una expansión gradual de las construcciones, lo que indica un desarrollo progresivo que responde a las necesidades funcionales y económicas del área. Se identifican varios lotes vacantes que permiten incorporar parques o áreas recreativas que pueden actuar como ejes de conexión entre los diferentes equipamientos públicos y comerciales existentes.

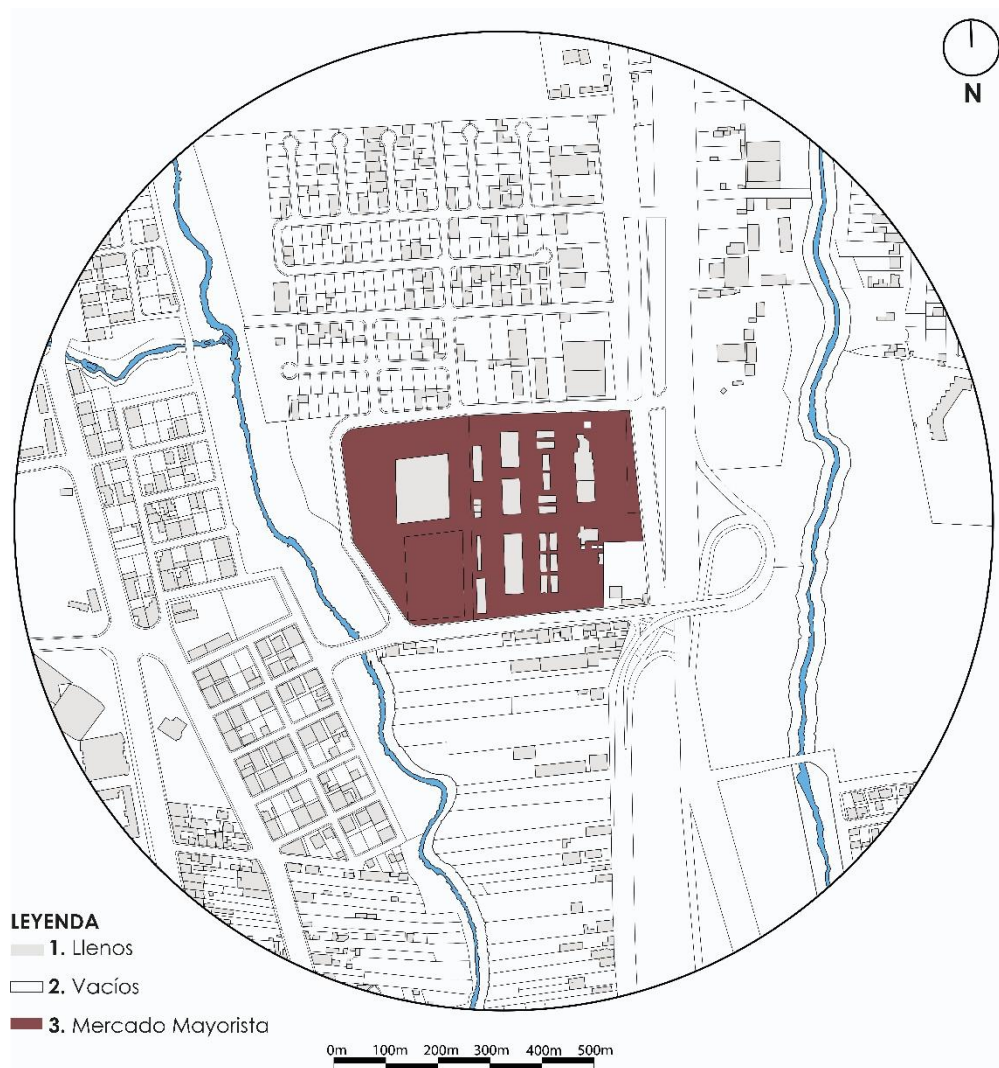


Figura 71. Mapeo edificado

Fuente: Elaboración propia (2025).

5.10.5 Altura de edificaciones

En el área de estudio predominan las edificaciones de 1 piso, las cuales se distribuyen en diversas zonas. Estas construcciones presentan principalmente tipologías continuas y aisladas, configurando un paisaje urbano heterogéneo donde coexisten ambas formas. Cabe destacar que es escasa la presencia de edificaciones que incorporen retiros frontales o jardines. También se encuentran edificaciones de 2 y 3 pisos, estas edificaciones replican en gran medida las características y tipologías observadas en las viviendas de un nivel, manteniendo tanto la continuidad como la aislación en el tejido urbano. Finalmente, las construcciones de mayor altura, comprendidas entre 4 y 5 pisos, son escasas dentro del área de estudio. Estas estructuras se destinan principalmente a usos específicos, tales como equipamientos públicos, residenciales y comerciales, aportando una jerarquía espacial y funcional dentro del entorno urbano.

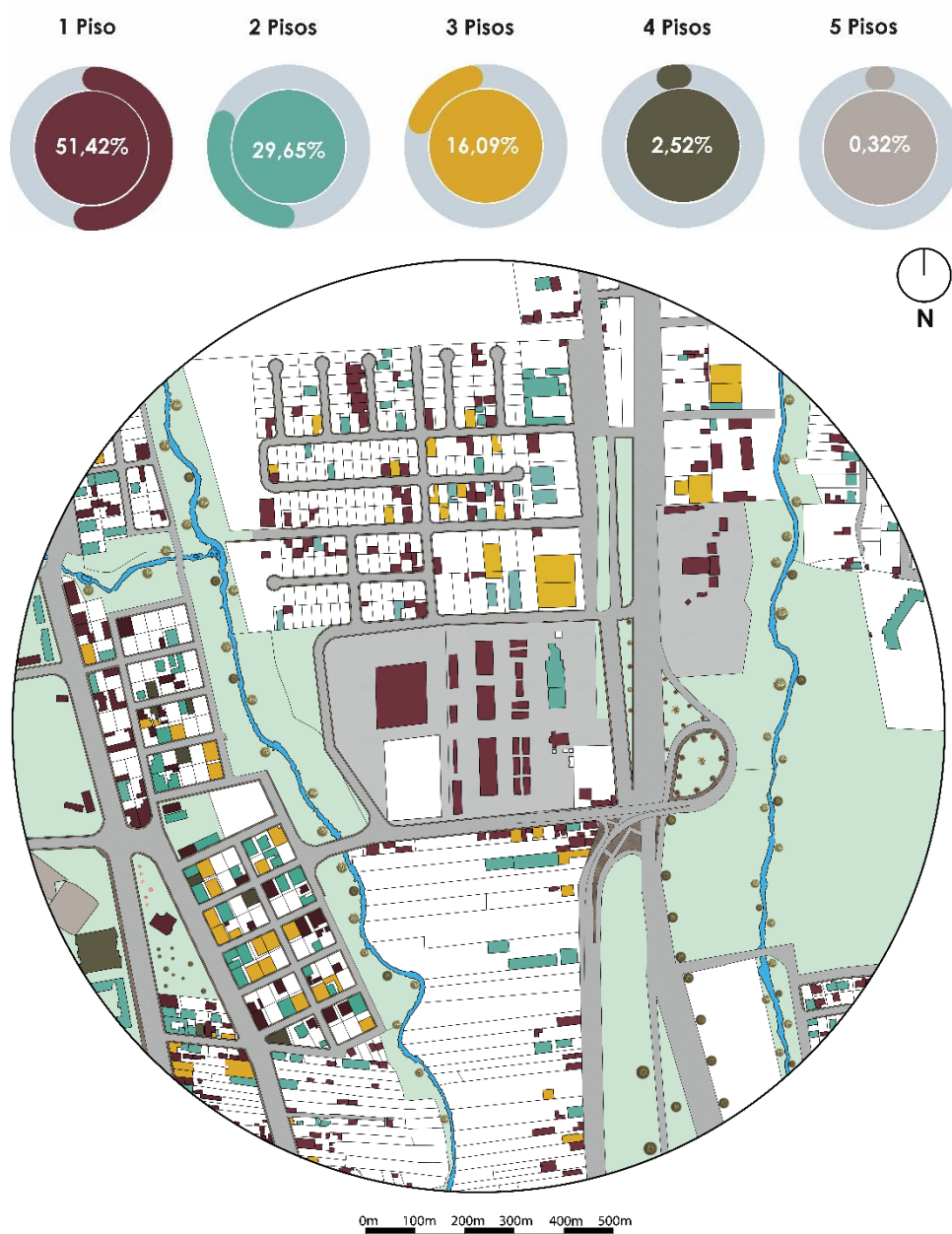


Figura 72. Mapeo altura de edificaciones

Fuente: Elaboración propia (2025).

5.10.6 Equipamientos

En el área de estudio se puede apreciar que hay diversos equipamientos, pero el más predominante es de infraestructura educativa. Lo que pone en evidencia una ausencia significativa de equipamientos culturales, falta de áreas verdes, espacios recreativos y deportivos. También se identifica la presencia de infraestructura ferroviaria inactiva. Esta deficiencia de equipamientos permite incorporar nuevos equipamientos que promuevan la integración social y conexión con el entorno natural para que puedan contribuir al fortalecimiento de la identidad cultural.

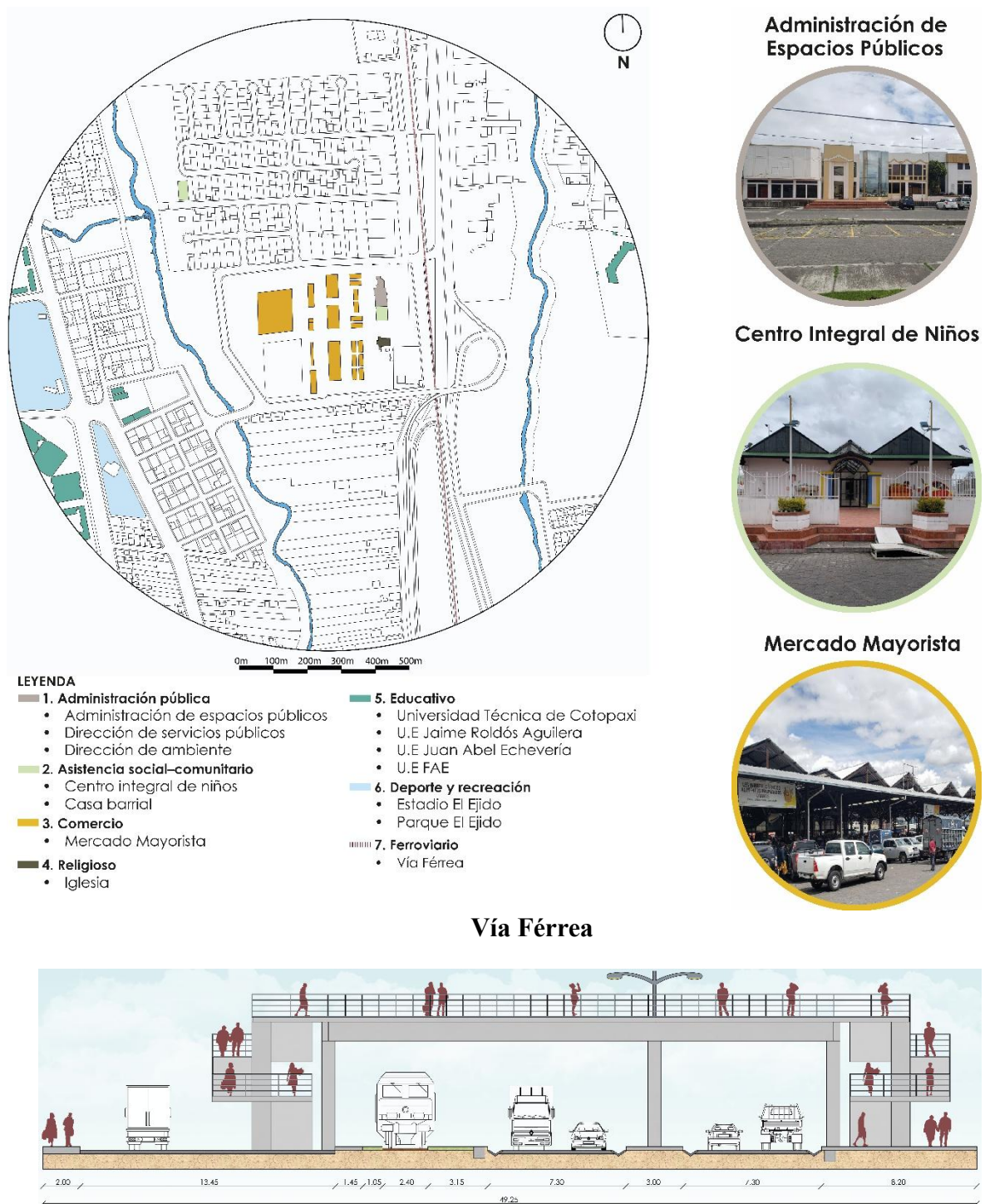


Figura 73. Mapeo de equipamientos

Fuente: Elaboración propia (2025)

5.10.7 Red de energía eléctrica

El suministro de energía eléctrica en el área del mercado Mayorista lo provee la empresa ELEPCO S.A., proporcionando cobertura del total del área de estudio. Tal disposición permite el mantenimiento en el tiempo de las actividades laborales, comerciales y domésticas, lo que fomenta la dinámica socioeconómica del área. Sin embargo, pese a la cobertura total del servicio, existen importantes carencias en el sistema de alumbrado

público, dado el deterioro y mal estado de las luminarias hasta el punto de no proporcionar una correcta iluminación, generando sectores en donde la poca luminosidad preocupa las cuestiones de seguridad vial y peatonal, además de la percepción de seguridad por parte de los usuarios durante la noche.

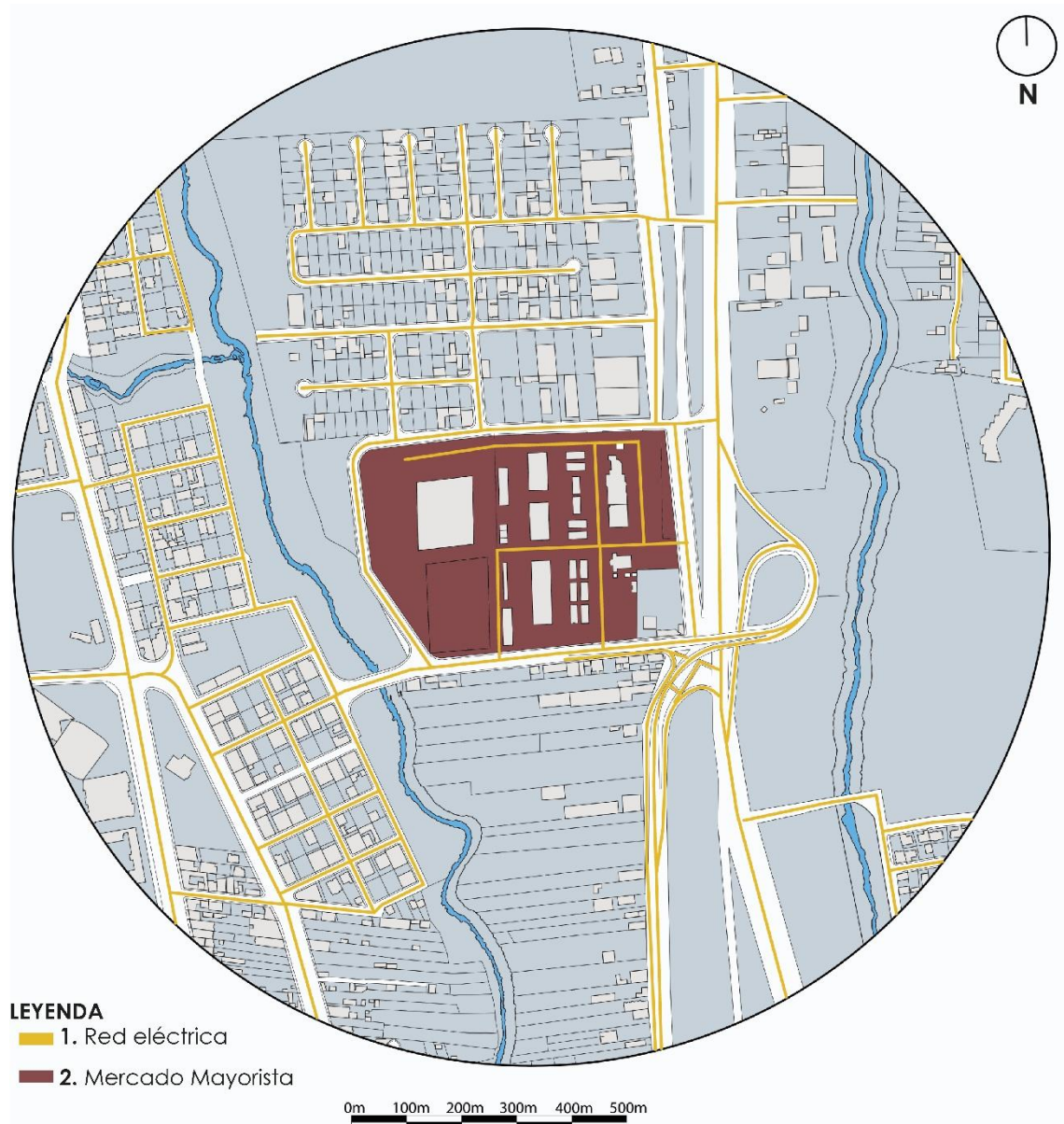


Figura 74. Mapeo red de energía eléctrica

Fuente: Elaboración propia (2025).

5.10.8 Red de alcantarillado

El entorno inmediato del mercado mayorista cuenta con una red de alcantarillado combinada cuya cobertura se aproxima a su totalidad, lo que constituye un factor esencial para garantizar el manejo adecuado de las aguas residuales y pluviales generadas por las distintas actividades comerciales, administrativas y de servicios que se desarrollan en el área

de estudio. Esta infraestructura es determinante para la salud pública, la conservación ambiental y el bienestar urbano, pues contribuye a la prevención de problemas sanitarios, la contaminación del suelo y cuerpos hídricos, así como a la mitigación de olores.

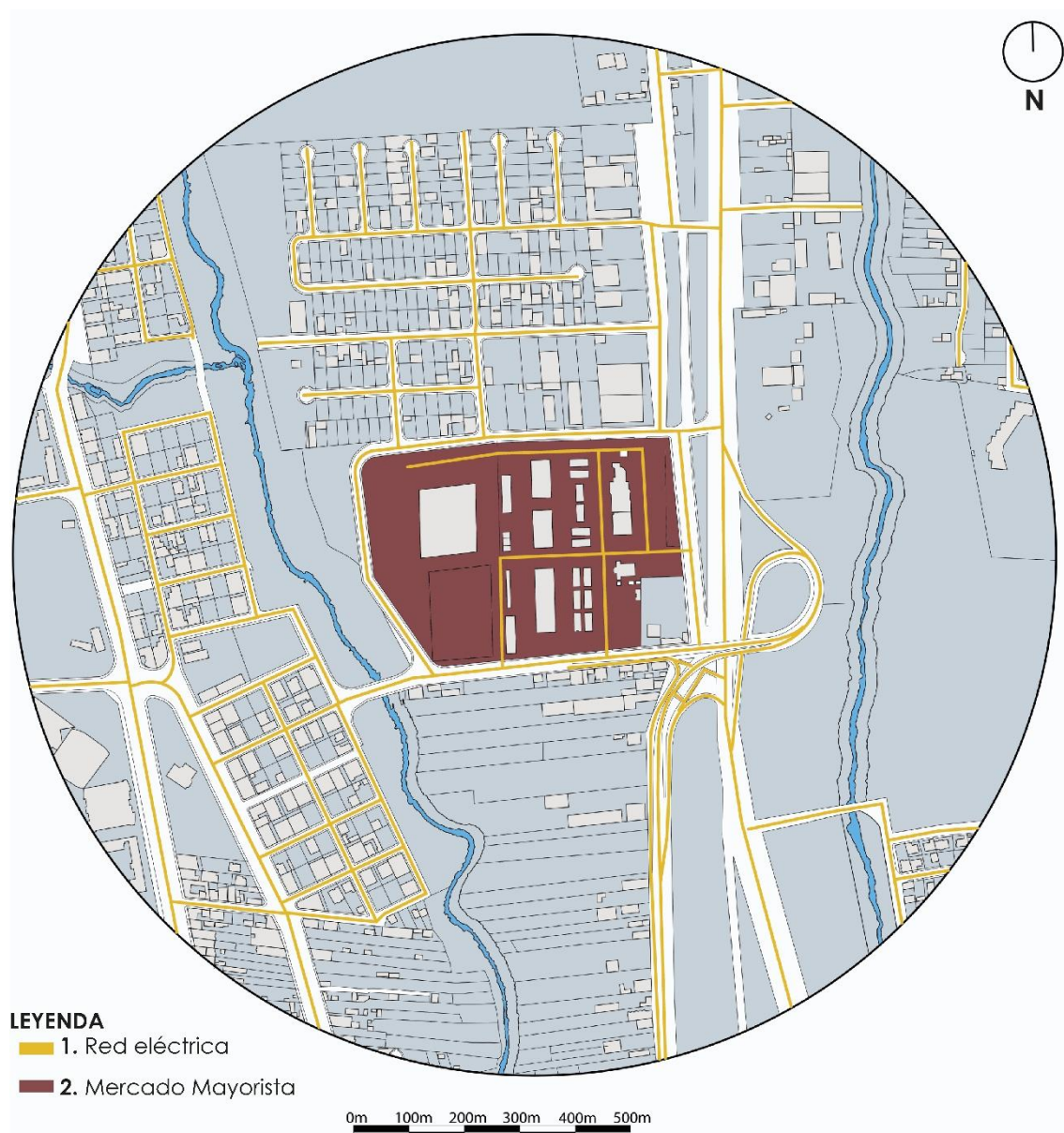


Figura 75. Mapeo red de alcantarillado

Fuente: Elaboración propia (2025).

5.11 FODA

5.11.1 FODA Componente Biofísico

RECURSO DE ANÁLISIS	FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	DEBILIDADES	AMENAZAS
Flora y Fauna	La predominancia de árboles de rápido crecimiento como eucalipto, ciprés en las riberas de los ríos Cutuchi y Pumacunchi contribuye a la estabilización de las márgenes y mejora la calidad ambiental.	Potenciar el diseño paisajístico en proyectos urbano - arquitectónicos que favorezcan la biodiversidad y mejoren microclimas, con beneficios para la salud y el bienestar de la población.	Falta de mantenimiento adecuado en los espacios verdes, lo que podría disminuir la calidad ambiental y estética del entorno.	Actividades de los ciudadanos no controladas, como la tala, contaminación ambiental, lumínica y sonora, que pueden reducir la presencia de fauna y la supervivencia de especies vegetales.
Clima	El rango de temperatura registrado en la zona de estudio (12.01 a 14.07 °C) favorece condiciones térmicas moderadas, aptas para el desarrollo de actividades comerciales, vivienda y agrícolas en el entorno inmediato.	Implementar estrategias de diseño bioclimático y paisajístico para optimizar la ventilación natural y la sombra, aprovechando las temperaturas promedio para mejorar el confort térmico en espacios públicos y comerciales.	Riesgos de cambios climáticos extremos como olas de calor, sequías y heladas en diferentes meses del año.	El cambio climático podría intensificar las temperaturas extremas, alterando las condiciones térmicas actuales y comprometiendo la funcionalidad y habitabilidad del mercado y su entorno.
Hidrografía	El análisis detallado de la cuenca hidrográfica facilita la planificación territorial, la identificación de áreas seguras y la mitigación de riesgos asociados a eventos hídricos.	Desarrollo de senderos temáticos y zonas de protección de ríos que incorporen las cuencas hidrográficas como elementos principales en el diseño urbano, fortaleciendo la resiliencia ante el cambio climático.	Contaminación de los ríos Cutuchi y Pumacunchi por mal manejo de aguas residuales que podría generar problemas de drenaje en la cuenca.	Degradación progresiva de las microcuencas secundarias debido a la deforestación, expansión urbana no planificada y falta de medidas de protección ambiental.
Gestión de desechos sólidos	Cobertura completa del servicio de recolección en todas las parroquias urbanas de Latacunga, lo que garantiza un mayor alcance y uniformidad en la gestión de residuos sólidos.	Oportunidad para integrar puntos de reciclaje y compostaje en la zona, promoviendo una gestión más integral y sostenible de los residuos.	Falta de puntos de recolección temporal que facilite la correcta segregación y depósito de residuos por parte de los usuarios.	Riesgo de acumulación de desechos por fallas en el servicio o inadecuada disposición por parte de los usuarios, generando problemas sanitarios, malos olores y contaminación visual.
Topografía	La topografía semiplana en el entorno inmediato facilita la accesibilidad y circulación, facilitando el desplazamiento tanto de comerciantes como de clientes.	Incorporar miradores ecológicos que aproveche las variaciones topográficas para generar espacios funcionales, que potencien la calidad del espacio público.	La presencia de variaciones en elevación puede dificultar la instalación homogénea de infraestructuras temporales o permanentes, afectando la distribución eficiente de espacios dentro del mercado.	La falta de planificación adecuada respecto a la topografía puede generar barreras físicas que dificulten la accesibilidad o segregación espacial, afectando la experiencia del usuario.
Áreas verdes	Las áreas verdes en las riberas de los ríos Cutuchi y Pumacunchi desempeñan una función vital en la preservación de la biodiversidad local, ofreciendo refugio y hábitat a múltiples especies de flora y fauna.	Potencial para la creación y regeneración de áreas verdes, que incrementen la cantidad y calidad de espacios de esparcimiento para usuarios del mercado mayorista y ciudadanos.	Falta de mantenimiento de las áreas verdes existentes, provocando que se reduzca su funcionalidad y atractivo para la población.	Falta de conciencia social y participación comunitaria que limite la preservación y buen uso de los espacios verdes.

Tabla 1. FODA componente biofísico

Fuente: Elaboración propia (2025).

5.11.2 FODA Componente Sociocultural.

RECURSO DE ANÁLISIS	FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	DEBILIDADES	AMENAZAS
Población	La existencia de una población significativa en la zona rural (139,994 habitantes) que puede potencialmente aportar a la economía local a través de actividades agrícolas y productivas.	Potenciar la integración entre zonas urbanas y rurales para mejorar la movilidad, acceso a mercados y servicios básicos.	Falta de equipamientos destinados a las actividades recreativas, deportivas y de esparcimiento.	Desigualdades sociales y económicas persistentes entre población rural y urbana.
Población económicamente activa	La existencia de una población económicamente activa significativa (7,614,197 personas) indica un potencial laboral que permite dinamizar la economía local y regional a través de actividades productivas, ventas de artesanías, comercio etc.	Implementar iniciativas de emprendimiento y apoyo al trabajo informal para integrar mejor a la población económicamente activa.	Falta de capacitaciones técnicas para personas que se dedican a la producción agrícola.	Condiciones socioeconómicas adversas que pueden aumentar la informalidad y generar inseguridad laboral y social.
Identidad cultural	La diversidad cultural impulsa a la promulgación del patrimonio intangible y tangible del cantón mediante centros de interpretación cultural.	Desarrollo de iniciativas de turismo cultural y eventos que puedan potenciar la economía local y fortalecer la identidad del cantón.	Desafíos para integrar las diversas tradiciones culturales en un modelo urbano unificado que respete la diversidad sin generar segregación.	Riesgos de pérdida de patrimonio cultural tangible e intangible debido a la falta de estrategias de protección efectiva
Costumbres y tradiciones	Las costumbres y tradiciones generan un ambiente de cohesión social y participación comunitaria, que puede fortalecer dinámicas colaborativas en el entorno del mercado.	Desarrollar talleres que aprovechen los eventos para reforzar el aprendizaje sobre las tradiciones y fomentar la participación de las nuevas generaciones.	La concentración en tradiciones específicas puede dejar fuera otras expresiones culturales valiosas de la comunidad, generando exclusiones en la diversidad cultural.	Posible comercialización excesiva de las celebraciones que diluya el significado cultural y social original.

Tabla 2. FODA componente sociocultural

Fuente: Elaboración propia (2025).

5.11.3 FODA Componente Asentamientos Humanos y Movilidad

RECURSO DE ANÁLISIS	FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	DEBILIDADES	AMENAZAS
Acceso y movilidad	Las ciudades importantes cercanas como Quito y Ambato se posiciona como un corredor estratégico para el comercio regional.	Incorporación de soluciones de movilidad sostenible, como ciclovías, tránsito peatonal, que permitan reducir la congestión y la contaminación ambiental.	La alta demanda vial puede llevar a congestionamientos, especialmente en horas de alta afluencia vehicular, afectando la eficiencia del transporte y la experiencia de los usuarios.	Riesgo de deterioro urbano o pérdida de espacios públicos si la avenida se prioriza únicamente como vía de paso vehicular sin consideración al entorno urbano.
Uso de suelo planta baja	Presencia de equipamientos urbanos relevantes como el Mercado Mayorista y la Universidad Técnica de Cotopaxi, que actúan como polos de atracción y generan dinámica económica y educativa.	Oportunidad para planificar y diseñar nuevos espacios recreativos y zonas verdes que suplanten el déficit actual, promoviendo el bienestar social y ambiental.	Déficit significativo en espacios recreativos y áreas verdes, lo que limita las oportunidades para el esparcimiento, salud y bienestar social de los ciudadanos.	Crecimiento urbano descontrolado que podría agravar la falta de áreas verdes y espacios públicos, deteriorando la calidad ambiental y cohesión social.
Llenos y vacíos	Desarrollo progresivo en el perímetro próximo al Mercado Mayorista, adaptado a las necesidades funcionales y económicas, lo cual indica una dinámica urbana favorable.	Potencial para incorporar parques o áreas recreativas en los lotes vacantes, que sirvan como corredores verdes y ejes de conexión entre equipamientos públicos y comerciales, fomentando la centralidad y accesibilidad.	Los lotes vacantes pueden estar subutilizados si no se implementan planes claros y efectivos para su aprovechamiento.	Riesgo de ocupación informal o desordenada de los lotes vacantes, que podría afectar la calidad urbana y generar problemas sociales o ambientales.
Altura de edificaciones	Diversidad en las tipologías edificadas (continuas y aisladas), lo que genera un paisaje urbano heterogéneo y variado, promoviendo diversidad visual y uso del espacio.	Potencial para incentivar la incorporación de retiros frontales en nuevas construcciones, mejorando la calidad ambiental y la estética urbana.	Escasa presencia de retiros frontales o jardines, limitando los espacios verdes privados y la calidad ambiental inmediata para los habitantes.	Riesgo de crecimiento desordenado que rompa con la heterogeneidad y el equilibrio urbano existente.
Equipamientos	Presencia predominante de infraestructura educativa, que contribuye al desarrollo y formación de la comunidad local.	Gran potencial para incorporar nuevos equipamientos culturales, áreas verdes, espacios recreativos y deportivos, que fomenten la integración social y mejoren la calidad de vida.	Ausencia significativa de equipamientos culturales y recreativos que limita las actividades de esparcimiento y desarrollo cultural en la comunidad.	La ausencia de espacios recreativos y culturales puede fomentar la desintegración social y limitar la promoción de la identidad cultural local.

Tabla 3. FODA componente asentamientos humanos y movilidad

Fuente: Elaboración propia (2025).

CAPÍTULO VI. ESTRATEGIAS URBANAS

6.1 Descripción de proyectos

Eje de estudio	Equipamiento	Objetivo	Indicador	Plazo			Objetivos del PDOT	ODS	OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE
				Corto 1-2 años	Mediano 2-5 años	Largo 3-4 años			
SOCIO CULTURAL	Centro gastronómico.	Hasta el año 2027 se construirá 1 centro gastronómico.	Número de centros gastronómicos construidos.		X		A. Desarrollar distintas posibilidades para acceder a los diferentes servicios de salud, educación, formación, nutrición, capacitación, recreación, y enfocar en la población vulnerable. B. Desarrollar entornos seguros para la difusión cultural, tecnológica, ciencia e innovación.	A - B	8 - 9 - 11
	Centro interpretación cultural.	Hasta el año 2027 se construirá 1 centro de interpretación cultural.	Número de centros de interpretación cultural construidos.		X			A - B	9 - 10 - 11
	Rehabilitación del parque el Ejido.	Hasta el año 2026 se construirá 6.434 m² para la rehabilitación del parque el Ejido.	Total de m² construidos del parque el Ejido.	X				A	3 - 11 - 13
	Parque lineal.	Hasta el año 2028 se construirá 61.561 m² de parque lineal.	Total de m² construidos de parque lineal.			X		A	3 - 11 - 13
BIOFÍSICO	Senderos temáticos	Hasta el año 2027 se construirá 3.45 km de senderos temáticos.	Total de km construidos de senderos temáticos.		X		A. Fomentar la conservación y el uso sostenible de los principales recursos naturales del cantón. B. Disminuir los impactos negativos de los riesgos, interviniendo sobre las zonas vulnerables.	A - B	3 - 11 - 15
	Zonas de protección de ríos.	Hasta el año 2028 se creará 19.6 km de Zonas de protección de ríos.	Total de km de zonas de protección de ríos.			X		A - B	6 - 13 - 15
	Regeneración de riberas	Hasta el año 2027 se creará 76.120 m² de regeneración de riberas.	Total de m² regenerados de riberas.		X			A - B	11 - 15
	Huertos urbanos	Hasta el año 2027 se desarrollará 40.598 m² de huertos urbanos.	Total de m² de huertos urbanos.		X			A	2 - 3 - 11
	Mirador ecológico	Hasta el año 2026 se construirá 1 mirador ecológico.	Número de miradores ecológicos.	X				A	11 - 15
ECONÓMICO	Intervención del Mercado Mayorista.	Hasta el año 2027 se construirá 1 Mercado Mayorista.	Número de Mercados Mayoristas construidos.		X		A. Impulsar el desarrollo productivo e industrial así mismo mejorar la calidad de servicios del cantón. B. Desarrollar una correcta planificación de los distintos lugares turístico con enfoque sostenible.	A	1 - 8 - 9 - 12
	Mercado de Flores.	Hasta el año 2027 se construirá 1 Mercado de Flores.	Número de Mercados de Flores construidos.		X			A - B	1 - 5 - 8 - 11
	Mercado de Artesanías.	Hasta el año 2026 se construirá 1 Mercado de Artesanías.	Número de Mercados de Artesanías construidos.	X				A - B	1 - 5 - 8 - 11
	Centro de capacitación agrícola	Hasta el año 2027 se construirá 1 Centro de capacitación agrícola.	Número de Centros de capacitación agrícola construidos.		X			A	1 - 4 - 8 - 12
ASENTAMIENTOS HUMANOS Y MOVILIDAD	Corredores peatonales y ciclovías.	Hasta el año 2026 se creará 4 km de corredores peatonales y ciclovías.	Total de km construidos de corredores peatonales y ciclovías.	X			A. Optimizar las condiciones de habitabilidad del entorno natural y vivienda del cantón. B. Potenciar la infraestructura vial urbana y rural. Así mismo el mejoramiento del espacio público.	A - B	3 - 9 - 11 - 13
	Zonas de sombra y descanso.	Hasta el año 2026 se creará 120 m² de zonas de sombra y descanso.	Total de m² de zonas de sombra y descanso.	X				A - B	3 - 11 - 13
	Polideportivo.	Hasta el año 2027 se construirá 6.538 m² de polideportivo.	Total de m² de polideportivo.		X			B	3 - 10 - 11
	Parada de buses.	Hasta el año 2026 se construirá 1 parada de bus.	Número de paradas de bus construidos.	X				B	9 - 11

Tabla 4. Descripción de equipamientos

Fuente: Elaboración propia (2025).

6.2 Componente Sociocultural



Figura 76. Mapeo componente sociocultural

Fuente: Elaboración propia (2025).

6.2.1 Centro Gastronómico.

El Centro Gastronómico busca fomentar la preservación y difusión de las comidas típicas a través experiencias culinarias que ayuden a fortalecer las costumbres y tradiciones del cantón Latacunga.



Figura 77. Diagramas centro gastronómico

Fuente: Elaboración propia (2025).

6.2.2 Centro de interpretación cultural.

El centro de interpretación cultural permite conservar, educar y difundir a la ciudadanía sobre el patrimonio cultural, también se busca incentivar a la exposición de obras artísticas referentes.

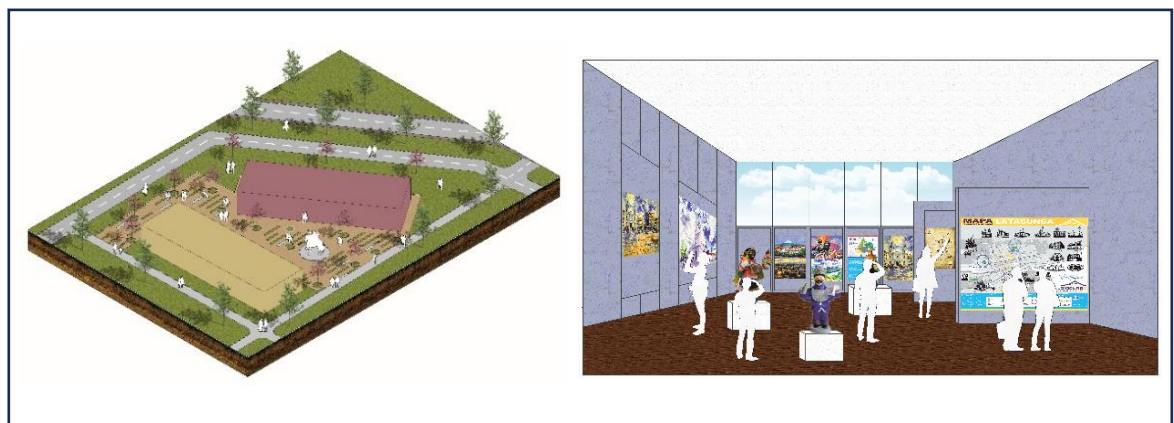


Figura 78. Diagramas centro de interpretación cultural

Fuente: Elaboración propia (2025).

6.2.3 Rehabilitación del parque el Ejido

El parque el Ejido es un eje de conexión importante entre la Universidad Técnica de Cotopaxi y el Mercado Mayorista, permitiendo generar zonas de interacción social, actividades deportivas, recreativas y descanso.



Figura 79. Diagrama rehabilitación del parque el Ejido

Fuente: Elaboración propia (2025).

6.2.4 Parque lineal.

El Parque lineal conecta el área urbana consolidada del cantón Latacunga con el mercado Mayorista, permitiendo generar un eje verde con movilidad sostenible que facilite a los compradores y ciudadanos trasladarse de una manera eficiente así mismo puedan desarrollar actividades de descanso, culturales, recreativas y deportivas.

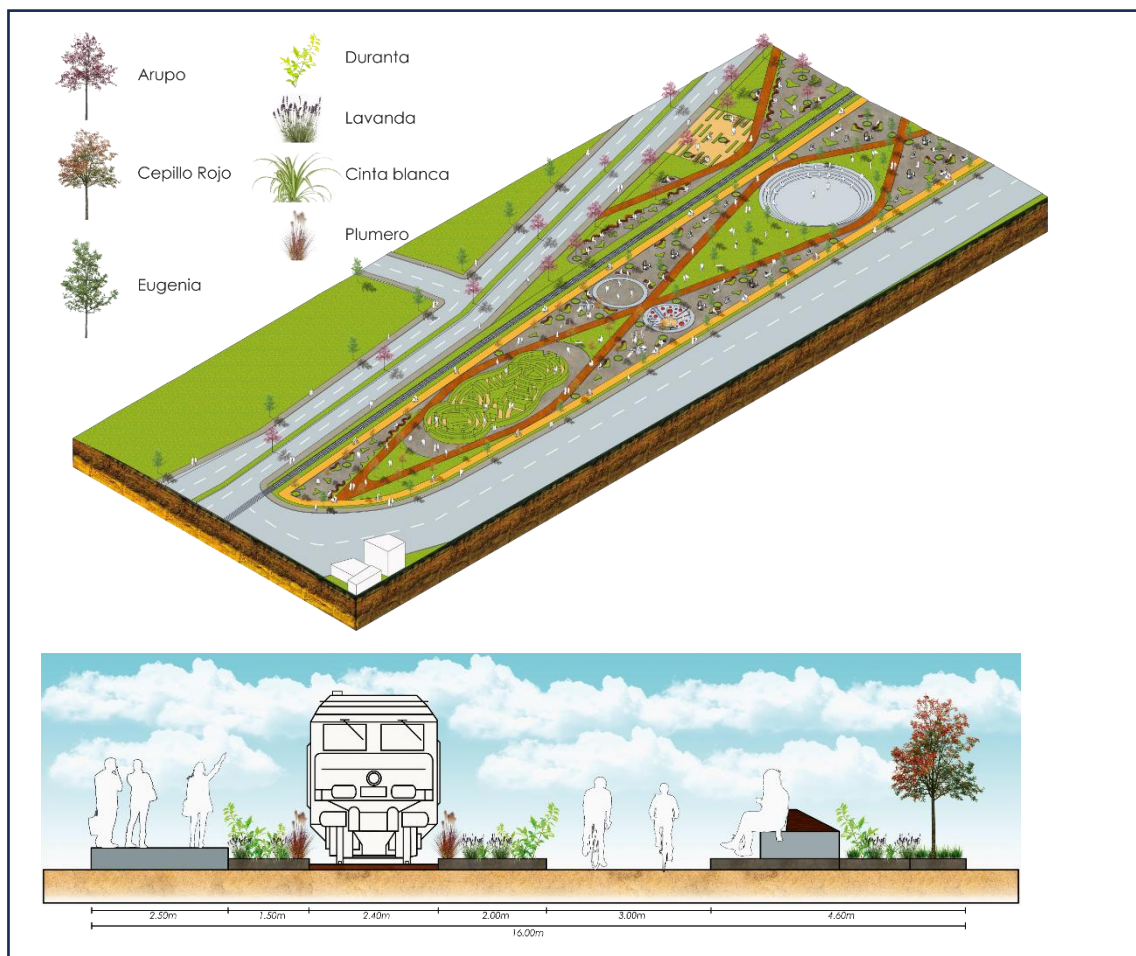


Figura 80. Esquema parque lineal

Fuente: Elaboración propia (2025).

6.3 Componente biofísico.

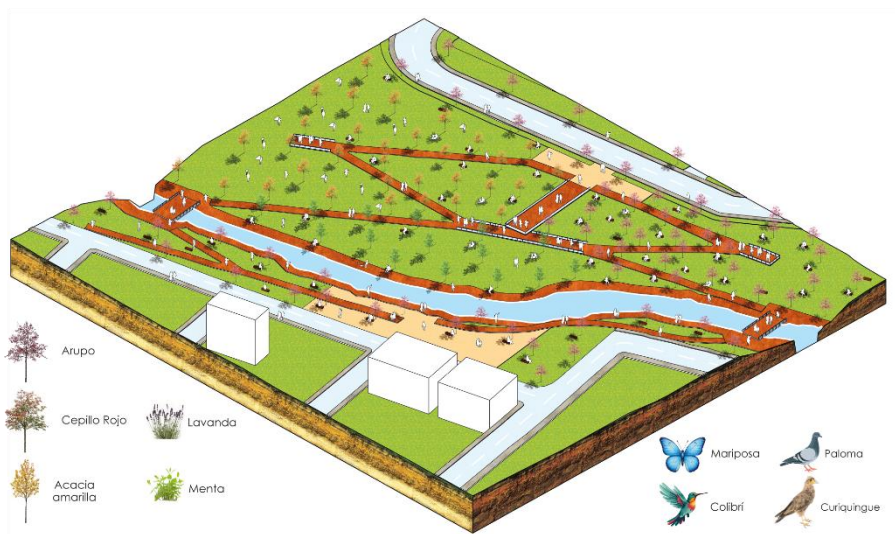


Figura 81. Mapeo componente biofísico

Fuente: Elaboración propia (2025).

6.3.1 Senderos temáticos.

Los senderos temáticos se integran con los diferentes equipamientos que se encuentran en el entorno inmediato del mercado, permitiendo que los ciudadanos generen una interacción con la naturaleza y las zonas de sombra.



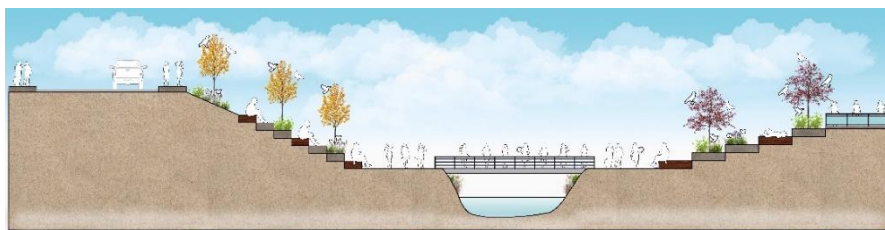


Figura 82. Esquemas senderos temáticos

Fuente: Elaboración propia (2025).

6.3.2 Zona de protección de ríos.

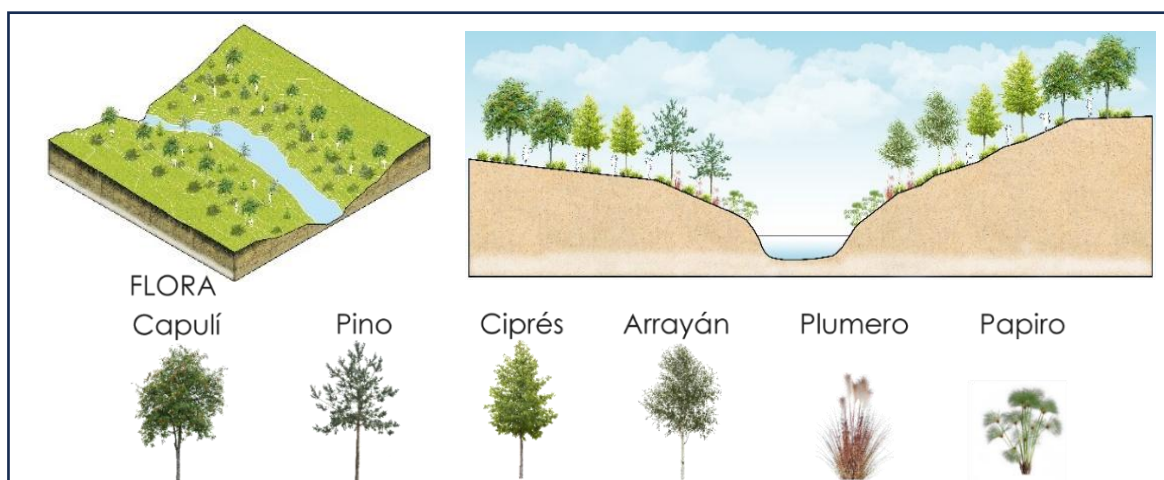


Figura 83. Esquemas zona de protección de ríos

Fuente: Elaboración propia (2025).

6.3.3 Regeneración de riberas.

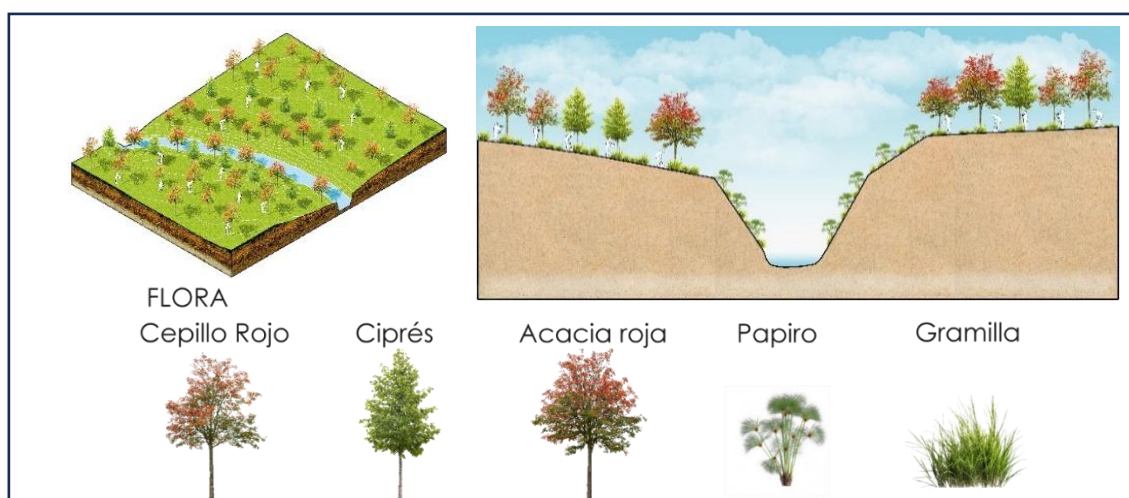


Figura 84. Diagramas de regeneración de riberas

Fuente: Elaboración propia (2025).

6.3.4 Huertos urbanos.

Los huertos urbanos incentivan a la producción de frutas, hortalizas, verduras, hierbas aromáticas, legumbres, esta actividad permite que los ciudadanos generen alimentos saludables, mejoren el medio ambiente y ayuden al abastecimiento de los mercados.

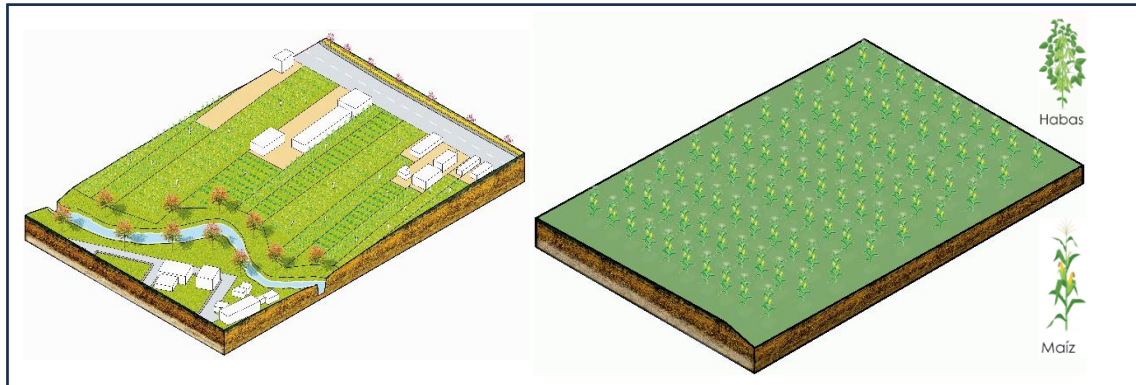


Figura 85. Esquemas de huertos urbanos

Fuente: Elaboración propia (2025).

6.3.5 Mirador ecológico.

El mirador ecológico aprovecha las visuales importantes que tiene del volcán Cotopaxi y Iliniza, también genera una conexión con los senderos temáticos permitiendo que funcione como una zona de encuentro que se integra con el entorno natural.

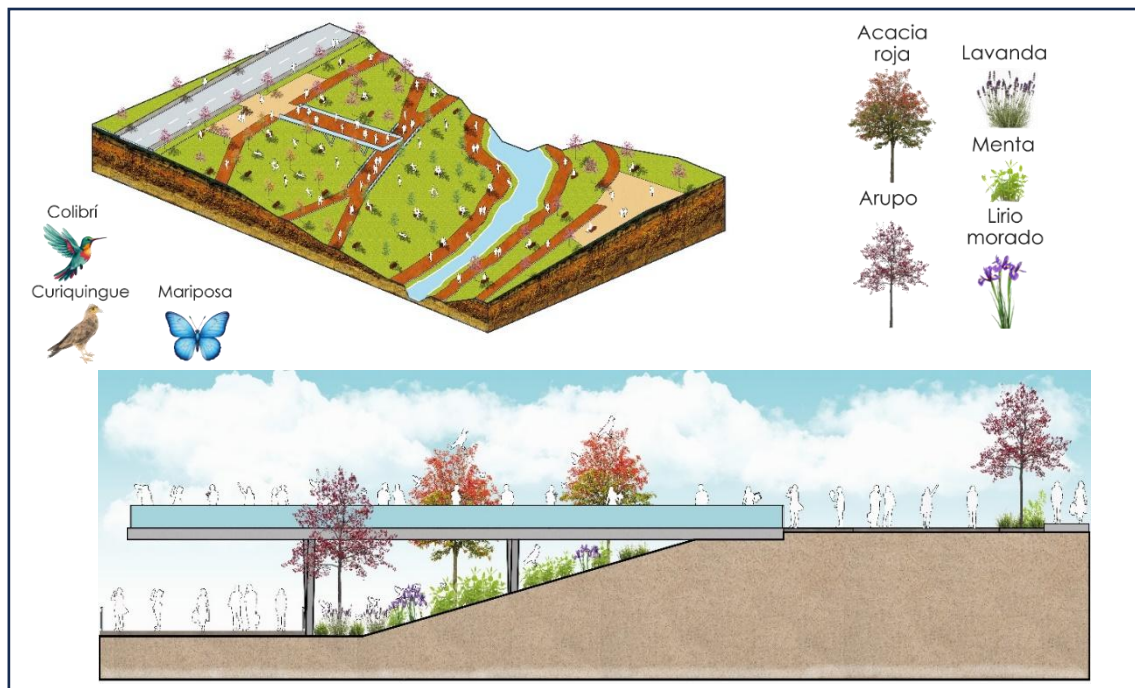


Figura 86. Diagrama de mirador ecológico

Fuente: Elaboración propia (2025).

6.4 Componente económico.



Figura 87. Mapeo componente económico

Fuente: Elaboración propia (2025).

6.4.1 Intervención del Mercado Mayorista.

El mercado Mayorista es un equipamiento importante porque ayuda a los usuarios a vender los productos que se dan en la provincia de Cotopaxi, también mejora la calidad de vida tanto de los vendedores como de los consumidores por la calidad de productos que llegan al mercado.

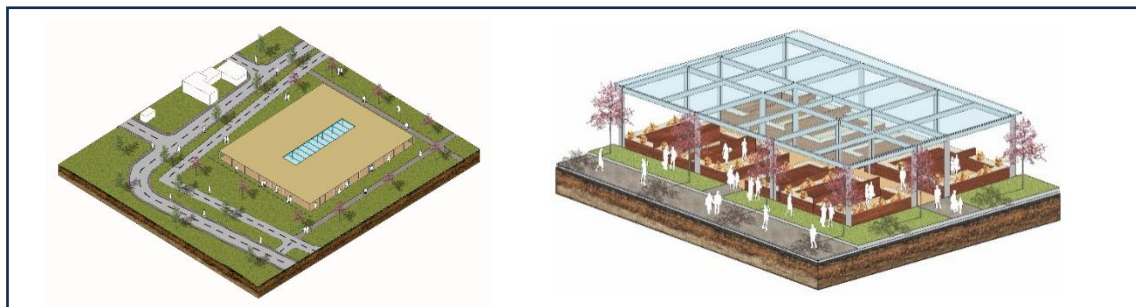


Figura 88. Diagramas intervención del mercado Mayorista

Fuente: Elaboración propia (2025).

6.4.2 Mercado de Flores.

El mercado de flores es fundamental porque ayudaría a la distribución comercialización, exhibición y promoción de este producto siendo el cantón Latacunga el principal proveedor de flores a nivel internacional.

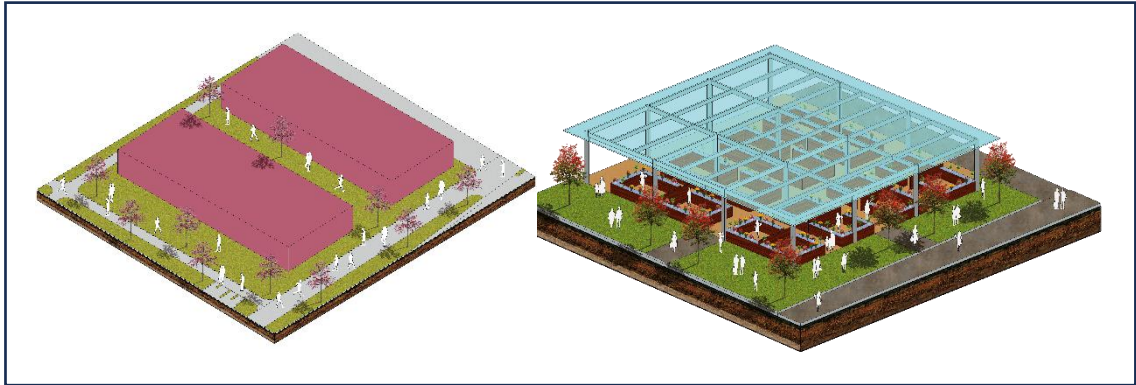


Figura 89. Esquemas mercado de flores

Fuente: Elaboración propia (2025).

6.4.3 Mercado de Artesanías.

El mercado de artesanías se caracteriza por tener múltiples funciones sociales, culturales, económicas y turísticas, siendo un equipamiento clave para la dinamización local y la preservación de la identidad, también facilitaría la venta de productos de barro, emprendimientos, vasijas, etc.



Figura 90. Esquemas mercado de artesanías

Fuente: Elaboración propia (2025).

6.5 COMPONENTE ASENTAMIENTOS HUMANOS Y MOVILIDAD

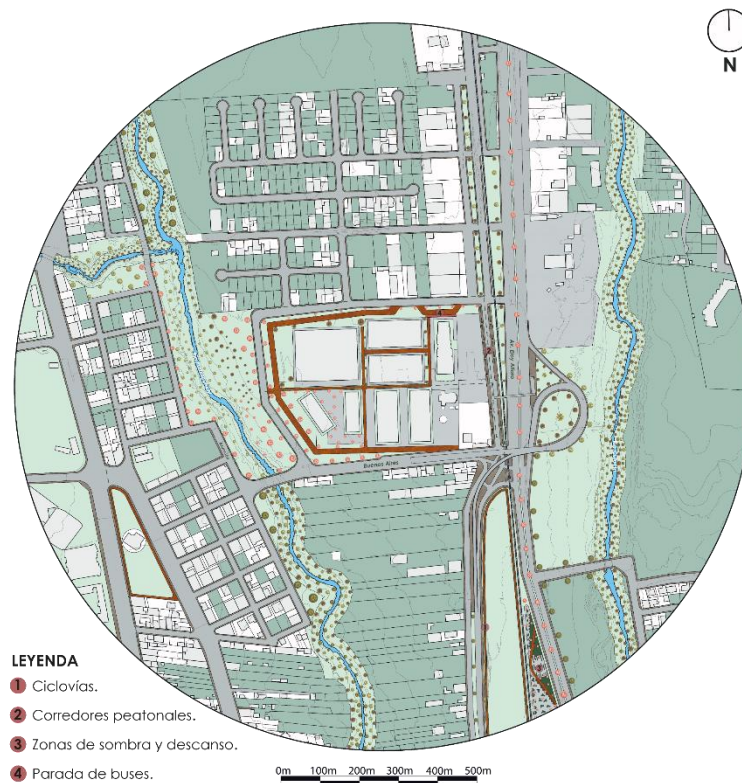


Figura 91. Mapeo componente asentamientos humanos y movilidad

Fuente: Elaboración propia (2025).

6.5.1 Ciclovías.

Fomentar el ciclismo contribuye a la resiliencia del cantón Latacunga al ofrecer un medio de transporte accesible y económico. Las ciclovías pueden atraer a ciclistas y turistas que buscan rutas escénicas, lo que puede beneficiar a los equipamientos.

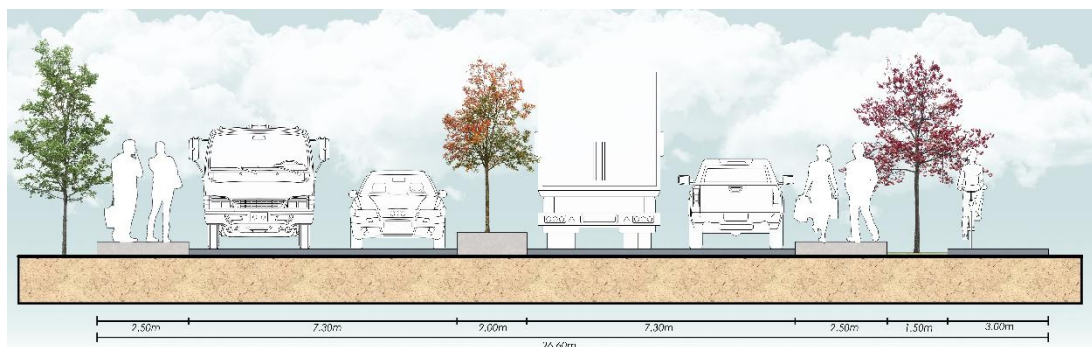


Figura 92. Esquemas de ciclovías

Fuente: Elaboración propia (2025).

CAPÍTULO VII. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1 Conclusiones.

En relación con los mercados referentes analizados, concluimos sobre la necesidad de un espacio público que funcione como hall de acceso, para tener una correcta circulación horizontal y vertical para los ciudadanos y comerciantes; además, se destaca la relevancia del equipamiento y la necesidad de asegurar una ventilación natural apropiada en las diversas áreas de los proyectos analizados, evitando así la creación de islas de calor.

También en referencia a los mercados, se busca desarrollar espacios con mobiliario interactivo, que vinculen las diferentes zonas comerciales, mejorado la experiencia de los visitantes y los comerciantes, creando ambientes confortables y saludables.

Se analizó mediante un estudio micro con un radio de 500 metros la población cercana, alturas de edificaciones, ambiente, movilidad, actividades económicas, culturales e históricas, concluyendo que existen problemáticas de movilidad, falta de espacios verdes, cohesión social y estructural; por lo que, se propone generar espacios adecuados, con fácil accesibilidad e inclusivos para todos los ciudadanos, con una infraestructura con espacios a doble altura que permiten iluminar y ventilar los espacios de una manera adecuada, de la misma manera se incorpora miradores aprovechando las visuales 360 del lugar.

Se diseñó mediante una estrategia urbana externa, la regeneración de espacios alejados que conectan al mercado articulando a los ejes internos, como es el caso de:

- Parque Ejido que es un eje importante entre el mercado mayorista y la Universidad Técnica de Cotopaxi permitiéndonos generar áreas de interacción social.
- Parque lineal en la Av. Eloy Alfaro que permite conectar el área urbana consolidada y a la vez pueden desarrollar actividades recreacionales al salir del mercado.
- Generación de senderos temáticos en las riberas del río Pumacunchi, colindante con el mercado, permitiendo que los ciudadanos conecten con los diferentes equipamientos de la zona y ambiente.
- Se creó zonas peatonales cumplen normativas de seguridad para el peatón e inclusivas.

Se diseñó una propuesta arquitectónica basada en las necesidades de los compradores y comerciantes del mercado, cumpliendo con la distribución y espacios mínimos de venta, circulación adecuada, iluminación, ventilación, áreas de espacio público y zonas recreativas; como también, se mejoró la recolección de desechos sólidos para mejorar la percepción de los ciudadanos al momento de ingresar al mercado. Así mismo, se optimizó la recolección de residuos sólidos con el fin de mejorar la percepción que tienen los ciudadanos al ingresar al mercado.

7.2 Recomendaciones.

Se recomienda realizar un análisis adecuado que involucre los 5 ejes: "económico, socio cultural, biofísico o ambiental, asentamientos humanos y movilidad, político institucional," con la finalidad de desarrollar estrategias y soluciones integrales que promuevan un desarrollo urbano sostenible.

Se sugiere visualizar propuestas de regeneración urbana que busque una integración de la zona consolidada con las no consolidadas; para lograr una mejora en la imagen urbana.

Se recomienda realizar un levantamiento de información estructural, como funcional del mercado para conocer sus potencialidades y debilidades, para que nos sirvan con punto focal de una nueva propuesta que cumpla con las normativas vigentes.

Se propone realizar un análisis de movilidad para verificar los flujos vehiculares y peatonales, para tener en cuenta las posibles zonas de parqueaderos, paradas de buses y accesos al lugar de intervención.

Se resalta que todo proyecto debe tener una gestión documental apropiada de planos, con la intención que se puedan generar mantenimientos o propuestas futuras de mejoras.

CAPÍTULO VIII. PROPUESTA URBANO ARQUITECTÓNICA

8.1 Estado actual.

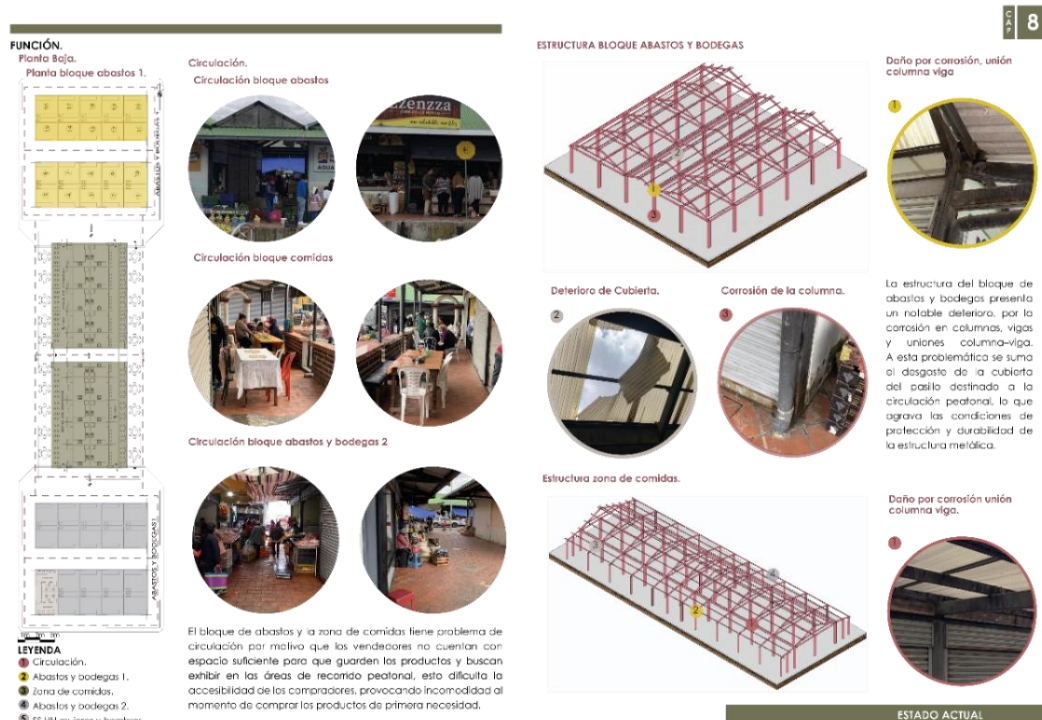


Figura 93. Estado actual bloque de abastos 1

Fuente: Elaboración propia (2025).

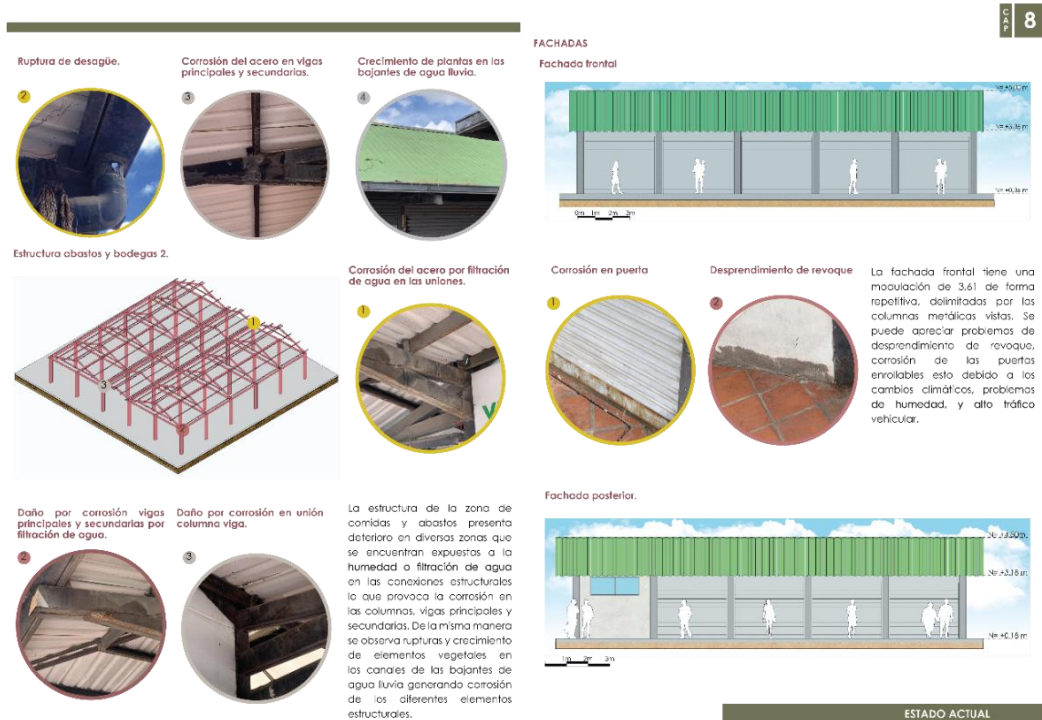


Figura 94. Estado actual bloque de abastos y bodegas 2

Fuente: Elaboración propia (2025).



Figura 95. Análisis de composición y problemáticas en fachadas

Fuente: Elaboración propia (2025).



Figura 96. Estado actual bloque de tomates

Fuente: Elaboración propia (2025).

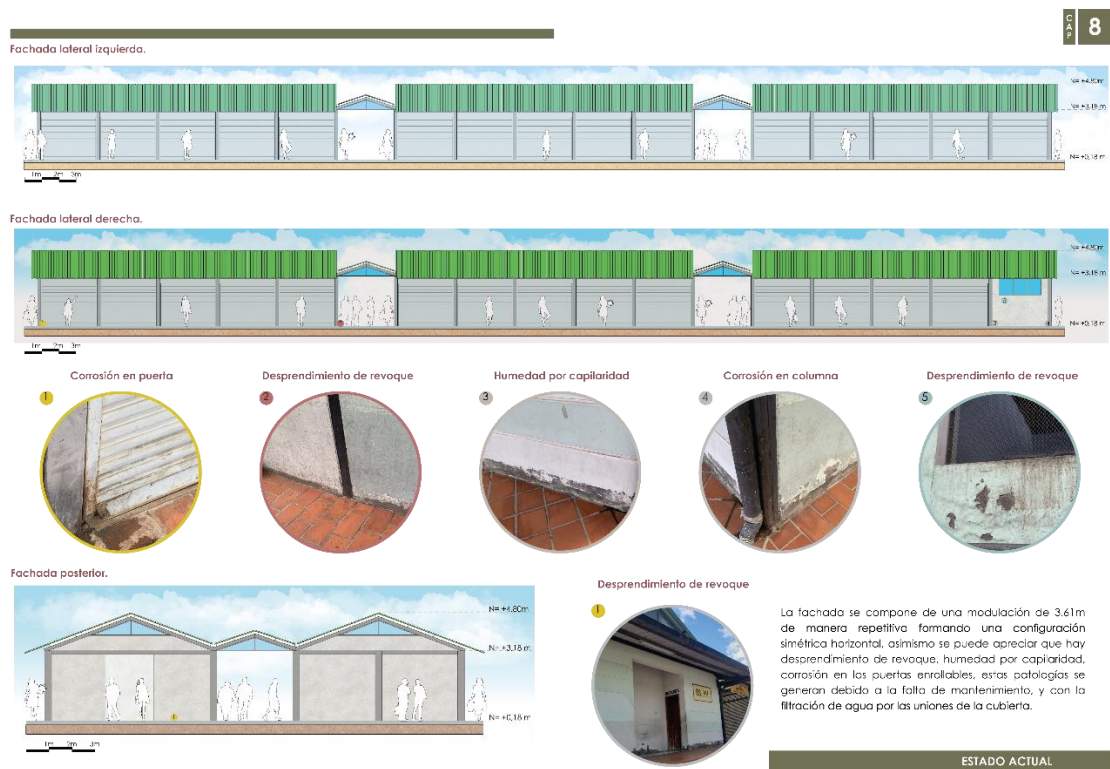


Figura 97. Análisis de problemáticas en fachadas del bloque de tomates

Fuente: Elaboración propia (2025).



Figura 98. Estado actual bloque frutas de la costa

Fuente: Elaboración propia (2025).

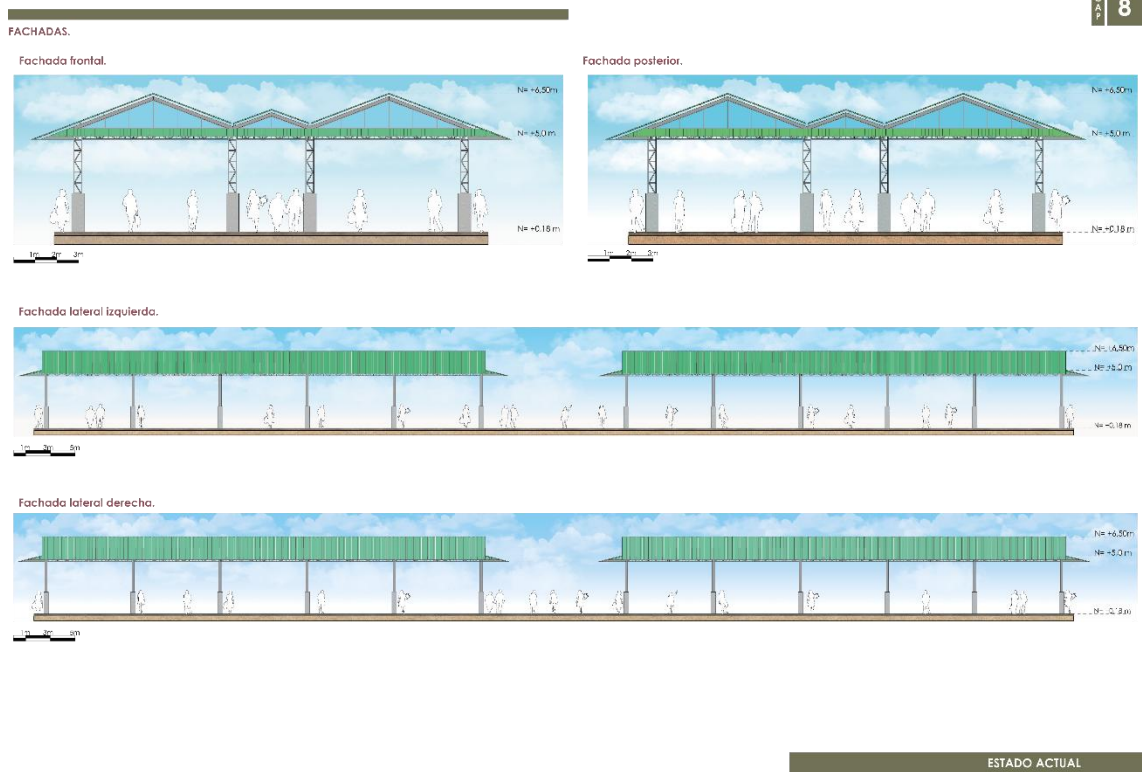


Figura 99. Análisis de fachadas bloque frutas y verduras

Fuente: Elaboración propia (2025).

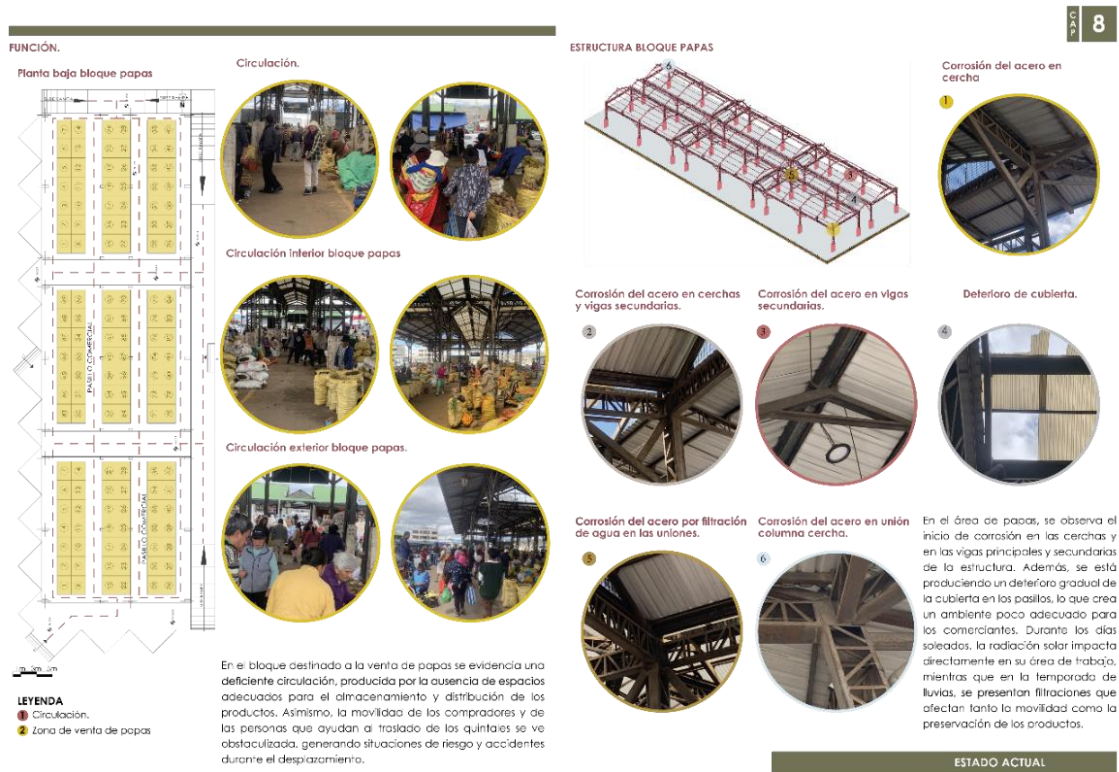


Figura 100. Estado actual bloque de papas.

Fuente: Elaboración propia (2025).

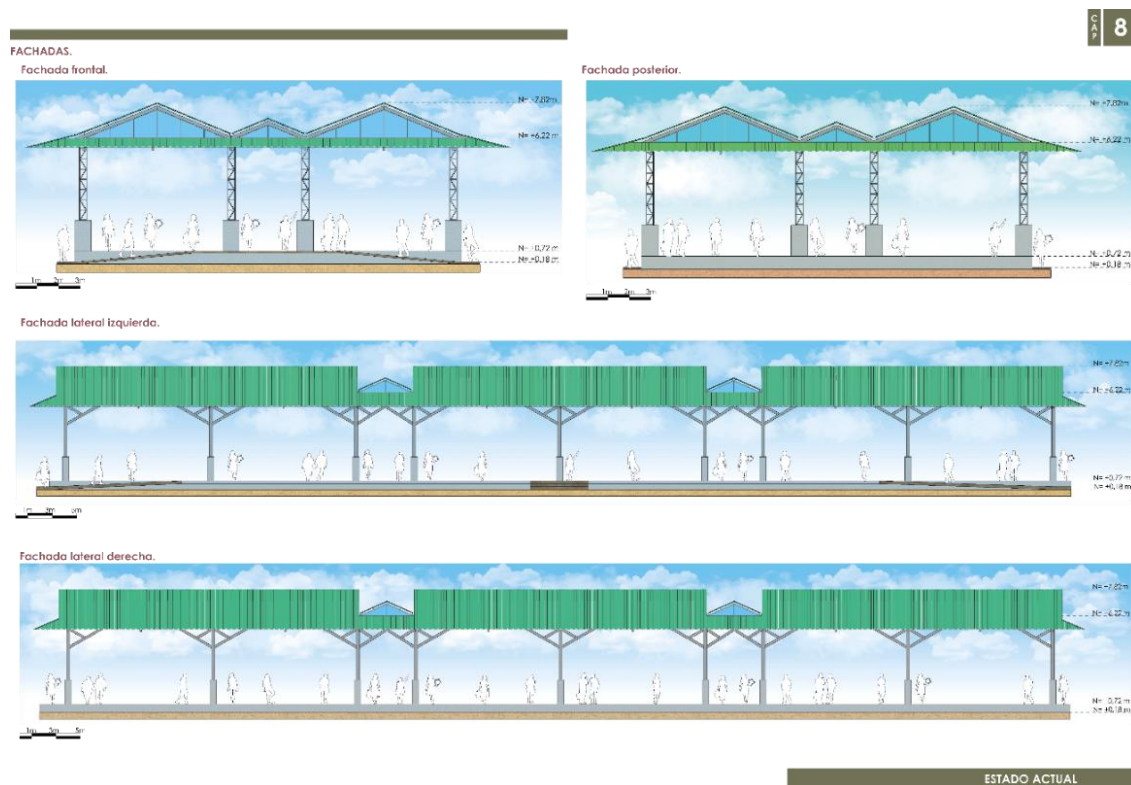


Figura 101. Análisis de problemáticas en fachadas del bloque de papas

Fuente: Elaboración propia (2025).

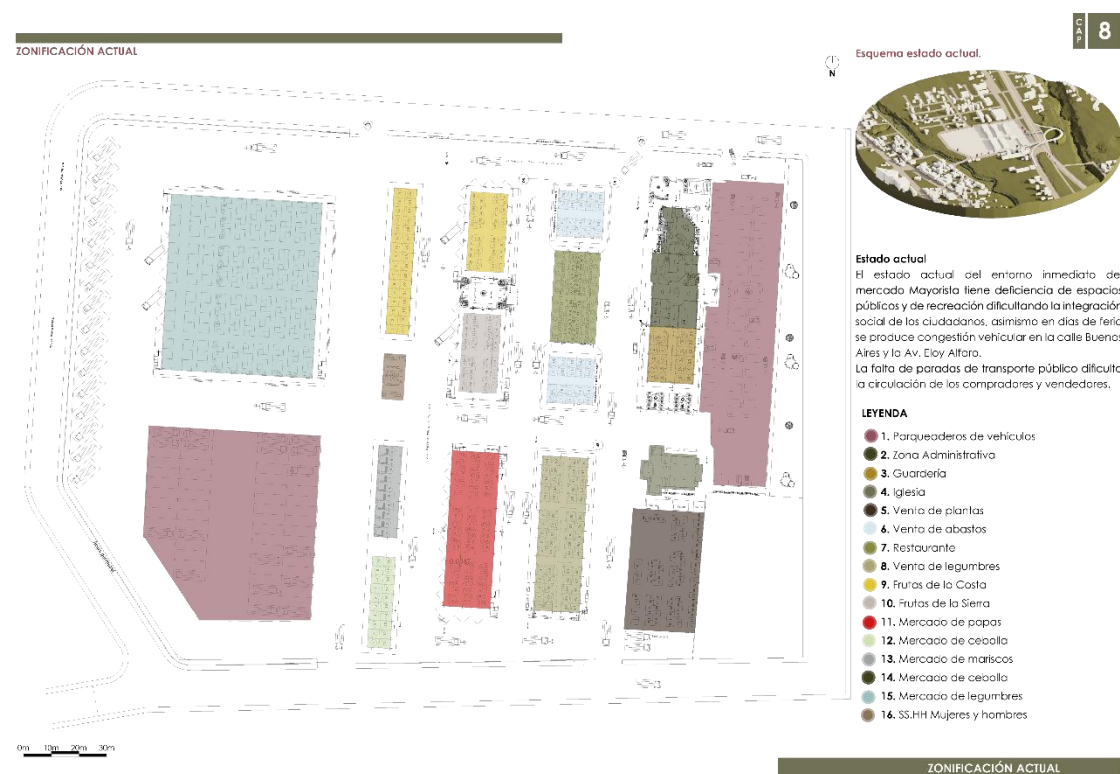


Figura 102. Zonificación actual del mercado mayorista

Fuente: Elaboración propia (2025).



Figura 103. Zonificación de conservación y remplazo de edificaciones

Fuente: Elaboración propia (2025).

8.2 Criterios de diseño.

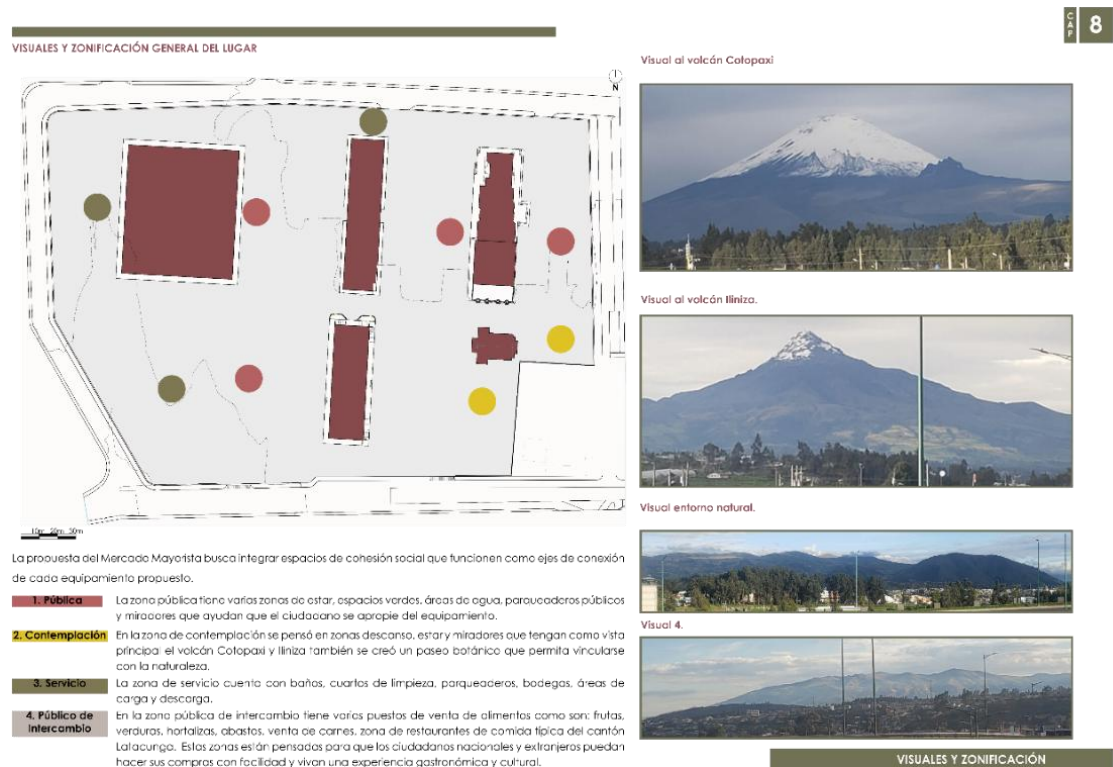


Figura 104. Zonificación del mercado zonal

Fuente: Elaboración propia (2025).

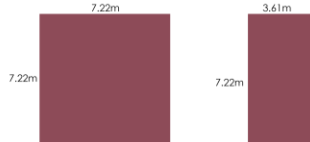
8.3 Composición volumétrica.

ESTADO ACTUAL DEL ESPACIO PÚBLICO

8

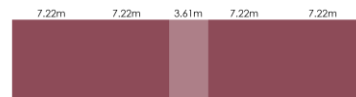
Modulación

La modulación propuesta se fundamenta en dos sistemas modulares existentes, con dimensiones de 7.22 x 7.22 m y 7.22 x 3.61 m, que funcionan como referencias estructurales y espaciales para el diseño global. Estos módulos sirven como base para adaptar y organizar los demás elementos del proyecto, promoviendo la generación de espacios accesibles y funcionales, con una circulación fluida y adaptativa para cada tipo de ambiente. Este planteamiento modular no sólo la distribución física, sino que enfatiza la creación de recorridos interactivos que integran y conectan las diferentes áreas del mercado zonal, fomentando la interacción social y facilitando la experiencia del usuario.

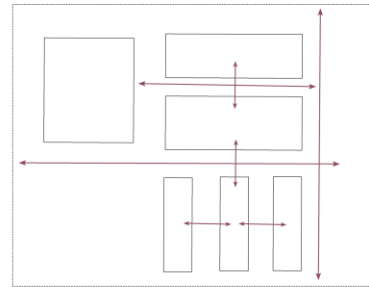


Volumen

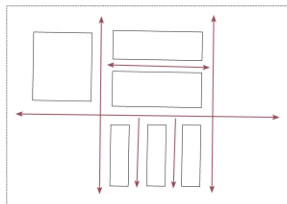
Se generan varios volúmenes arquitectónicos los cuáles establecen ejes de ordenación, que jerarquizan los accesos principales y secundarios, permitiendo de este modo una buena circulación en la propuesta. Esa configuración volumétrica se articula de forma intencionada con zonas de espacio público, propiciando recorridos que abren posibilidades de interactividad que conducen a la acción social y a la dinámica del espacio. La disposición estratégica de atmósferas de doble altura permite complementar esos vacíos que garantizan también una adecuada iluminación natural y ventilación, lo cual se traduce en mejores condiciones ambientales interiores y, en consecuencia, permite la conexión interior – exterior.



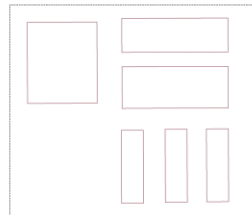
Conexión de módulos



Ejes de conexión



Composición de módulos



Implantación de volúmenes

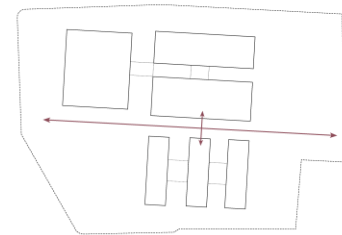


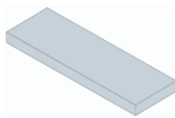
Figura 105. Esquemas de implantación volumétrica

Fuente: Elaboración propia (2025).

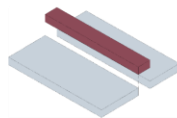
COMPOSICIÓN VOLUMÉTRICA

8

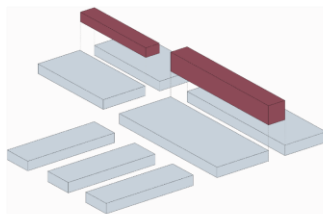
Bloque sólido



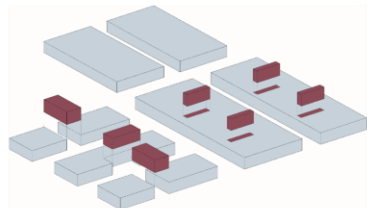
Substracción



Sustracción en cada bloque para generar zonas de estar.

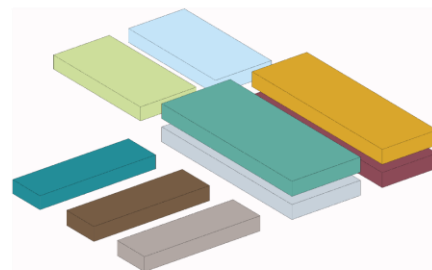


Sustracción de volúmenes para generar espacios de doble altura



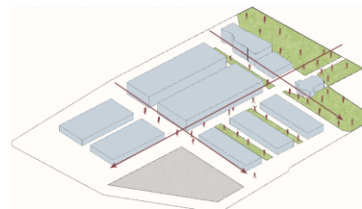
Programa arquitectónico

- 1. Venta de legumbres y hortalizas
- 2. Restaurante y cafetería
- 3. Frutas de la costa
- 4. Frutas de la sierra y frutos secos
- 5. Venta de zanahoria y maíz
- 6. Venta de papas
- 7. Venta de carne y mariscos
- 8. Centro de interpretación cultural
- 9. Venta de flores



Ejes de conexión con áreas verdes y espacio público

La disposición estratégica de los volúmenes, incorporando vacíos intencionales entre ellos, posibilita la creación de áreas verdes que funcionan como ejes de conexión entre los diferentes equipamientos. Esta articulación espacial busca fomentar la integración y continuidad del entorno construido con el paisaje natural, generando espacios abiertos que promueven la interacción social y la apropiación activa del proyecto arquitectónico por parte de sus usuarios.



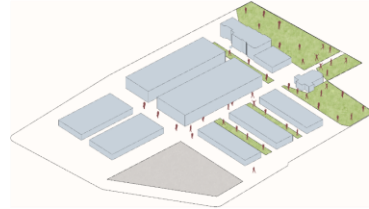
Zonas de estar



Juegos de agua



Pase botánico



ZONIFICACIÓN ACTUAL

Figura 106. Esquemas de composición volumétrica

Fuente: Elaboración propia (2025).

8.4 Programa arquitectónico.

PROGRAMA ARQUITECTÓNICO: MERCADO MAYORISTA DE LATACUNGA						
ZONA	SUBZONA	NECESIDAD / ACTIVIDADES	USUARIOS	CANTIDAD	ÁREA (m2)	ÁREA TOTAL (m2)
COMERCIAL	ÁREA DE LEGUMBRES	COMPRA Y VENTA DE PRODUCTOS DE PRIMERA NECESIDAD.	VENDEDORES Y COMPRADORES	50	14	700
	ÁREA DE HORTALIZAS	COMPRA Y VENTA DE PRODUCTOS DE PRIMERA NECESIDAD.	VENDEDORES Y COMPRADORES	30	14	420
	ABASTOS	COMPRA Y VENTA DE PRODUCTOS DE PRIMERA NECESIDAD.	VENDEDORES Y COMPRADORES	24	14	336
	ÁREA DE FRUTAS COSTA	COMPRA Y VENTA DE PRODUCTOS DE PRIMERA NECESIDAD.	VENDEDORES, COMPRADORES Y OPERARIOS DE CARGA.	105	15	1.575
	ÁREA DE FRUTAS SIERRA	COMPRA Y VENTA DE PRODUCTOS DE PRIMERA NECESIDAD.	VENDEDORES Y COMPRADORES	91	16	1.456
	ÁREA DE FRUTOS SECOS Y ESPECIES	COMPRA Y VENTA DE PRODUCTOS DE PRIMERA NECESIDAD.	VENDEDORES Y COMPRADORES.	17	25	425
	ÁREA DE CEBOLLA PAITEÑA	COMPRA Y VENTA DE PRODUCTOS DE PRIMERA NECESIDAD.	VENDEDORES Y COMPRADORES	12	22	264
	ÁREA DE ZANAHORIA	COMPRA Y VENTA DE PRODUCTOS DE PRIMERA NECESIDAD.	VENDEDORES Y COMPRADORES	10	20	200
	ÁREA DE REMOLACHA	COMPRA Y VENTA DE PRODUCTOS DE PRIMERA NECESIDAD.	VENDEDORES Y COMPRADORES	10	20	200
	ÁREA DE MAÍZ	COMPRA Y VENTA DE PRODUCTOS DE PRIMERA NECESIDAD.	VENDEDORES Y COMPRADORES	22	13	286
	ÁREA DE PAPAS	COMPRA Y VENTA DE PRODUCTOS DE PRIMERA NECESIDAD.	COMERCIANTE, COMPRADORES, PÚBLICO VISITANTE.	53	12	636
	ÁREA DE MARISCOS	COMPRA Y VENTA DE PRODUCTOS DE PRIMERA NECESIDAD.	COMERCIANTE, COMPRADORES, PÚBLICO VISITANTE.	11	35	385
	ÁREA DE CARNES	COMPRA Y VENTA DE PRODUCTOS DE PRIMERA NECESIDAD.	COMERCIANTE, COMPRADORES, PÚBLICO VISITANTE.	6	35	210
	ÁREA DE EXHIBICIÓN	ORGANIZAR, PRESENTAR, PREPARAR, VENDER	COMERCIANTE, COMPRADORES, PÚBLICO VISITANTE.	1	160	160
GASTRONÓMICA	RESTAURANTE		COMERCIANTE, COMPRADORES, PÚBLICO VISITANTE.	20	30	600
	CATERÍA	PREPARACIÓN, VENTA, CONSUMO, ALIMENTARSE, DEGUSTAR, CONVERSAR Y EXPOSICIÓN	COMERCIANTE, COMPRADORES, PÚBLICO VISITANTE.	2	30	60
	ZONA DE EXPOSICIÓN		COMERCIANTE, COMPRADORES, PÚBLICO VISITANTE.	1	120	120
	PATIO DE COMIDAS		COMERCIANTE, COMPRADORES, PÚBLICO VISITANTE.	2	380	760

PROGRAMA ARQUITECTÓNICO

Tabla 5. Programa arquitectónico mercado zonal

Fuente: Elaboración propia (2025).

PROGRAMA ARQUITECTÓNICO						
ZONA	SUBZONA	NECESIDAD / ACTIVIDADES	USUARIOS	CANTIDAD	ÁREA (m2)	ÁREA TOTAL (m2)
ZONA DE EXHIBICIÓN Y CULTURA	SALA DE INFORMACIÓN	INFORMAR, UBICAR	PÚBLICO GENERAL	1	70	70
	GALERÍA DE EXPOSICIÓN Y ARTE	EXPONER, OBSERVAR Y APRENDER		1	200	200
	MUSEO	VISUALIZAR, OBSERVAR Y APRENDER		3	100	300
	SALÓN DE CONFERENCIAS	COMUNICAR, OBSERVAR Y APRENDER		1	70	70
	SALÓN DE USOS MÚLTIPLES	VARIAS ACTIVIDADES		1	140	140
	SALA DE EXHIBICIÓN EXTERIOR	EXHIBIR, OBSERVAR Y APRENDER		1	140	140
FLORES	SALA DE INFORMACIÓN	INFORMAR, UBICAR	PÚBLICO GENERAL	1	40	40
	ÁREA DE EXHIBICIÓN	EXHIBIR, OBSERVAR Y APRENDER		2	140	280
	ÁREA DE VENTA	COMPRA Y VENTA DE FLORES.		18	13	234
ZONA DE RECREACIÓN	ÁREAS DE DESCANSO	DESCANSO	PÚBLICO GENERAL	4	350	1.400
	JUEGOS INFANTILES	ENTRETENER		1	3.840	3.840
	PLAZA	CAMINAR, CONTEMPLAR, OTROS		1	400	400
	PASEO BOTÁNICO	CAMINAR, CONTEMPLAR, OTROS		1	2.100	2.100
SERVICIO	CUARTO DE MANTENIMIENTO	REVISAR, AJUSTAR, ORGANIZAR	TECNICOS, SUPERVISORES,	3	28	84
	ZONA DE SEGURIDAD	CONTROLAR, VERIFICAR, SEGURIDAD	PERSONAL DE SEGURIDAD.	3	28	84
	CUARTO DE LIMPIEZA	CONTROL, ORGANIZACIÓN, LAVADO	PERSONAL DE LIMPIEZA.	6	12	96
	CUARTO DE FRIO	RECEPCIÓN Y ALMACENAMIENTO	COMERCIANTE.	3	14	42
	BODIGAS	RECEPCIÓN, DISTRIBUCIÓN Y ALMACENAMIENTO DE PRODUCTOS	PERSONAL LOGÍSTICO.	28	12	336
	ZONA DE CARGA Y DESCARGA	RECEPCIÓN, DISTRIBUCIÓN Y ALMACENAMIENTO DE PRODUCTOS	TRANSPORTISTAS OPERARIOS DE CARGA	6	170	1.020
	BATERÍAS SANITARIAS	ASEO PERSONAL	PÚBLICO GENERAL.	8	80	640
ZONA COMPLEMENTARIA	PARQUEADEROS VEHICULOS PESADOS	ESTACIONAR	PÚBLICO GENERAL.	35	35	1.225
	PARQUEADEROS VEHICULOS LIVIANOS	ESTACIONAR	PÚBLICO GENERAL.	70	15	1.050
ÁREA TOTAL DEL PROYECTO EN (m2)						22.584
ÁREA TOTAL DEL TERRENO EN (m2)						56.977

PROGRAMA ARQUITECTÓNICO

Tabla 6. Programa arquitectónico

Fuente: Elaboración propia (2025).

8.5 Propuesta de vegetación



Figura 107. Propuesta vegetación de arboles

Fuente: Elaboración propia (2025).



Figura 108. Propuesta vegetación de arbustos

Fuente: Elaboración propia (2025).

8.6 Propuesta de materialidad



Figura 109. Propuesta materialidad de pisos

Fuente: Elaboración propia (2025).



Figura 110. Propuesta de materialidad de pisos zona de paseo botánico

Fuente: Elaboración propia (2025).

8.7 Propuesta Arquitectónica

8.7.1 Implantación



IMPLANTACIÓN Esc: 1/900

Figura 111. Implantación

Fuente: Elaboración propia (2025).

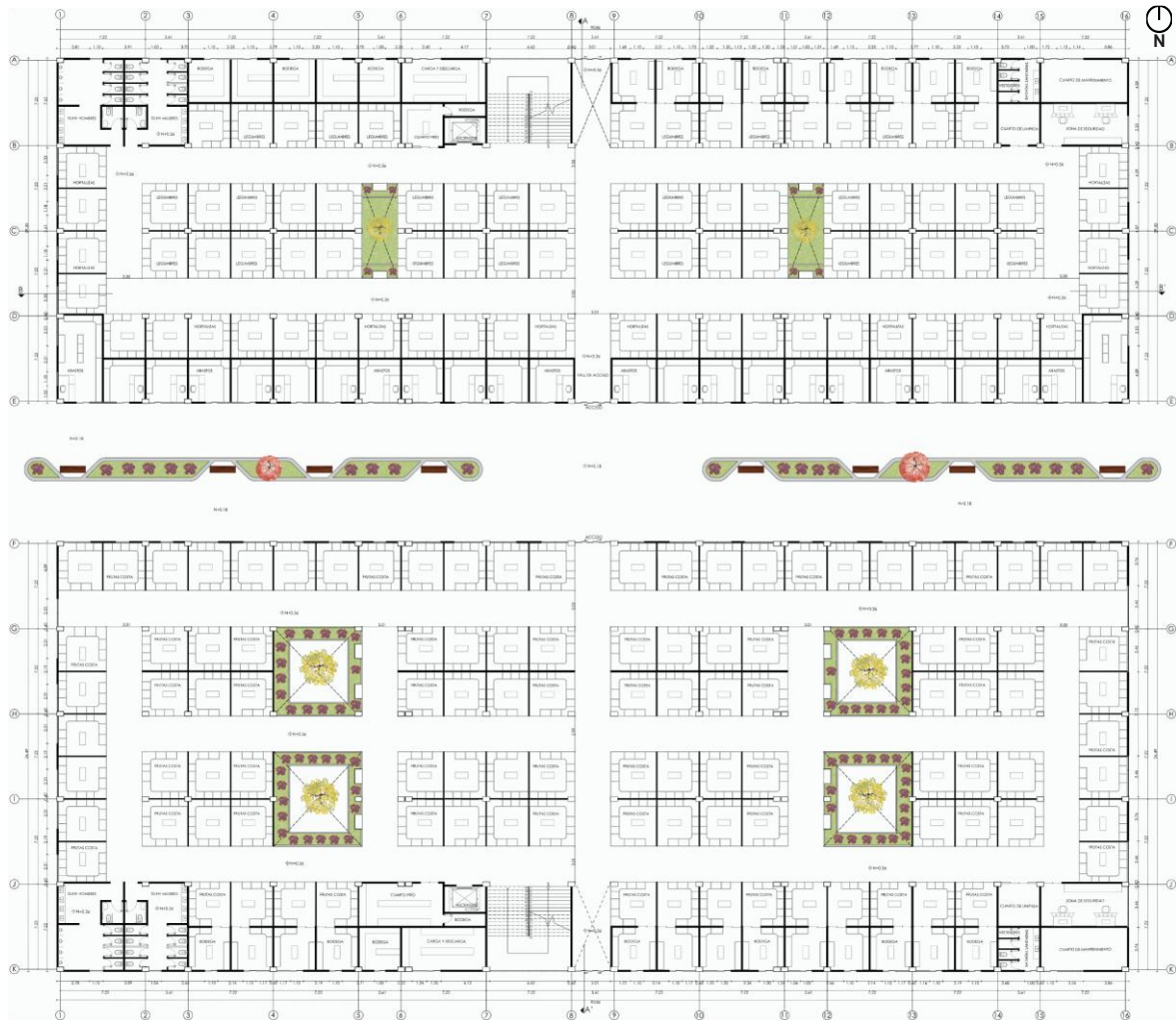
8.7.2 Planta Baja General



Figura 112. Planta Baja General Esc: 1/900

Fuente: Elaboración propia (2025).

8.7.3 Planta Baja Mercado de hortalizas



PLANTA BAJA N+0,36 Esc: 1/320

Figura 113. Planta Baja Mercado de hortalizas.

Fuente: Elaboración propia (2025).

PLANTA ALTA N+5,36 Esc: 1/320



Figura 114. Planta Alta N+5,36

Fuente: Elaboración propia (2025).

8.7.4 Fachadas

FACHADA FRONTAL



FACHADA POSTERIOR

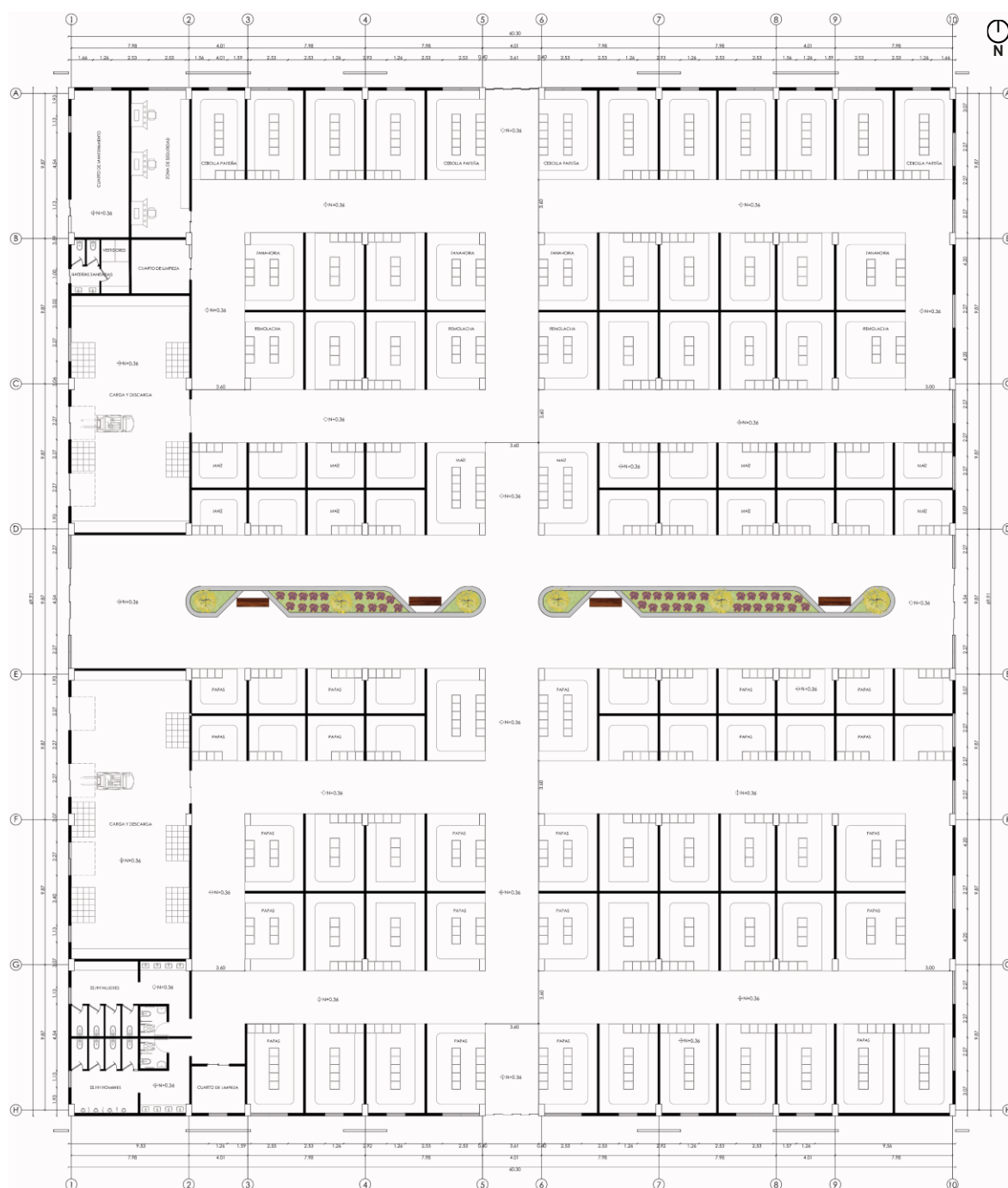


Fuente: Elaboración propia (2025).

Architectural section drawing of the 'Edificio de Oficinas' (Office Building). The drawing shows a two-story office building with various rooms and a central courtyard. The rooms are labeled: REUNION DEPTA, REUNION GEREA, RESTAURANTE, JOLIA Y ENTREGACION, REUNION CODIA, REUNION CODIA, ASAMBLEA, HORFALIAS, LOGGERS, and FLOORMERS. The building has a central courtyard with a tree. The drawing includes a scale bar (1m, 3m, 5m) and height markers (N=+13.50, N=+10.40, N=+5.36, N=+0.36).

Fuente: Elaboración propia (2025).

8.7.6 Planta Mercado de papas



PLANTA BAJA N+0,36 Esc: 1/300

Figura 117. Planta Baja Mercado de papas

Fuente: Elaboración propia (2025).

8.7.7 Fachadas Mercado de papas

FACHADA FRONTAL



FACHADA POSTERIOR



FACHADA LATERAL IZQUIERDA



FACHADA LATERAL DERECHA



Figura 118. Fachadas Mercado de papas

Fuente: Elaboración propia (2025).

8.7.8 Planta Mercado de flores



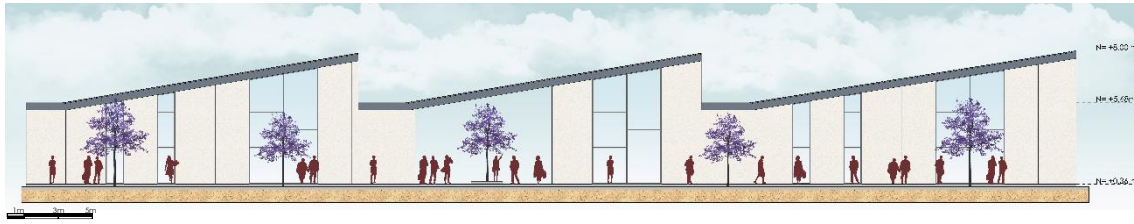
PLANTA BAJA N+0,36 Esc: 1/280

Figura 119. Planta Baja Mercado de flores.

Fuente: Elaboración propia (2025).

8.7.9 Fachadas Mercado de flores

FACHADA FRONTAL



FACHADA POSTERIOR



FACHADA LATERAL IZQUIERDA



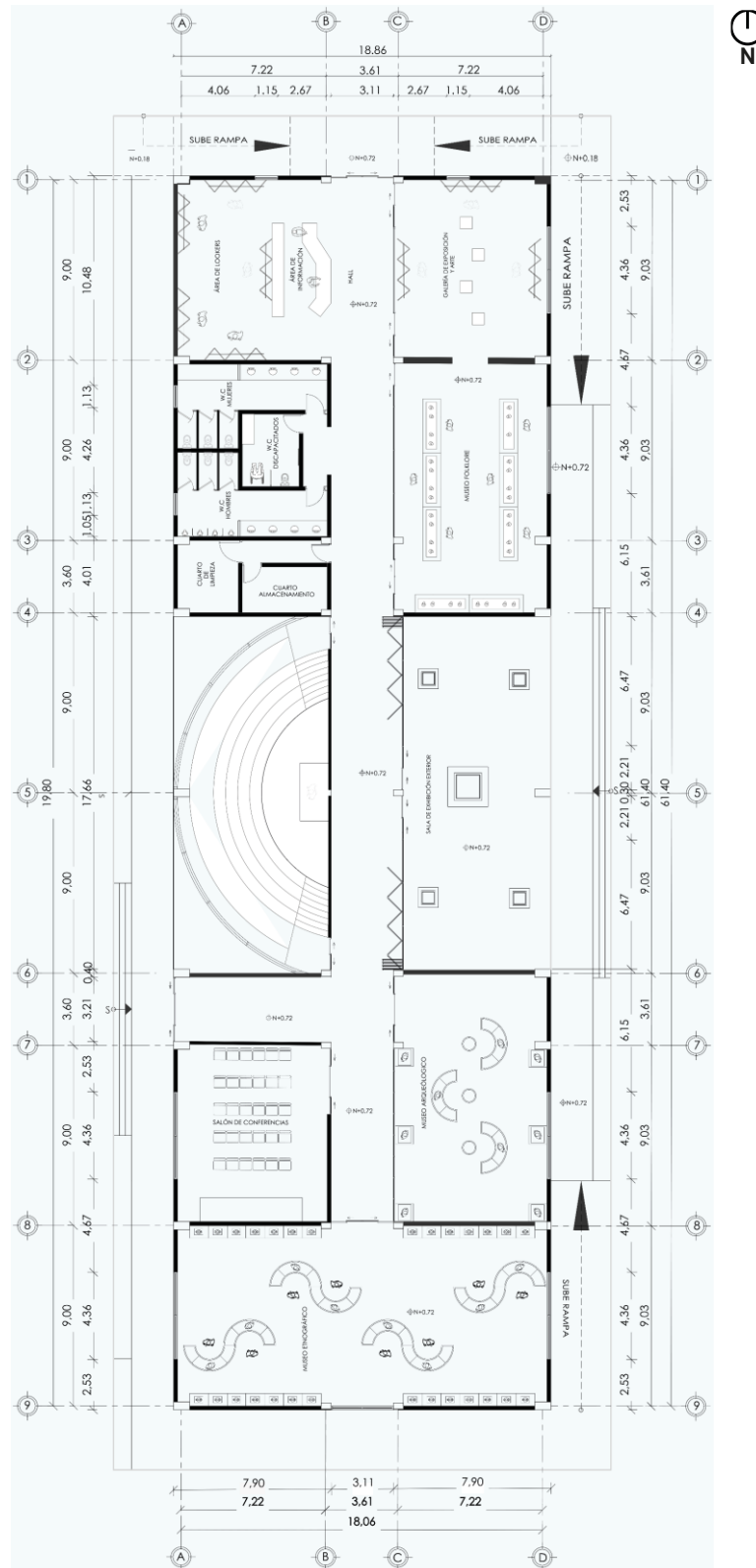
FACHADA LATERAL DERECHA



Figura 120. Fachadas Mercado de flores.

Fuente: Elaboración propia (2025).

8.7.10 Planta Centro de Interpretación Cultural



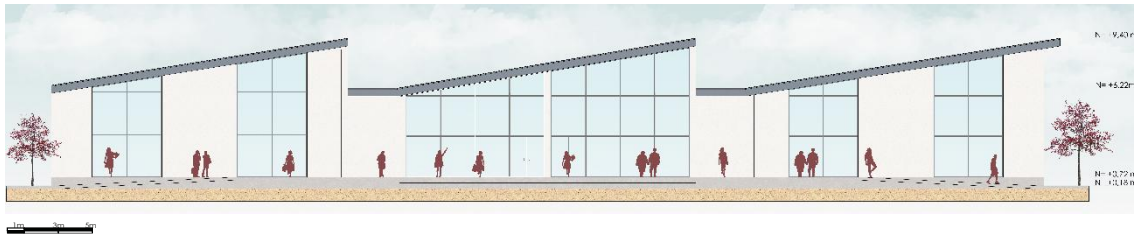
PLANTA BAJA N+0,72 Esc: 1/280

Figura 121. Planta Baja Centro de Interpretación Cultural.

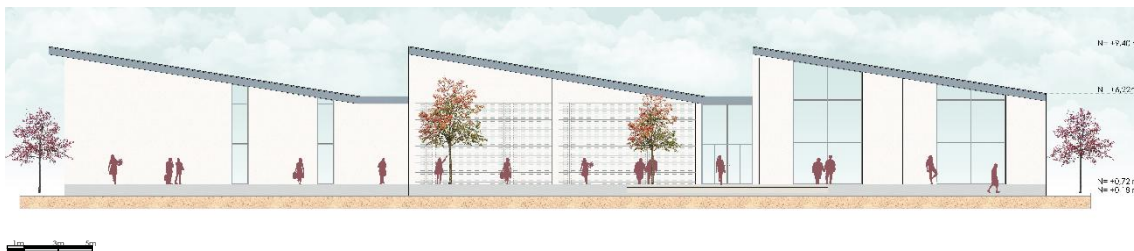
Fuente: Elaboración propia (2025).

8.7.11 Fachadas Centro de Interpretación Cultural

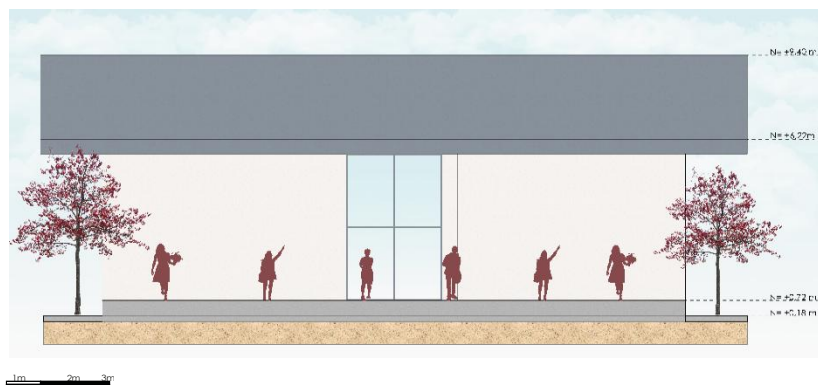
FACHADA FRONTAL



FACHADA POSTERIOR



FACHADA LATERAL IZQUIERDA



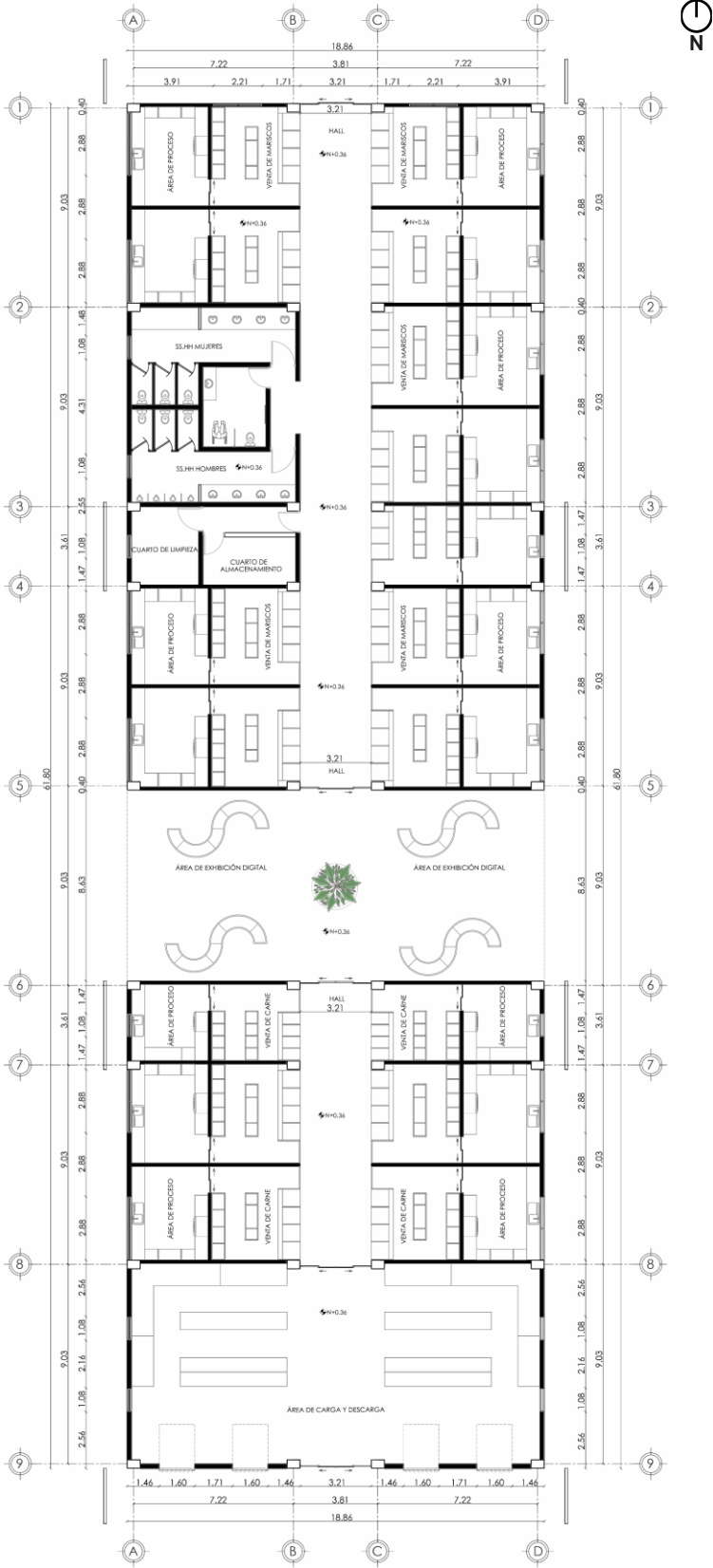
FACHADA LATERAL DERECHA



Figura 122. Fachadas Centro de Interpretación Cultural

Fuente: Elaboración propia (2025).

8.7.12 Planta Baja Mercado de mariscos y carnes



PLANTA BAJA N+0,36 Esc: 1/280

Figura 123. Planta Baja Mercado de mariscos y carnes

Fuente: Elaboración propia (2025).

8.7.13 Fachadas Mercado de mariscos y carnes

FACHADA FRONTAL



FACHADA POSTERIOR



FACHADA LATERAL IZQUIERDA



FACHADA LATERAL DERECHA

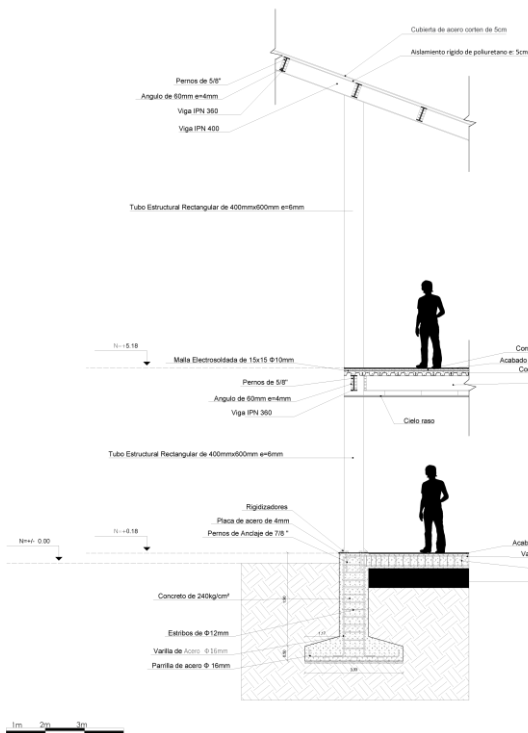


Figura 124. Fachadas Mercado de mariscos y carnes.

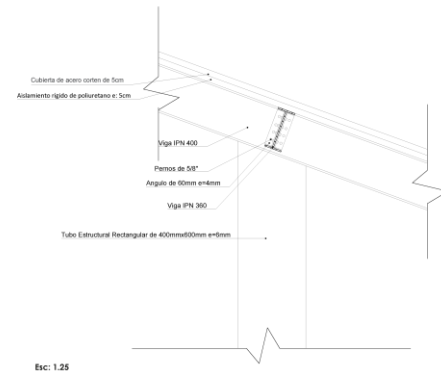
Fuente: Elaboración propia (2025).

8.8 Detalles constructivos

DETALLE ESCANTILLÓN MERCADO DE FRUTAS



DETALLE DE CUBIERTA



DETALLE CONEXIÓN COLUMNA VIGA PRINCIPAL

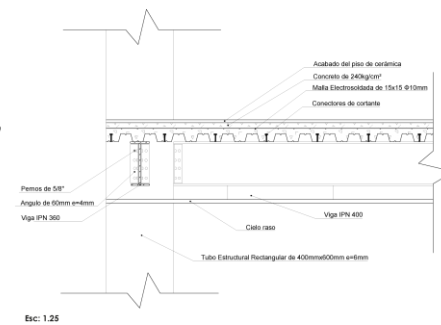
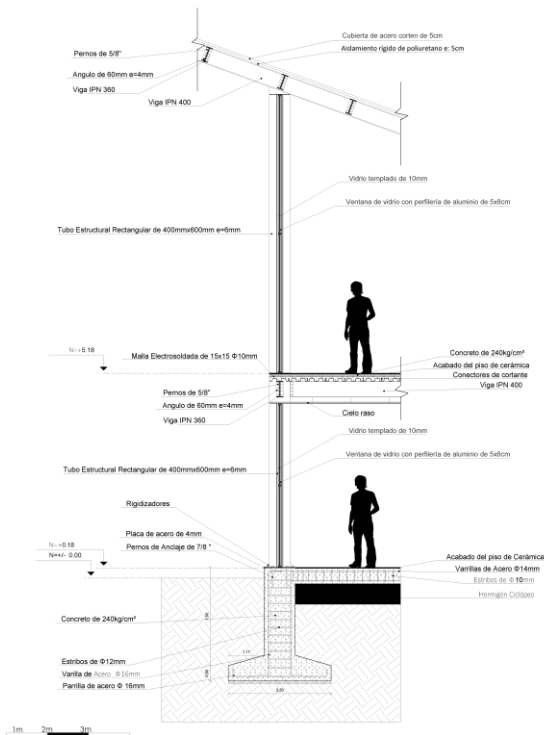


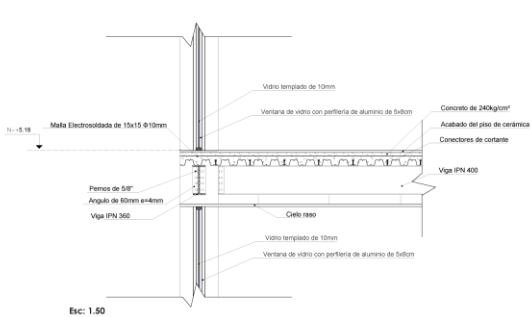
Figura 125. Detalles constructivos

Fuente: Elaboración propia (2025)

DETALLE ESCANTILLÓN ENVOLVENTE



DETALLE ENVOLVENTE



DETALLE CIMENTACIÓN

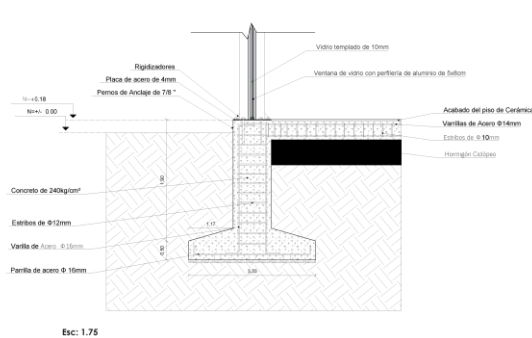


Figura 126. Detalle escantillón envolvente

Fuente: Elaboración propia (2025).

BIBLIOGRAFÍA

- Abril, D. (2022). Tamaño del mercado de servicios de arquitectura y análisis de participación tendencias de crecimiento y pronósticos (2024-2029) Source: <https://www.mordorintelligence.com/es/industry-reports/architectural-services-market>. Blog Mordor Intelligence, <https://www.mordorintelligence.com/es/industry-reports/architectural-services-market>.
- Adriana Briones, J. H. (2021). TRANSFORMACIONES SOCIALES Y URBANAS DEL ENTORNO DE LOS MERCADOS DEL CENTRO. Revista Urbano (Concepción), 24(42), 42-56.
- Albirena, F. (2022). Criterios de diseño arquitectónico y los contagios en los mercados minoristas en un contexto pandémico - Mercado de Lurín 2021. Tesis previo a la obtención del título en Arquitectura, 10-45.
- Albornoz, B. (s.f.). Mercado 9 de Octubre [Fotografía]. Recuperado de <https://www.borisalbornoz.com/mercado-9-de-octubre/>.
- Ángel, Laura et al. (2010). Islas de calor y cambios espacio-temporales de la temperatura en la ciudad de Bogotá. Ciencias de la Tierra 34. 173-183. Bogotá, Colombia.
- Apto Architecture. (2023). Mercado Municipal de Braga. ArchDaily. <https://www.archdaily.cl/cl/995099/mercado-municipal-de-braga-apto-architecture>
- ArchDaily. (2023). Mercado Roma — Rojkind Arquitectos. <https://www.archdaily.cl/cl/763327/mercado-roma-rojkind-arquitectos>
- Arquitectura Panamericana. (2022). Rehabilitación del Mercado 9 de Octubre. <https://arquitecturapanamericana.com/rehabilitacion-del-mercado-9-de-octubre/>
- Autista et al, (2020). Dinámica de uso de suelo e índice verde en Poza Rica, Veracruz. Revista Mexicana De Ciencias Forestales, 11 – 57.
- Bermeo, A. (2020). Enseñanza de la arquitectura en Quito, movimientos y reformas académicas: una mirada crítica en los 61 años de historia de la Facultad de. Revista Anales de la Universidad Central del Ecuador, 4(15), 345-384.
- Burca, J. (2023). Cómo ofrecer soluciones urbanas basadas en la naturaleza. Artículo. <https://constructive-voices.com/es/c%C3%B3mo-ofrecer-soluciones-urbanas-basadas-en-la-naturaleza/>.
- Cabanillas, P. (2020). La capacidad de carga y la función arquitectónica en el mercado Caquetá del distrito de San Martín de Porres, 2020. Mercado mayorista de carnes ubicado en la zona Caquetá, perteneciente al sector 1 del distrito San Martín de Porres, 2020. Proyecto de titulación previo a la obtención del título en Arquitectura y Urbanismo, 10-52.
- Calle, J. (2020). La gastronomía guayaquileña en el Mercado del Río. Proyecto de titulación previo a la obtención del título en Ingeniero en Gestión Turística y Hotelera, 2-19.
- Cano, P. (2023). La trayectoria de la arquitectura en la década del 2020. Blog ArchDaily , <https://www.archdaily.cl/cl/994862/movilidad-competencias-gerenciales-y-el-futuro-de-la-practicaarquitectonica-en-la-decada-de-2020>.
- Conforme, G. (2020). Arquitectura bioclimática. Revista Polo del Conocimiento, 5(11), 752-769.
- Dreher, D. (2021). Mercado del Río. Blog Douglas Drher Arquitectos, http://www.douglasdreher.com/proyectos/mercado_del_rio/.
- Egurrola, I. (2018). La Teoría General de las Economías de Mercado de José Valenzuela Feijóo. Revista Economía Informa, 14(23), 391-415.

- Heras, V. (2022). TRANSFORMACIONES SOCIALES Y URBANAS DEL ENTORNO DE LOS MERCADOS DEL CENTRO HISTÓRICO DE CUENCA. MERCADO 9 DE OCTUBRE Y MERCADO 10 DE AGOSTO. Revista in Urbano, 4(11), 10-23.
- Instituto Nacional de Estadística y Censos [INEC]. (s.f.). *Censo Ecuador*. <https://www.censoecuador.gob.ec/>.
- International Energy Agency (IEA). (2018). Hacia un sector de edificios y de la construcción eficiente, resiliente y con cero emisiones. United Nations Environment Programme, 13-50.
- Jiménez, A. (2022). Urbanismo sostenible de mercado. Revista Quid 16, 4(8), 1-20.
- Laura Viteri, M. M. (2019). Mercados: diversidad de prácticas comerciales y de consumo . IPAF Región Pampeana.: Ediciones INTA, 14-63.
- Masalias, V. (2022). MERCADO RETABLO», UNA NUEVA PROPUESTA DE DISEÑO PARA EL MERCADO MUNICIPAL PLAYA GRAU EN AYACUCHO. Blog Estudio Arquitectura Quagliata, <https://arquitectura.estudioquagliata.com/socializarq/mercado-retablo-una-nueva-propuesta-de-diseno-para-elmercado-municipal-playa-grau-en-ayacucho>.
- Mendoza, E. (2022). Estudio de la habitabilidad en la vivienda de interés social en la provincia de Manabí. Revista Científica INGENIAR: Ingeniería, Tecnología E Investigación, 4(10), 2-22.
- Prieto, J. (2021). REVITALIZACIÓN COMO MÉTODO PARA REACTIVAR ESPACIOS URBANOS. Proyecto de revitalización urbana en las cercanías a la Primera Línea del Metro de Bogotá, 10-42.
- Ricardo Huanqui, R. B. (2022). EL MERCADO COMO SISTEMA DE ESPACIOS PÚBLICOS. Revista A 17-18 | Bicentenario, 4(10), 68-76.
- Rivas, D. (2020). MERCADO CENTRAL DE ZARAGOZA: RESTAURACIÓN Y CIUDAD HISTÓRICA. Blog Arquipro, <https://arquipro.es/mercado-central-de-zaragoza-restauracion-y-ciudad-historica/>.
- Rojkind Arquitectos. (s.f.). *Mercado Roma*. <https://rojkindarquitectos.com/work/mercado-roma/>
- Samada, Y. (2022). Transformaciones en el desarrollo urbano de Manta, Ecuador: desde la ciudad colonial hasta la ciudad fragmentada. Revista Rehuso(11), 7-22.

ANEXOS

Anexo 1: Resultados de encuestas de compradores

RESULTADOS DE ENCUESTAS DE COMPRADORES

1 Género

Masculino	111
Femenino	165
Total	276

■ Masculino
■ Femenino

Un total de 276 encuestas, que equivalen al 100% de los clientes del mercado mayorista, indica que un 40% de las compras son realizadas por mujeres, en contraste con el 40% correspondiente a hombres. Este aumento en la participación femenina podría ser un indicativo de entornos más inclusivos y atentos a las necesidades de espacios de encuentro y cohesión social.

2 Edad

18 a 24	192
25 a 45	134
46 a más	40
Total	276

■ 18 a 24
■ 25 a 45
■ 46 a más

De un total de 276 encuestas, que constituyen el 100%, la edad predominante en la adquisición de productos en el mercado mayorista se sitúa entre los 25 y 45 años. Estas personas son responsables del mantenimiento de hogares y familias, lo que les lleva a realizar compras a por mayor y optar por una variedad más amplia de productos. Además, otro grupo significativo corresponde a individuos de 18 a 24 años, quienes suelen ser consumidores activos con una inclinación por la compra de productos frescos y saludables.

3. ¿Cómo se moviliza para llegar al Mercado Mayorista?

Vehículo propio	132
Bus	100
Taxi	29
A pie	15
Total	276

■ Vehículo propio
■ Bus
■ Taxi
■ A pie

De las 276 encuestas realizadas, que representan el total del 100%, se observa que el medio de transporte más utilizado para acceder al Mercado Mayorista es el vehículo particular, con un 48%. Esto se debe a que las rutas de los buses no son adecuadas o no llegan a ciertas áreas, lo que complica el desplazamiento. Por otro lado, un 34% de la población prefiere utilizar el bus. Esta subraya la importancia del transporte público y sugiere que es fundamental contar con rutas de buses eficientes y accesibles. Además, es necesario que las paradas estén bien situadas y en buen estado para facilitar una movilidad adecuada para los ciudadanos.

4. ¿Cómo evalúa la accesibilidad al mercado, transporte público, estacionamiento, etc?

Satisfecho	33
Neutral	135
Insatisfecho	108
Total	276

■ Satisfecho
■ Neutral
■ Insatisfecho

De 276 encuestas que representa el 100%, la accesibilidad al Mercado Mayorista es insatisfecha con el 49%, debido a la falta de zonas que permitan acceder con facilidad para los peatones y los conductores, se puede apreciar la falta de estacionamientos para vehículos livianos, zonas de carga y descarga para vehículos pesados generando conflicto en zonas de venta de productos alimenticios, otro porcentaje de la población opta por la accesibilidad neutral con 39%, menciona la falta de transporte público como una preocupación significativa. Estos resultados indican la necesidad urgente de implementar zonas accesibles para poder ingresar al mercado Mayorista de manera peatonal como vehicular.

5. ¿Con qué frecuencia realiza sus compras?

Semanal	142
Quincenal	77
Cada mes	57
Total	276

■ Semanal
■ Quincenal
■ Cada mes

Del total de encuestas realizadas el 51% realiza sus compras semanalmente, esto indica que los compradores acuden frecuentemente a adquirir los productos de primera necesidad, ya sea al fin de semana o entre semana lo que produce un dinamismo en el mercado Mayorista de Latacunga, el otro porcentaje de la población opta por comprar quincenal, con un 28%, lo que genera movimiento de usuarios los fines de semana estas compras se realizan en mayor cantidad, por el transcurso de tiempo que regresan los clientes para abastecerse de productos alimenticios.

6. ¿Cuál es el principal motivo de su visita al mercado?

Compra de alimentos	233
C. de productos de limpieza	22
Encuentros sociales	8
Otros (especificar)	13
Total	276

■ Compra de alimentos
■ C. de productos de limpieza
■ Encuentros sociales
■ Otros (especificar)

De 276 encuestas que representa el 100%, el 84% visita el mercado Mayorista principalmente para la compra de alimentos indica que este es el eje central de las actividades del mercado. Los alimentos, incluyendo frutas, verduras, carnes y otros productos frescos, son los productos más demandados.

7. ¿Qué factores considera importantes al momento de adquirir sus productos?

Variedad de productos	239
Limpieza	97
Seguridad	106
Infraestructura	180
Espacio público	120
Otros (especificar)	6
Total	276

■ Variedad de productos
■ Limpieza
■ Seguridad
■ Infraestructura
■ Espacio público
■ Otros (especificar)

De 276 encuestas que representan el 100% realizadas a los clientes del mercado Mayorista, el factor que mayor importancia tiene al momento de adquirir productos es el de variedad de productos, con un 86.6%, mientras que el 65.2% dice que el factor importante para adquirir productos es tener una correcta infraestructura. Estos resultados indican que los usuarios tienen la necesidad de tener espacios comerciales visualmente atractivos y que sean funcionales, para que se pueda tener mayor afluencia de compradores.

8. ¿Califica las condiciones de higiene del Mercado Mayorista?

Satisfecho	18
Neutral	105
Insatisfecho	153
Total	276

■ Satisfecho
■ Neutral
■ Insatisfecho

De 276 encuestas que representan el 100% realizadas a los clientes del mercado Mayorista, el factor que influye es del 55%, que esta insatisfecho con las condiciones de higiene del mercado mientras el 38% se mantiene de forma neutral. Estos resultados indican que los usuarios tienen una mala percepción del mercado como un lugar insalubre para realizar la compra de productos porque puede influir en la calidad de los productos que se comercializan.

9. ¿Cómo calificaría la infraestructura del mercado Mayorista?

Satisfecho	32
Neutral	115
Insatisfecho	129
Total	276

■ Satisfecho
■ Neutral
■ Insatisfecho

De un total de 276 encuestas realizadas a los clientes del mercado Mayorista, que representan la totalidad de la muestra, se ha identificado que el 47% de los encuestados se siente insatisfecho con la infraestructura existente. En contraste, un 42% adopta una postura neutral respecto a este aspecto. Esto sugiere que los usuarios perciben diversos problemas estructurales evidentes, tales como la falta de mantenimiento, lo cual no satisface las necesidades ni la funcionalidad esperada de una infraestructura de mercado.

10. ¿Se siente seguro mientras realiza sus compras en el mercado?

Seguro	44
Neutral	110
Inseguro	122
Total	276

■ Seguro
■ Neutral
■ Inseguro

De 276 encuestas que representan el 100% realizadas a los clientes del mercado Mayorista, el factor que influye es del 44%, que califica que se encuentra inseguro mientras realiza las compras, mientras que el 40% se mantiene de forma neutral. Por lo cual se puede decir que hay una preocupación significativa entre los clientes respecto a su seguridad personal mientras están en el espacio comercial. Este factor puede influir negativamente en la experiencia de compra y en la frecuencia con la que los clientes eligen visitar el mercado para comprar los productos de primera necesidad.

11. ¿Qué espacios del mercado considera que necesitan mejoras?

Limpieza y mantenimiento	205
Infraestructura y espacios	195
Seguridad	126
Señalización	90
Otros (especificar)	30
Total	276

■ Limpieza y mantenimiento
■ Infraestructura y espacios
■ Seguridad
■ Señalización
■ Otros (especificar)

De 276 encuestas que representan el 100% realizadas a los clientes del mercado Mayorista, los espacios que necesitan mejoras son de mantenimiento y limpieza con un 74.3%, mientras el 70.7% dice que necesita mejoras en infraestructura y espacios. Estos resultados indican que se debe realizar mejoras para un correcto funcionamiento del mercado tanto en limpieza y mantenimiento porque se genera una relación directa en la percepción del cliente al momento de querer comprar los productos alimenticios.

12. ¿Qué tipo de espacios le gustaría que incluyera el rediseño del Mercado Mayorista?

Servicio Médico	129	46.7%
Guardería	102	37.0%
Venta de artesanías	108	39.1%
Espacio público	163	59.1%
Parqueaderos públicos	175	63.4%
Otros (especificar)	32	11.6%
Total	276	

■ Servicio Médico
■ Guardería
■ Venta de artesanías
■ Espacio público
■ Parqueaderos públicos
■ Otros (especificar)

De las 276 encuestas que constituyen el 100% de las realizadas a los clientes del mercado Mayorista, se desprende que el 63.4% desea la inclusión de estacionamientos públicos en el rediseño del mercado. Además, un 59.1% considera importante la creación de espacios públicos. Estos resultados indican que la mayoría de los clientes prefiere tener acceso a lugares cercanos para estacionar sus vehículos, tanto por la conveniencia al cargar sus compras como por motivos de seguridad. Asimismo, la generación de espacios públicos se presenta como esencial debido a la carencia de áreas

Anexo 2: Resultado de encuestas a comerciantes del Mercado Mayorista

3

RESULTADOS DE ENCUESTAS DE COMERCIANTES DEL MERCADO MAYORISTA

1 Género

Masculino	18
Femenino	242

■ Masculino
■ Femenino

De un total de 260 encuestas, que equivalen al 100% de los vendedores del mercado mayorista, se observa que la mayoría de los vendedores son mujeres, alcanzando un 85%, mientras que solo un 15% son hombres. El aumento en la participación femenina podría indicar la necesidad de adaptar los espacios laborales a las particularidades de las vendedoras. Este aspecto sería crucial para desarrollar áreas de almacenamiento que cuenten con condiciones funcionales y confortables para el sector de ventas.

2 Edad

18 a 24	30
25 a 45	122
46 a más	108

■ 18 a 24
■ 25 a 45
■ 46 a más

De 260 encuestas, que representa el 100% la edad de las vendedoras de productos del mercado mayorista es de 25 a 45 años son personas responsables de mantener hogares y familias, por lo que se dedican a la venta de productos, otro porcentaje de la población que también predomina tiene una edad de 46 a más años. Estos resultados indican que ambos grupos son responsables de mantener sus hogares y familias, lo que implica una gran dedicación y esfuerzo en su trabajo diario.

3. ¿Cómo se moviliza para llegar al Mercado Mayorista de Latacunga?

Vehículo propio	162
Bus	4
Taxi	3
Camioneta	71

■ Vehículo propio
■ Bus
■ Taxi
■ Camioneta

De las 260 encuestas realizadas, que corresponden al 100%, se observa que el medio de transporte más utilizado para llevar productos al mercado mayorista es el vehículo personal, con un 70% de preferencia. Un 36% de los encuestados opta por utilizar camionetas. Estos resultados ponen de manifiesto los problemas de movilidad que se presentan en las mañanas, dificultando el desplazamiento de las personas y generando congestión en las vías principales de acceso al mercado mayorista. Esto resalta la necesidad urgente de contar con un área adecuada para carga y descarga, facilitando así la entrega de los productos destinados a la venta.

4. ¿Qué tan accesible encuentra el mercado para sus clientes?

Satisfecho	10
Neutral	93
Insatisfecho	157

■ Satisfecho
■ Neutral
■ Insatisfecho

De las 260 encuestas, que equivalen al 100%, realizadas a los vendedores del Mercado Mayorista, el 60% expresa insatisfacción respecto a la accesibilidad del mercado, mientras que el 36% considera que la accesibilidad es neutral. Estos hallazgos evidencian las dificultades de circulación que enfrenta el mercado para facilitar a los compradores la adquisición de productos alimenticios.

5. ¿Cuáles son las horas de mayor afluencia de clientes?

Mañana	162
Medio día	58
Tarde	20

■ Mañana
■ Medio día
■ Tarde

De un total de 260 encuestas, que constituyen el 100% de las respuestas obtenidas de los vendedores del Mercado Mayorista, se observa que la mayor afluencia de clientes ocurre por la mañana, con un 70%. En contraste, el 22% de los encuestados indica que los compradores suelen acudir al mediodía. Estos resultados revelan las dificultades en la movilidad durante las horas matutinas, lo cual dificulta el acceso fácil al mercado mayorista para los clientes.

6. ¿Con qué frecuencia vende usted en el mercado Mayorista de Latacunga?

Pasando un día	229
Semanal	23
Quincenal	8

■ Pasando un día
■ Semanal
■ Quincenal

De un total de 260 encuestas, que constituyen el 100%, realizadas a los vendedores del Mercado Mayorista, se observa que el 88% comercializa sus productos únicamente un día a la semana. Esto indica que las ventas se concentran en los días de feria, lo cual provoca congestión vehicular en las inmediaciones del mercado, complicando tanto el acceso peatonal como vehicular.

3

7. ¿Qué tipo de productos usted comercializa?

Frutas y verduras	145
Comida	28
Cárnicos y mariscos	35
Lácteos y embutido	25
Otros	77

■ Frutas y verduras
■ Comida
■ Cárnicos y mariscos
■ Lácteos y embutido
■ Otros

De 260 encuestas, que representa el 100%, realizadas a los vendedores del Mercado Mayorista; el producto que más se comercializa en el mercado mayorista son frutas y verduras 56%, mientras que con el 13% está la venta de cárnicos y mariscos. Estos resultados nos quieren decir que hay gran variedad de productos que se comercializan en el mercado lo que hace generar espacios flexibles que cumplan con la necesidad de los vendedores, buscando generar un correcto manejo a la hora de almacenar y vender los productos alimenticios.

8. ¿Cómo evalúa la funcionalidad de su espacio de venta, ubicación, tamaño, iluminación etc.?

Satisfecho	9
Neutral	78
Insatisfecho	173

■ Satisfecho
■ Neutral
■ Insatisfecho

De un total de 260 encuestas, que representan el 100%, realizadas a los vendedores del Mercado Mayorista, se observa que el 67% califica como insatisfactoria la funcionalidad del espacio de venta. Por otro lado, el 31% considera que los espacios son neutrales. Estos resultados indican que las áreas de venta no son adecuadas; carecen de las dimensiones mínimas requeridas para la comercialización de productos y no disponen de circulaciones apropiadas, lo que complica el movimiento de los compradores entre diferentes zonas.

9. ¿Cómo evaluaría la calidad de limpieza y mantenimiento en el mercado Mayorista de Latacunga?

Satisfecho	9
Neutral	67
Insatisfecho	184

■ Satisfecho
■ Neutral
■ Insatisfecho

De un total de 260 encuestas, que constituyen el 100%, realizadas a los vendedores del Mercado Mayorista, se observa que un 69% califica a calidad de limpieza y mantenimiento como insatisfactoria. Por otro lado, un 26% se manifiesta como neutral respecto a este aspecto. Esto indica una inadecuada gestión de los residuos generados por el mercado, lo que resulta en contaminación ambiental y visual, y puede representar riesgos para la salud de los compradores.

10. ¿Está satisfecho con los servicios básicos agua, electricidad, servicios sanitarios en el mercado?

Satisfecho	13
Neutral	55
Insatisfecho	192

■ Satisfecho
■ Neutral
■ Insatisfecho

De 260 encuestas, que representa el 100%, realizadas a los vendedores del Mercado Mayorista; el factor que influye es de 74%, que califica de insatisfecho a los servicios básicos de agua, electricidad, servicios sanitarios, mientras que con el 21% dice que es neutral. Esto nos quiere decir que en algunos espacios no cuentan con electricidad lo que dificulta en la madrugada descargar los productos que se van a vender, tampoco los servicios sanitarios no cuentan con una adecuada distribución del espacio y tienen problemas de limpieza.

11. ¿Qué tipo de servicios le gustaría que incluyera en el rediseño del Mercado Mayorista?

Servicio Médico	150	57.7%
Guardería	85	32.7%
Venta de artesanías	95	36.5%
Espacio público	188	72.3%
Parqueaderos públicos	175	67.3%
Otros (especificar)	22	8.5%

Total de respuestas: 715



De 260 encuestas realizadas a los vendedores del mercado Mayorista; los espacios que les gustaría en el rediseño del mercado sería la implementación de espacios públicos con un 72.3%, mientras que el 67.3% le gusta zonas de parqueaderos públicos. Estos resultados indican que la mayoría de vendedores tienen la necesidad de espacios públicos esto se debe a la falta de áreas verdes en el entorno del mercado, falta de zonas de esparcimiento, espacios de cohesión social para los vendedores y compradores. También la falta de parqueaderos públicos para que los clientes y vendedores puedan transportar con facilidad los productos alimenticios, generando espacios con fácil accesibilidad a momento de entrar y salir del mercado mayorista.

12. ¿Considera que sea importante abrir el mercado para que tenga atención todos los días?

Importante	188
Neutral	44
Poco importante	28

■ Importante
■ Neutral
■ Poco importante

De 260 encuestas, que representa el 100%, realizadas a los vendedores del Mercado Mayorista; el factor que influye es de 72%, que dicen que es importante que tenga atención todos los días el mercado Mayorista. Estos resultados indican que con la generación de espacios funcionales y accesibles para todas las personas, pueden vincular a mayor número de compradores convirtiendo al mercado como un eje articulador en la ciudad que fomente la compra y venta de productos.

Renders exteriores

Conexión del mercado zonal con el paseo peatonal.



Mercado de flores



Vista aérea del mercado zonal



Área de carga y descarga



Hall de acceso



Paseo botánico



Renders interiores

Mercado de frutas



Mercado de flores



Hall de acceso centro de interpretación



Área de exhibición de flores

