



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE DISEÑO Y ARQUITECTURA
CARRERA DE ARQUITECTURA

**Tema: Intervención urbano-arquitectónica del Mercado Municipal del
cantón Carlos Julio Arosemena Tola**

Modalidad Proyecto Integrador

Trabajo de Titulación, previo a la obtención del Título de Arquitecto,
otorgado por la Universidad Técnica de Ambato

Autor/a: Edwin David Cayambe Yaguachi

Tutor/a: Arq. Mg. Verónica Alexandra Castro Martín

Ambato - Ecuador

Febrero – 2025

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Titulación sobre el tema:

Intervención urbano-arquitectónica del Mercado Municipal del cantón Carlos Julio Arosemena Tola

del/la alumno/a Edwin David Cayambe Yaguachi, estudiante de la carrera de Arquitectura, considero que dicho Trabajo de Titulación bajo la Modalidad de Proyecto integrador ha sido revisado en su totalidad, el mismo que responde a las normas establecidas en el Reglamento para la Titulación de Grado en la Universidad Técnica de Ambato.

Por lo tanto, autorizo la presentación del mismo, ante el organismo pertinente para ser sometido a la evaluación de los profesores calificadores designado por el H. Consejo Directivo de la Facultad.

Ambato, febrero 2025



.....
Verónica Alexandra Castro Martín

C.C.: 1804338703

TUTOR(A)

AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, Edwin David Cayambe Yaguachi con cédula de ciudadanía No 1600724742, declaro que los criterios emitidos en el trabajo de titulación, modalidad proyecto integrador bajo el tema: **Intervención urbano-arquitectónica del Mercado Municipal del cantón Carlos Julio Arosemena Tola**, así como también los contenidos presentados, ideas, análisis, síntesis de datos y conclusiones, son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autor/a de este trabajo de Titulación

Ambato, febrero 2025



.....
Edwin David Cayambe Yaguachi

C.C.: 1600724742

AUTOR(A)

DERECHOS DE AUTOR

Yo, , Edwin David Cayambe Yaguachi con C.C.: 1600724742 en calidad de autor/a y titular de los derechos morales y patrimoniales del trabajo de titulación **TEMA: INTERVENCIÓN URBANO-ARQUITECTÓNICA DEL MERCADO MUNICIPAL DEL CANTÓN CARLOS JULIO AROSEMENA TOLA**, autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este trabajo de titulación o parte de él, un documento disponible con fines netamente académicos para su lectura, consulta y procesos de investigación.

Cedo una licencia gratuita e intransferible, así como los derechos patrimoniales de mi Trabajo de Titulación a favor de la Universidad Técnica de Ambato con fines de difusión pública; y se realice su publicación en el repositorio institucional de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, siempre y cuando no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autor/a.

Ambato, febrero 2025



.....
Edwin David Cayambe Yaguachi

C.C.: 1600724742

AUTOR(A)

TRIBUNAL DE GRADO

Los miembros del Tribunal de Grado del Trabajo de Titulación, Modalidad Proyecto Integrador sobre el **TEMA: INTERVENCIÓN URBANO-ARQUITECTÓNICA DEL MERCADO MUNICIPAL DEL CANTÓN CARLOS JULIO AROSEMENA TOLA** de Edwin David Cayambe Yaguachi, estudiante de la carrera de Arquitectura, de la Facultad de Diseño y Arquitectura de conformidad con el Reglamento para la Titulación de Grado para obtener el título terminal de Tercer Nivel de la Universidad Técnica de Ambato, una vez revisado y calificado

Ambato, febrero 2025

Para constancia firman:

Título. Nombres y Apellidos

PRESIDENTE

C.C.:

Título. Nombres Apellidos

MIEMBRO TRIBUNAL DE GRADO

C.C.:

Título. Nombres Apellidos

MIEMBRO TRIBUNAL DE GRADO

C.C.:

DEDICATORIA

Este trabajo va dedicado a mis padres, quienes han sido mi mayor inspiración y sostén a lo largo de toda mi vida. Su amor incondicional, sacrificio y valores han sido el faro que me ha guiado en este camino académico. Cada logro alcanzado en esta tesis es también suyo, por haberme enseñado el valor del esfuerzo y la perseverancia.

A mis hermanos, mis confidentes y compañeros de aventuras, por estar siempre a mi lado, brindándome su apoyo y ánimo en los momentos de duda y cansancio. Su presencia ha hecho este viaje mucho más significativo y llevadero.

Edwin David Cayambe Yaguachi

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, quiero agradecer a Dios por darme salud y bienestar para vivir de la mejor manera esta etapa de mi vida y dar siempre lo mejor de mí.

A mis padres, Rosa Yaguachi y Patricio Cayambe por su amor, comprensión y paciencia, por ser mi soporte y fuente inagotable de apoyo, por guiarme incansablemente, sacrificándose sin medida y darme las fuerzas necesarias para seguir alcanzando mis metas, ¡Lo estoy logrando papis, y todo gracias a ustedes!

A mi tutor de tesis, Verónica Castro, por su guía experta y constante apoyo a lo largo de todo el proceso de investigación y redacción del proyecto. Sus comentarios perspicaces y su orientación fueron fundamentales para dar forma y enriquecer este trabajo.

Edwin David Cayambe Yaguachi

ÍNDICE DE GENERAL

PORTADA.....	i
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA.....	iii
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR.....	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO	vii
ÍNDICE GENERAL.....	viii
ÍNDICE DE FIGURAS	xii
ÍNDICE DE TABLAS.....	xv
RESUMEN EJECUTIVO.....	xvi
ABSTRACT.....	xii

ÍNDICE DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	3
MARCO REFERENCIAL / CONCEPTUALIZACIÓN.....	3
1.1. Antecedentes	3
1.3. Planteamiento del problema	5
1.4. Justificación.....	8
1.5. Objetivos	9
1.6. Estado de la cuestión o estado del arte	9
1.6.1. Mercados o centros de abastecimientos de las ciudades - estudio de casos.....	10
1.6.2. Investigación de estrategias de diseño y rediseño aplicables	21
1.6.2.1. Estrategias de rediseño aplicables en base al estudio de casos	21
1.6.2.2. Estrategias de diseño urbano.	22
1.7. Marco conceptual	23
1.7.1. Espacio Publico	24
1.7.2. Arquitectura	24
1.7.3. Mercado de abastos	25
1.7.4. Conceptualización Arquitectónica.....	27
1.7.5. Módulos de comercio	27
1.7.6. Ergonomía	27
1.7.7. Rehabilitación de espacios	27
1.7.8. Economía local	28
1.7.9. Identidad Urbana	28
1.8. Marco histórico.....	28

1.8.1 Origen de la parroquia Arosemena Tola	28
1.8.2 Cantonización de Carlos Julio Arosemena Tola	29
1.8.3 El Mercado Municipal.....	29
1.9. Marco Legal	31
CAPITULO II	33
DISEÑO METODOLOGICO	33
2.1. Aproximación al Método (Metodología de la Investigación)	33
2.1.1. Enfoque de la investigación	33
2.1.2. Nivel de investigación	34
2.1.3 Modalidad de la investigación.....	35
2.2. Población, muestra y muestreo.....	36
2.2.1. Población	36
2.2.2. Muestra y muestreo	36
2.3. Técnicas o Herramientas de análisis.....	38
CAPITULO III.....	50
INVESTIGACION DE CONTEXTO - DIAGNÓSTICO	50
3.1. Análisis externo	50
3.1.1. Análisis político y legal	50
3.1.2. Contexto económico.....	51
3.1.3. Contexto social	52
3.2. Análisis interno.....	52
3.2.1 Fortalezas.....	53
3.2.2 Oportunidades	53
3.2.3 Debilidades	54

3.2.4 Amenazas	54
3.3. Resultados por objetivos.	55
3.2. Análisis del Contexto	55
3.2.1. Ubicación.....	56
3.2.2. Análisis a escala Meso.....	57
3.2.3. Análisis a escala Micro.....	65
3.2.4. Análisis arquitectónico	69
3.2.4.1. Análisis Funcional.....	69
3.2.4.2. Análisis constructivo	75
3.2.4.3. Análisis de condiciones internas del mercado.....	80
3.2.4.4 Conclusiones	81
CAPITULO IV	83
DESARROLLO DE LA PROPUESTA.....	83
4.1. Concepto.....	83
4.2. Estrategias	84
4.3. Proceso Proyectual	88
4.3.1 Programa arquitectónico.....	90
CAPITULO V	104
CONCLUSIONES	104
5.1 Conclusiones	104
REFERENCIAS	106
ANEXOS	109

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. <i>Mercado Municipal de Arosemena Tola 2016. GADM CJAT (2024).</i>	1
Figura 2. <i>Mapa de ubicación. Elaboración propia (2024).</i>	3
Figura 3. <i>Zonificación actual del mercado. Elaboración propia (2024).</i>	4
Figura 4. <i>Mercado Municipal después de su readaptación de espacios en el 2024. Elaboración propia (2024).</i>	7
Figura 5. <i>Árbol de problemas. Elaboración propia (2024).</i>	7
Figura 6. <i>Actual Mercado Municipal de Baza. Alda (2020).</i>	10
Figura 7. <i>Antiguo Mercado Municipal de Baza. Alda (2020).</i>	11
Figura 8. <i>Planta baja y subsuelo proyectado. Ácrono Arquitectura (2020).</i>	13
Figura 9. <i>Exteriores del Mercado del Río. Restrepo (2017).</i>	14
Figura 10. <i>Vista aérea del Mercado del Río. Restrepo (2017).</i>	15
Figura 11. <i>Planta baja del Mercado del Río. Restrepo (2017).</i>	16
Figura 12. <i>Planta alta del Mercado del Río. Restrepo (2017).</i>	16
Figura 13. <i>Mercado mané. França (2022).</i>	17
Figura 14. <i>Periferias del mercado Mané. França (2022).</i>	19
Figura 15. <i>Interiores del mercado Mané. França (2022).</i>	19
Figura 16. <i>Estrategias de diseño y rediseño aplicables. Elaboración propia (2024).</i> ...	21
Figura 17. <i>Estrategias de rediseño en base a estudios de casos. Elaboración propia (2024).</i>	22
Figura 18. <i>Estrategias de diseño urbano en una escala más humana. Elaboración propia (2024).</i>	23
Figura 19. <i>Áreas que componen un mercado. Elaboración propia (2024).</i>	26
Figura 20. <i>Normativa PITU(C)-09. PUGS CJAT. (2022).</i>	32
Figura 21. <i>Formato para el levantamiento fotográfico. Elaboración propia (2024).</i>	40
Figura 22. <i>Formato para el diario de observación. Elaboración propia (2024).</i>	41
Figura 23. <i>Formato para el levantamiento de condiciones actuales de los elementos arquitectónicos y estructurales del Mercado Municipal. Elaboración propia (2024).</i> ...	42
Figura 24. <i>Formato para las encuestas a usuarios (vendedores) del mercado. Elaboración propia (2024).</i>	45

Figura 25. <i>Formato para las encuestas a clientes del mercado. Elaboración propia (2024).</i>	48
Figura 26. <i>Organigrama de gestión del mercado. Elaboración propia. (2024).</i>	50
Figura 27. <i>Análisis FODA. Elaboración propia. (2024).</i>	52
Figura 28. <i>Ubicación del Mercado Municipal de Carlos Julio Arosemena Tola. Elaboración propia. (2024).</i>	56
Figura 29. <i>Organización territorial del Cantón CJAT por polígonos de intervención. Elaboración propia. (2024).</i>	57
Figura 30. <i>Tratamiento urbano y consolidación de la cabecera cantonal de CJAT. Elaboración propia (2024).</i>	58
Figura 31. <i>Área amanzanada y dispersa. Elaboración propia (2024).</i>	59
Figura 32. <i>Uso de suelo en la cabecera cantonal. Elaboración propia (2024).</i>	60
Figura 33. <i>Uso de suelo en la cabecera cantonal. Elaboración propia (2024).</i>	61
Figura 34. <i>Mapa de equipamientos. Elaboración propia (2024).</i>	62
Figura 35. <i>Vialidad de la cabecera cantonal CJAT. Elaboración propia (2024).</i>	65
Figura 36. <i>Axonometría y corte de la topografía. Elaboración propia. (2024).</i>	66
Figura 37. <i>Entorno construido. Elaboración propia. (2024).</i>	66
Figura 38. <i>Diagrama de accesibilidad y movilidad en el mercado. Elaboración propia. (2024).</i>	67
Figura 39. <i>Esquema a partir del diario de información. Elaboración propia. (2024).</i> ...	68
Figura 40. <i>Planta de accesos al mercado. Elaboración propia. (2024).</i>	71
Figura 41. <i>Zonificación. Elaboración propia. (2024).</i>	71
Figura 42. <i>Parada de bus. Elaboración propia. (2024).</i>	72
Figura 43. <i>Estacionamiento. Elaboración propia. (2024).</i>	72
Figura 44. <i>Canchas de vóley. Elaboración propia. (2024).</i>	73
Figura 45. <i>Juegos infantiles. Elaboración propia. (2024).</i>	73
Figura 46. <i>Zona de frutas y verduras. Elaboración propia (2024).</i>	73
Figura 47. <i>Área Gastronómica Elaboración propia (2024).</i>	74
Figura 48. <i>Plaza de feria libre. Elaboración propia. (2024).</i>	74
Figura 49. <i>Módulos comerciales exteriores e interiores. Elaboración propia. (2024).</i> .	75

Figura 50. <i>Baños. Elaboración propia. (2024).</i>	75
Figura 51. <i>Sistema estructural del edificio del mercado. Elaboración propia (2024).</i> ..	76
Figura 52. <i>Sistema estructural de los espacios techados. Elaboración propia (2024).</i> .	76
Figura 53. <i>Cubierta de la estructura principal y las adosadas. Elaboración propia (2024).</i>	77
Figura 54. <i>Axonometría de elementos arquitectónicos y corte. Elaboración propia. (2024).</i>	78
Figura 55. <i>Análisis solar. Elaboración propia. (2024).</i>	80
Figura 56. <i>Análisis de vientos. Elaboración propia. (2024).</i>	81
Figura 57. <i>Concepto. Elaboración propia (2024).</i>	83
Figura 58. <i>Transformación del concepto. Elaboración propia (2024).</i>	84
Figura 59. <i>Eliminación de barrera arquitectónicas. Elaboración propia (2024).</i>	85
Figura 60. <i>Relaciones e interacciones espaciales. Elaboración propia (2024).</i>	85
Figura 61. <i>Módulo comercial. Elaboración propia (2024).</i>	86
Figura 62. <i>Relación del espacio con su entorno social y físico. Elaboración propia (2024).</i>	87
Figura 63. <i>Espacio público de estancia. Elaboración propia (2024).</i>	87
Figura 64. <i>Espacio público, de espera. Elaboración propia (2024).</i>	88
Figura 65. <i>Proceso Proyectual. Elaboración propia (2024).</i>	89

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Grupos focales de recolección de información</i>	37
Tabla 2 <i>Técnicas y herramientas planteados por objetivos</i>	38
Tabla 3 <i>Datos informativos del Mercado Municipal de Temuco</i>	63
Tabla 4 <i>Programa arquitectónico de la zona de espacio público (Cancha deportiva) ..</i>	70
Tabla 5 <i>Programa arquitectónico de la zona de servicios (Cuarto de limpieza)</i>	90
Tabla 6 <i>Programa arquitectónico de la zona de servicios (Baños).....</i>	91
Tabla 7 <i>Programa arquitectónico de la zona de servicios (Cuarto de lavado de productos)</i>	92
Tabla 8 <i>Programa arquitectónico de la zona de gastronomía (Módulos de preparación y venta de alimentos).....</i>	93
Tabla 9 <i>Programa arquitectónico de la zona de gastronomía (Espacio para servirse los alimentos).....</i>	94
Tabla 10 <i>Programa arquitectónico de la zona de gastronomía (Módulo de venta de jugos y bebidas)</i>	95
Tabla 11 <i>Programa arquitectónico de la zona de Venta de productos (Módulo de venta de frutas y verduras)</i>	96
Tabla 12 <i>Programa arquitectónico de la zona de Venta de productos (Módulo de venta de productos alimenticios no perecibles).....</i>	97
Tabla 13 <i>Programa arquitectónico de la zona de Venta de productos (Módulo de venta de productos del hogar)</i>	98
Tabla 14 <i>Programa arquitectónico de la zona de espacio público (Juegos infantiles) ..</i>	99
Tabla 15 <i>Programa arquitectónico de la zona de espacio público (Cancha deportiva)</i>	100
Tabla 16 <i>Programa arquitectónico de la zona de espacio público (Plaza).....</i>	101
Tabla 17 <i>Programa arquitectónico de la zona de espacio público (Parada de bus) ...</i>	102
Tabla 18 <i>Programa arquitectónico de la zona de espacio público (Estacionamiento)</i>	103

RESUMEN EJECUTIVO

Los mercados de abastos municipales desempeñan un papel crucial en la articulación de los entornos urbanos y rurales, ya que estos espacios no solo abastecen de alimentos y bienes básicos a la ciudad, sino que también fomentan la cohesión social y las dinámicas sociales, por ende, su adaptación a los nuevos tiempos y formas de consumo se convierten en una prioridad.

En el caso del Cantón Arosemena Tola el mercado Municipal, debido a una deficiencia tipológica y funcional ha ido perdiendo su valor como un elemento de desarrollo económico y de cohesión social, por lo que ha sufrido una cierta relegación y abandono, tanto por parte de los consumidores como vendedores, por lo que se vuelve imprescindible rediseñar el mercado, solventando sus problemáticas y buscando adaptarlo a la nueva realidad local.

En este sentido, se realiza una investigación de enfoque metodológico cualitativo con un alcance de investigación de nivel exploratorio y descriptivo donde se aplican técnicas de recopilación de información, que involucran revisiones documentales como libros, artículos, proyectos y sobre todo trabajo y observación de campo para conocer de primera mano la realidad del mercado, para lo cual se ha aplicado herramientas como entrevistas, análisis de resultados fichas de observación, mapeos, esquemas y levantamiento fotográfico.

Como resultado, el proyecto de intervención planteado se solventa mediante la aplicación de estrategias de rediseño sostenibles, donde se plantea una nueva tipología, concepto y relación del mercado con el entorno, incidiendo en la permeabilidad, visibilidad, iluminación, ventilación y confort del equipamiento.

DESCRIPTORES: ESPACIO PÚBLICO, MERCADO, REDISEÑO, ARQUITECTURA.

ABSTRACT

Municipal markets play a crucial role in connecting urban and rural environments, as these spaces not only supply food and basic goods to the city, but also promote social cohesion and social dynamics. Therefore, adapting them to new times and consumption patterns becomes a priority.

In the case of the Arosemena Tola Canton, the Municipal Market, due to a typological and functional deficiency, has been losing its value as an element of economic development and social cohesion. As a result, it has suffered a certain degree of neglect and abandonment by both consumers and vendors. Thus, it becomes essential to redesign the market, addressing its issues and adapting it to the new local reality.

In this sense, a qualitative methodological research is conducted with an exploratory and descriptive research scope, where information gathering techniques are applied, involving document reviews such as books, articles, projects, and especially fieldwork and observation to understand the market's reality firsthand. Tools such as interviews, result analysis, observation sheets, mapping, diagrams, and photographic surveys have been applied.

As a result, the proposed intervention project is addressed through the application of sustainable redesign strategies, where a new typology, concept, and relationship between the market and its surroundings are proposed, focusing on permeability, visibility, lighting, ventilation, and comfort of the facility.

KEYWORDS: PUBLIC SPACE, MARKET, REDESIGN, ARCHITECTURE.

INTRODUCCIÓN

Los mercados de abastos son concebidos como centros de abastecimiento de las ciudades y se han convertido en elementos clave para el desarrollo y crecimiento económico de las mismas. Se desempeñan como elementos focales, donde las actividades de intercambio económico se han vuelto trascendentales para el desenvolvimiento y la sostenibilidad de las dinámicas sociales (Robles, 2014)

Robles (2014) menciona que los mercados tienen su origen en el espacio público, por lo que a menudo son percibidos como sitios de socialización, debido a que son lugares de cohesión social que organizan la vida de una ciudad, generando características identitarias que dan un “sentido de lugar” a un barrio o una zona urbana. Sin embargo, la percepción de las personas hacia este tipo de infraestructuras suele ser negativa, ya que se asocian con desorden y falta de atención, considerándolos frecuentemente como espacios deteriorados que generan problemas de higiene y movilidad.



Figura 1. *Mercado Municipal de Arosemena Tola 2016. GADM CJAT (2024).*

El Mercado Municipal de Arosemena Tola, se ubica en el barrio central de Arosemena Tola, el cual se sitúa en la parte céntrica del cantón. De acuerdo al Sr. Octavio Márquez este proyecto se llevó a cabo en el periodo administrativo del ex alcalde Luis Rodrigo Caiza en el año 2008. En su momento, el mercado se llevó a cabo con el objetivo de asignar un lugar propicio para los comerciantes que se tomaron la cancha cubierta central como espacio de comercio. Sin embargo, con el paso paulatino del tiempo este equipamiento se vio afectado por la incapacidad para satisfacer

correctamente las necesidades de sus usuarios, como resultado de una falta de planificación en la concepción del proyecto del mercado, la aplicación de un concepto poco permeable con el entorno que lo rodea y por los módulos de comercio que no abastecían las necesidades de sus usuarios. Esto llevó a algunos usuarios a abandonar sus puestos comerciales y a otros a buscar nuevas alternativas para ofrecer sus servicios, optando por adaptar los espacios que requerían en la pequeña plaza que conecta con la Av. Amazonas, la cual es una vía con un enorme potencial comercial.

Es importante mencionar que el Mercado Municipal del cantón Carlos Julio Arosemena Tola se ha desempeñado como un epicentro para el intercambio comercial y la convivencia social, puesto que abarca un concepto de espacio multifuncional, que involucra tanto actividades comerciales como recreativas, por ende, su importancia radica en el movimiento y la vida social que le aporta al cantón Carlos Julio Arosemena Tola, aunque con el pasar del tiempo esta característica se ha visto poco a poco en decadencia, debido a problemáticas funcionales en el espacio y el cambio de las dinámicas sociales.

En este sentido, debido a las problemáticas identificadas y las dinámicas que aporta el mercado en el cantón se ve la necesidad de intervenir en el mercado, adaptarlo a las necesidades tanto espaciales como funcionales de sus usuarios para que pueda seguir manteniéndose como un epicentro del intercambio comercial y un espacio de encuentro social.

CAPÍTULO I

MARCO REFERENCIAL / CONCEPTUALIZACIÓN

1.1. Antecedentes

Los mercados de abastos en el Ecuador, en los últimos años se han convertido en elementos susceptibles a transformaciones, lo cual puede ser explicado desde diferentes perspectivas y enfoques. Primero desde el ámbito social, los mercados se han visto afectados por las variaciones en las dinámicas y actividades de los usuarios que hacen uso del equipamiento. Segundo desde el enfoque de los cambios físicos y espaciales del contexto como un efecto de su obsolescencia, por lo cual se requiere de transformaciones e intervenciones de renovación del espacio o su revitalización (Briones Orellana et al ,2021). En el caso del Mercado Municipal de Carlos Julio Arosemena Tola, se ha convertido en una infraestructura que requiere una transformación de revitalización.

El Mercado Municipal, se encuentra ubicado en la provincia de Napo, en el cantón Carlos Julio Arosemena Tola, en la parroquia homónima, en la Av. Amazonas, entre las calles Imbabura y Pichincha. Dicho mercado, fue construido en el año 2008, dentro del periodo administrativo 2005-2009, del Sr. Luis Rodrigo Caiza Curipallo, el cual atendería la necesidad de un espacio adecuado donde los productores locales y provinciales pudieran comercializar sus productos.

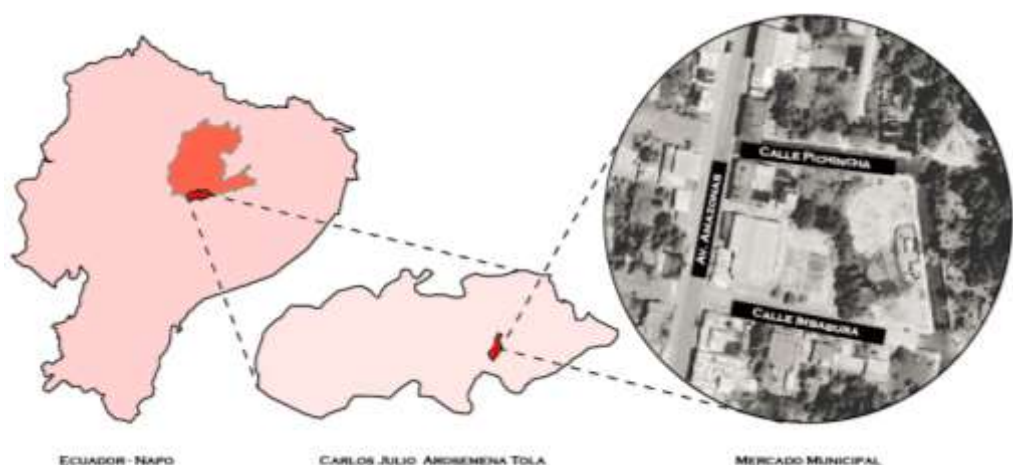


Figura 2. Mapa de ubicación. Elaboración propia (2024).

En un inicio las actividades de intercambio comercial se realizaban en la cancha Central de Arosemena Tola. Sin embargo, debido a la inconformidad mostrada por parte de los habitantes, fundamentada en los problemas de basura y olores que se generaban, los comerciantes tuvieron que ser reubicados y al no contar con la infraestructura adecuada para el desarrollo de dichas actividades, la administración decidió llevar a cabo el proyecto del Mercado Municipal.

El mercado en sus primeros años de funcionamiento, contaba con todos los módulos de comercio ocupados por los comerciantes locales. La infraestructura en su interior contaba con espacios enfocados netamente a la venta de productos, mientras que en el exterior se dispusieron de dos canchas de vóley, un área de juegos infantiles, un estacionamiento y una pequeña plaza equipada con mobiliario urbano. Sin embargo, con el paso del tiempo ante la poca rentabilidad que generaban los módulos de comercio interiores, estos se fueron abandonando paulatinamente y unos pocos comerciantes buscaron alternativas diferentes para seguir comercializando, por lo que optaron por adaptar el espacio de la plaza que conectaba directamente con la Av. Amazonas, transformándolo en una patio gastronómico, donde se dispuso de carpas, móviles, que posteriormente serían reemplazadas por estructuras techadas de elementos metálicos, lo que supuso la pérdida definitiva del espacio público de la plaza.

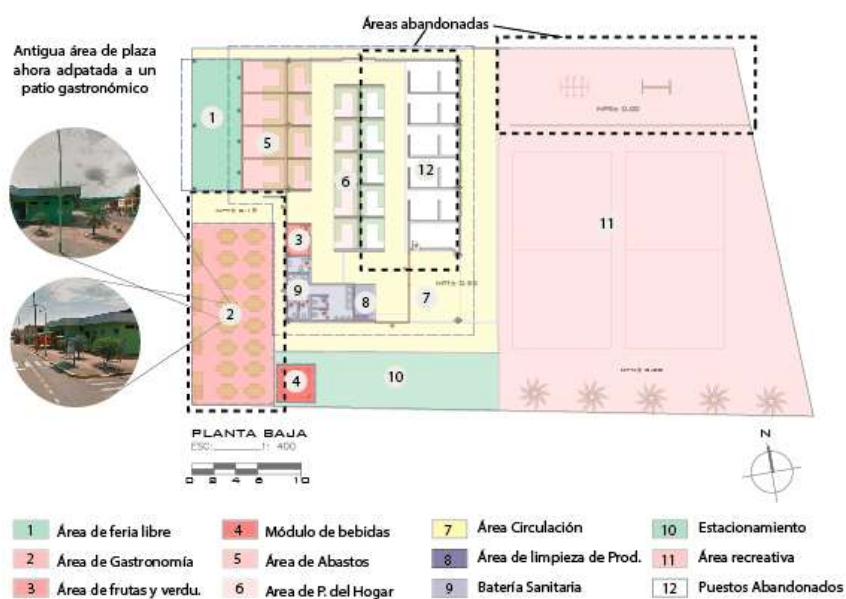


Figura 3. Zonificación actual del mercado. Elaboración propia (2024).

1.2. Alcance y enfoque

El proyecto se centra en el rediseño del Mercado Municipal de Carlos Julio Arosemena Tola, y de su contexto inmediato, con la intención de dar solución a las problemáticas identificadas tanto en el ámbito arquitectónico (forma y función) como urbano (aceras, espacio público, parada de bus). El alcance del proyecto se realiza mediante el levantamiento y análisis formal y funcional del estado actual del mercado y su contexto inmediato. Por lo tanto, se plantean los siguientes productos:

- Estudio conceptual y teórico de los como centros de abastecimiento
- Análisis de sitio, diagnóstico y levantamiento de información de las condiciones actuales del mercado
- Anteproyecto de la propuesta de intervención urbano-arquitectónica del Mercado Municipal

Enfoque: El desarrollo del proyecto se realiza bajo un enfoque cualitativo por el hecho de que se procede a recoger y analizar la información sobre las condiciones actuales de funcionamiento del mercado, así como elementos internos y externos que puedan suponer una influencia en el proceso proyectual del mercado. Esto se complementa con una investigación teórica que facilita la comprensión de conceptos y estrategias claves para brindar soluciones a las problemáticas identificadas y llevar a cabo el proceso proyectual de la intervención urbano-arquitectónica del mercado.

1.3. Planteamiento del problema

Robles (2014) menciona que los mercados de abastos como centros abastecedores de productos perecibles y no perecibles, es un concepto que entro en crisis en la década de los 80, cuando la pujanza de las grandes cadenas de distribución transnacional aprovecharon las ventajas fiscales y financieras para abarrotar el transporte y comercio internacional, significando una dura e implacable competencia para los pequeños productores y comerciantes autónomos, teniendo que en este sentido el concepto de mercado reinventarse a uno de espacio social y comercial resiliente, que necesita de la práctica de diferentes estrategias de comercio, abarcando aspectos sociales, culturales, de innovación, arquitectónicos y estéticos.

En el caso del Mercado Municipal del cantón Carlos Julio Arosemena Tola, al momento de su planificación se le concibe como una infraestructura de concepto cerrado, el cual internamente cuenta con módulos de comercio enfocados en acoger, distribuir y abastecer de productos perecibles y no perecibles, entre los que se incluyen productos alimenticios (cárnicos, agrícolas y procesados), productos de limpieza y productos del lugar. Adicional a la infraestructura, en la parte exterior se implementó espacios para actividades de uso público como lo son la plaza para el desarrollo de actividades recreativas (con enfoque en los niños) y deportivas (con enfoque en los jóvenes y adultos) como parte de una estrategia para generar interés en el espacio y atraer a la población, beneficiando de este modo a los comerciantes del mercado.

En sus primeros años de funcionamiento, este equipamiento cumplía su propósito, no obstante, con el paso del tiempo se hizo evidente la mala planificación del mismo. Problemáticas como la disminución en la afluencia de clientes al mercado, esto debido al concepto de diseño como edificación de concepto cerrado donde los ingresos son por las puertas en la construcción del equipamiento, ya que la poca accesibilidad y permeabilidad que presenta no permite una interacción fluida entre el mercado y su entorno urbano, lo que limita su integración con la comunidad y reduce su atractivo tanto para los comerciantes como para los clientes. También está el hecho de que actualmente se visualiza que el mercado en su distribución interna no estaba preparado para albergar determinadas actividades de comercio gastronómico, es el patio de comidas, por lo que se ha llevado a cabo una readaptación improvisada de los espacios existentes, transformando la plaza pública de la Av. Amazonas en una plaza gastronómica.

Otro de los problemas que se hicieron presente, tiene relación con el tamaño insuficiente de los módulos internos de comercio, lo cual ha sido un motivo de queja constante de los comerciantes, ya que estos no cumplen con las necesidades de espacio, afectando negativamente la operatividad y comodidad de los comerciantes. La falta de espacio suficiente no solo limita la capacidad de los comerciantes para ofrecer una variedad adecuada de productos, sino que también genera un entorno de trabajo incómodo y poco eficiente.

En cuanto a las áreas de uso recreativo se puede decir que desde su implementación han cumplido su objetivo, no obstante, la falta de mantenimiento de estos ha repercutido negativamente, en que estas zonas sean poco usadas, llegando incluso a un estado de abandono, lo cual es el caso del área de juegos infantiles.



Figura 4. Mercado Municipal después de su readaptación de espacios en el 2024.

Elaboración propia (2024).

En este sentido, se hace evidente la importancia de intervenir el mercado y así tratar de generar un espacio que sea multifuncional y que permita a los comerciantes tener una mayor probabilidad de rentabilidad en sus emprendimientos, además de permitir que las actividades de convivencia social tome un rol más protagónico y relevante. En síntesis, las problemáticas que se han identificado, giran en torno a la deficiencia tipológica y funcional del mercado Municipal de Arosemena Tola. A continuación, se presenta un árbol de problemas (Figura 4), donde se presentan las causas y consecuencias de dicho problema.



Figura 5. Árbol de problemas. *Elaboración propia (2024).*

1.4. Justificación

La intervención urbano-arquitectónica del Mercado Municipal de Carlos Julio Arosemena Tola tiene como **propósito** comprender y entender las necesidades de los usuarios y visitantes de su entorno inmediato, tomando esto como el eje central del proyecto para posteriormente proyectar una intervención de mejora tanto tipológica formal, como funcional del mercado. Los espacios que se espera desarrollar tienen un enfoque en la captación del interés visual del cliente para conseguir una mayor afluencia de la población y mejorar en las formas correctas de interacción usuario-cliente, con el fin de generar una calidad espacial óptima para que tanto usuarios como clientes tengan una buena experiencia en el mercado.

En este sentido la **importancia** del proyecto radica en revitalizar el espacio del Mercado Municipal de Arosemena Tola mediante una redistribución de espacios, buscando que estos puedan complementarse y beneficiarse mutuamente, ya que, actualmente existen áreas que son mucho más usadas que otras por los usuarios y clientes. El proyecto busca además captar el interés de los usuarios y generar un sentido de pertenencia en la gente del cantón.

Por lo tanto, el **impacto** que se busca a través de este proyecto es el rediseño, puesto que el actual concepto cerrado que maneja el mercado, está repercutiendo de forma negativa en la afluencia de clientes y sobre todo en el abandono por parte de los comerciantes, debido a la baja asistencia de gente al mercado en especial a los espacios interiores del edificio, que resulta poco rentable para los mismos, además cabe añadir el impacto funcional que se busca a través de una adaptación de los espacios a las necesidades actuales del sector.

En cuanto a la **factibilidad** del proyecto, se busca realizar un levantamiento detallado de las condiciones actuales del mercado, para lo cual se cuenta con el apoyo de sus usuarios, con quienes se aplicarán diferentes técnicas y herramientas para la recolección de información. En cuanto a los beneficiarios de dicho proyecto, se determina que los beneficiarios directos serían los comerciantes y personas que deseen emprender en el mercado, para posteriormente beneficiarse los clientes, al recibir una mejor experiencia de compra y atención por parte de los comerciantes.

1.5. Objetivos

General

Realizar un rediseño del Mercado Municipal de Carlos Julio Arosemena Tola

Específicos

- Analizar literatura correspondiente a mercados y centros de abastos con un enfoque en el rediseño y estrategias arquitectónicas aplicables.
- Realizar un levantamiento y análisis del sector e identificar las necesidades de los usuarios del Mercado Municipal de Carlos Julio Arosemena Tola.
- Establecer estrategias urbano-arquitectónicas para el rediseño del mercado municipal que favorezca las dinámicas comerciales y sociales.

1.6. Estado de la cuestión o estado del arte

Las transformaciones y revitalizaciones de los mercados de abastos en el Ecuador es un tema de estudio que cada vez adquiere más relevancia dentro del campo de la arquitectura. El enfoque de este tema está dirigido en la intervención arquitectónica y urbana de espacios de los mercados de abastos, que presentan deficiencias tanto conceptuales como funcionales, para lo cual el caso del Mercado Municipal de Carlos Julio Arosemena Tola evidencia esto. Es importante entender y abordar el tema de las dinámicas urbanas cambiantes, y el hecho de como un espacio cae en un estado de obsolescencia, producto de las constantes evoluciones en las expectativas y demandas espaciales de la población.

El Mercado Municipal de Arosemena Tola, se ve afectado tanto por los problemas proyectuales como funcionales, lo cual es el resultado de un incorrecto planteamiento de la distribución espacial ante las necesidades funcionales y espaciales que demandaban la actividad comercial de Carlos Julio Arosemena Tola. Adicional a esto está el tema de desarrollo y transformación urbana lo cual trae consigo nuevos escenarios y desafíos para los espacios de los mercados inherentes a la modernización y demandas fluctuantes de los consumidores o clientes. En este sentido se genera una

necesidad urgente por replantear el concepto y funcionalidad de los mercados tradicionales.

En el presente estado del arte se exploran y analizan las nuevas tendencias y los enfoques que se están tomando en los casos de rediseño de mercados de abastos que tienen cierta similitud con el Mercado Municipal de Carlos Julio Arosemena Tola o que poseen características y estrategias innovadoras y sostenibles, las cuales puedan ser aplicables al proyecto que se está llevando a cabo. Para ello se realiza una exhaustiva revisión de investigaciones literarias y académicas, análisis de casos y prácticas ejemplares de rediseño, buscando identificar modelos y estrategias exitosas que puedan servir como fundamentos valiosos para futuras tomas de decisiones e intervenciones en el Mercado Municipal. Es así como se espera sentar las bases necesarias para la comprensión de los desafíos y oportunidades que implican el rediseño de un mercado, para de esta manera plantear estrategias adecuadas e innovadoras para el caso de estudio planteado.

1.6.1. Mercados o centros de abastecimientos de las ciudades - estudio de casos

En este aspecto se realiza una revisión de casos de rediseños de mercados y planteamientos de este tipo de espacios que hayan tenido éxito en su ejecución, para lo cual se toman como referencia proyectos de ámbito internacional y latinoamericano y también se analizan estrategias aplicables en diferentes aspectos formales y funcionales que beneficien al proceso proyectual del mercado.

a) Mercado municipal de Baza



Figura 6. Actual Mercado Municipal de Baza. Alda (2020).

Categorías	Datos
Ubicación	Baza-Granada-España
Año de construcción	2019
Área	800 m ²
Arquitectos	Blanca Esteras Serrano, Ácrono Arquitectura

Clara Ott (2020), en su artículo aborda el proyecto de la intervención arquitectónica remodelación del Mercado municipal de Baza, ubicado en la ciudad de Granada en España. El mercado se ha visto inmerso dentro de la problemática de la obsolescencia y la despoblación del sector, que es producto de un progresivo deterioro de la actividad comercial en la zona, por lo que este proyecto se plantea como una estrategia de recuperación de la vida social del lugar a través de la transformación del espacio en un lugar mucho más accesible, permeable, dinámico y multifuncional, donde se combinan dos tipologías de espacios comercial y cultural



Figura 7. *Antiguo Mercado Municipal de Baza. Alda (2020).*

- **Contexto y ubicación**

Este proyecto se lleva a cabo en el conjunto histórico de Baza, ubicada en Granada, España. En este proyecto se aborda la obsolescencia del espacio y la despoblación del sector, como producto de una actividad comercial en decadencia y deterioro, la intervención urbano-arquitectónica se enfoca en permitir al espacio del mercado adaptarse a las nuevas dinámicas sociales y necesidades identificadas dentro de la ciudad, donde la aplicación de conceptos urbanos y arquitectónicos puedan ayudar a la regeneración urbana del sector y la integración óptima del proyecto en su contexto inmediato (Clara Ott, 2020).

- **Conceptos aplicados**

De acuerdo a Ácrono arquitectura (2020), el estudio que llevo a cabo el proceso de diseño de este proyecto, para la resolución de las problemáticas que se han identificado, se recurren a los conceptos de accesibilidad, permeabilidad visual, funcionalidad, sostenibilidad y el ahorro energético; como un medio de integración del proyecto en el entorno urbano protegido. Estos conceptos se emplean con el objetivo de potenciar los recorridos que existen en el entorno físico del mercado, introduciéndolos e integrándolos en el diseño interior del edificio, de tal manera que se generen nuevas actividades y usos, consiguiendo integrar el edificio con el entorno inmediato, fortalecer la trama urbana actual y sobre todo que los usuarios y consumidores se apropien del espacio y le den sentido al lugar.

- **Distribución de espacios**

El mercado municipal de Baza se desarrolla a partir de tres ámbitos de uso del espacio donde en la planta baja se desarrolla un área de plaza pública con cubierta, la cual es completamente permeable con el contexto y es en esta misma planta que se genera un área de puestos de mercado dispuestos lateralmente y en cuanto a la planta semisótano, esta se la destina a un área de actividades juveniles o un centro juvenil.

En la planta baja se dispone de una zona de puestos de comercio, que ocupa el ala este del edificio, para ello se eliminan todos los muros duros de bloque y mortero, y se disponen de una serie de puestos de mercado con una materialidad envolvente continua de madera, estos puestos proyectan como si de un mueble se tratase, ya que se adapta a la estructura actual, buscando aprovechar los espacios más bajos de las naves laterales de la cubierta con la instalación de los mismos, dejando así los espacios abiertos y de gran altura del área central, para la instalación de las luminarias y el disfrute de los usuarios. En este mismo espacio también se dispone de una pequeña plaza con una permeabilidad completa con el contexto, donde la interacción y la convivencia social pueda tener su lugar, para ello se ha dispuesto de mobiliario fijo de concreto. En cuanto a la planta semisótano, con uso independizado de la planta baja, alberga el nuevo centro juvenil donde las actividades recreativas se llevan a cabo. (Ácrono arquitectura, 2020).

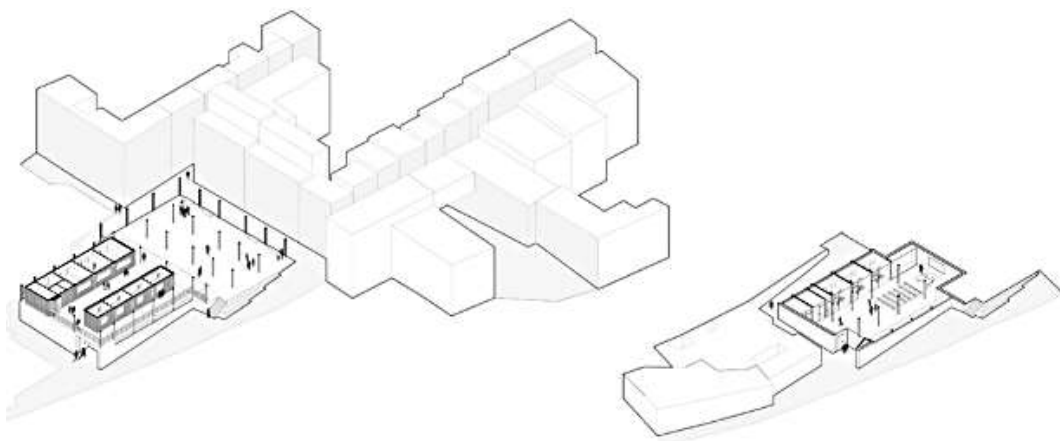


Figura 8. *Planta baja y subsuelo proyectado. Ácrono Arquitectura (2020).*

- **Estrategias sostenibles aplicadas**

Ácrono Arquitectura (2020) como parte de la implementación de estrategias sostenibles aplica ideas proyectuales que permitan aprovechar al máximo la iluminación natural, y la ventilación incidiendo así en factores y características de sostenibilidad como es el ahorro energético, en este sentido se puede concluir que la propia producción del espacio puede convertirse en una estrategia de diseño sostenible.

- **Conclusiones**

En este proyecto se puede apreciar de forma clara como el diseño se enfoca en recuperar un equipamiento comercial en decadencia y abandono, siendo uno de las causas la funcionalidad y concepto tradicional con la que contaba dicho equipamiento, que, debido a procesos como la modernización y las fluctuantes demandas espaciales de los consumidores, el espacio ya no cumplía óptimamente su propósito. Estas problemáticas, paradójicamente en su mayoría tienen mucha relación con el tema de estudio que se realiza, ya que el funcionamiento tradicional de los mercados en los tiempos actuales, no son los óptimos, y mucho menos donde existe una competencia constante por los clientes, con otros espacios comerciales privados de individuos o las grandes cadenas comerciales.

Los arquitectos para darle la vuelta a la realidad del mercado buscan conceptos y estrategias más permeables con el entorno, y sobre todo buscar generar espacios verdaderamente necesarios para la gente, para lo cual la comunicación constante con

los usuarios del lugar y los consumidores fue un factor que ayudó a que la gente se apropie del espacio.

En cuanto a estrategias de conceptos aplicables y sostenibles se concluye que un correcto análisis del lugar y el aprovechamiento de factores naturales como la luz solar, lluvias y los corrientes vientos, pueden incurrir en decisiones proyectuales que permitan generar un ahorro energético y reutilizar recursos creando así un diseño sostenible y amigable con el medio ambiente.

b) Mercado del Río



Figura 9. Exteriores del Mercado del Río. Restrepo (2017).

Categorías	Datos
Ubicación	Medellín-Colombia
Año de construcción	2016
Material	Madera, ladrillo y acero
Arquitectos	Morales Vicaria Arquitectura

- **Contexto y ubicación**

De acuerdo a la información proporcionada por el estudio arquitectónico Morales Vicaria Arquitectura (2017), el Mercado del Río se ubica donde antiguamente funcionaba una vieja bodega de aproximadamente 2.071 m², en Medellín Colombia, entre la autopista del Río y la Av. Los Industriales, frente al edificio del Bancolombia. Entre el estos edificios, se encuentra un parque denominado las termalias. Este edificio posee una forma triangular en planta, la cual era producto de las líneas férreas que pasaban tangencialmente al dicho edificio.



Figura 10. *Vista aérea del Mercado del Río. Restrepo (2017).*

- **Materialidad**

Lo que busca el estudio en este proyecto, es recuperar una infraestructura que está en desuso y adaptarlo a las nuevas necesidades, respetando el valor histórico atribuido al sector por los ferrocarriles, por lo tanto, se recicla la edificación de la bodega teniendo en cuenta el origen histórico de los ferrocarriles y para ello se toma como referencia arquitectónica las antiguas estaciones de tren. Las envolventes de la edificación son de ladrillo visto, las cuales se reciclan y se añade un nuevo tipo de ladrillo macizo para dar forma a los arcos en los vanos de ingreso, la torre del reloj se complementa con un material de láminas metálicas de hierro perforadas en troquel tipo oxido, junto con la estructura metálica expuesta a la vista que refuerzan el aire industrial de antigua estación de tren deseado (Morales Vicaria Arquitectura, 2017).

- **Concepto de diseño y distribución**

El estudio Morales Vicaria Arquitectura (2017) para definir las nuevas actividades y usos del espacio, toman de referencia los casos de renovación de mercados que se llevan a cabo en el continente europeo, en los cuales se puede apreciar cómo se genera un concepto que realza la actividad culinaria de los sectores en los que se implantan dichos proyectos, esto como método para generar un mayor interés y afluencia en el espacio, por ende, el ambiente que se genera en el caso de estudio es de recorrido y para pasar el tiempo libre de forma informal y des complicada, donde la variedad de opciones gastronómicas lo vuelve un sitio mucho más interesante de recorrer.

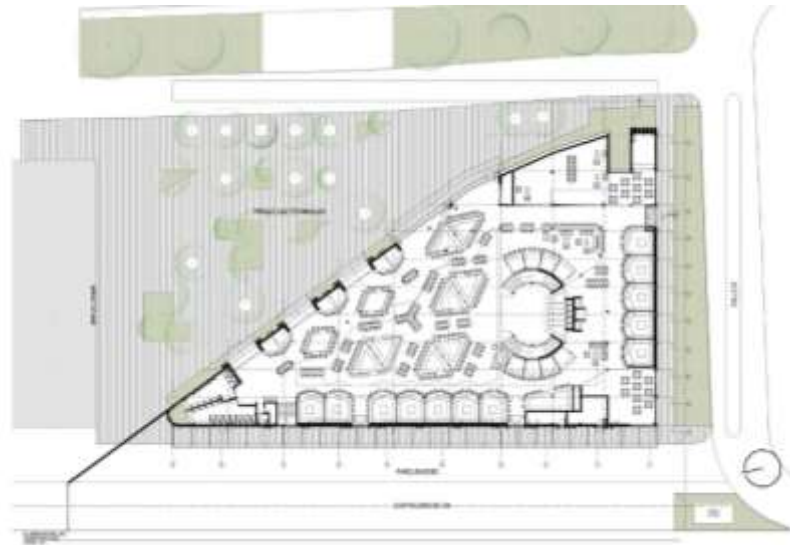


Figura 11. *Planta baja del Mercado del Río. Restrepo (2017).*

En la planta baja se genera una formalidad que le otorga dinamismo visual al espacio del mercado basado en la aplicación de diagonales, triángulos y rombos que evitan en lo posible la monotonía en el espacio. En esta primera planta se encuentran los locales de menor tamaño, como lo son los puestos de venta tradicionales, donde se ofrece comida variada cómo ceviches, tapas españolas, crepes, arroces mixtos, hamburguesas gourmet, paellas, jamones, quesos, postres, etcétera; junto con la Enoteca, Cervecería y el café.

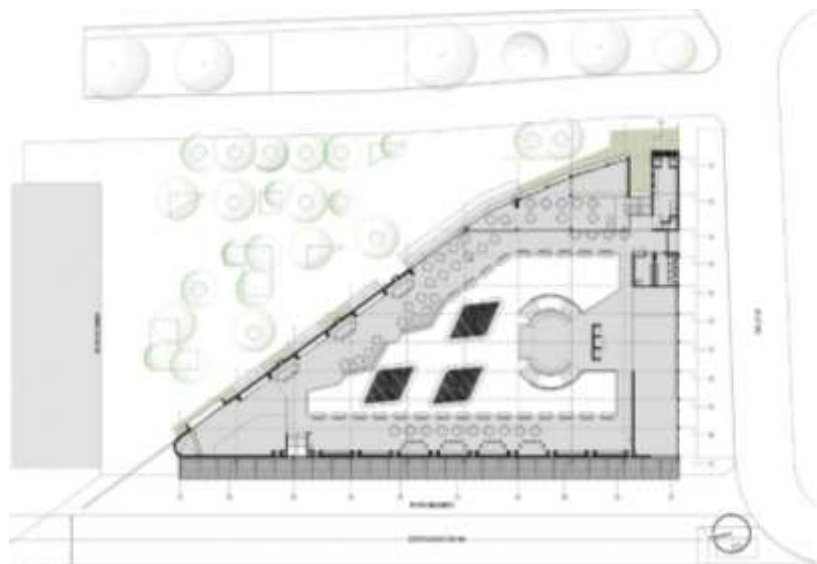


Figura 12. *Planta alta del Mercado del Río. Restrepo (2017).*

Esta secuencia de pequeños locales de gastronomía se organiza y distribuyen de tal manera que se genera un circuito con el objetivo de invitar al cliente a recorrer por todos y cada uno de los locales, y generar una experiencia culinaria y gastronómica. Para acceder a la segunda planta se dispone de dos escaleras curvas que abrazan la torre del reloj y es ahí donde los restaurantes de mayor tamaño tienen lugar, con espacios de servicio independiente, zonas de descanso con pufs, para relajarse y despreocuparse. (Morales Vicaria Arquitectura, 2017).

- **Estrategias de sostenibilidad implementadas**

Como parte de estrategias de sostenibilidad se consideran aspectos como el ahorro energético, la cual se resuelve con estrategias pasivas mediante el diseño de la infraestructura, por ejemplo, en este proyecto se logra un aprovechamiento de la iluminación natural, la cual se trabaja en la disposición de la cubierta con vanos y elementos transparentes que permiten el ingreso de la luz, logrando de este modo reducir el consumo energético durante el día, evitando en una gran medida de depender de luminarias eléctricas.

- **Conclusiones**

Para las revitalizaciones y transformaciones de espacio construidos, se debe tomar muy en cuenta su valor tanto histórico como la necesidad actual del entorno en el que actualmente se está desarrollando dicho espacio. Además, se concluye que el diseño puede convertirse en una herramienta y un mecanismo de sostenibilidad, puesto que un diseño optimo y bien implementado puede incidir en el ahorro de recursos que pueden ser tanto económicos como eléctricos, lo cual sería de gran importancia en un país que está viviendo una crisis energética notable como lo es el Ecuador.

c) Mercado Mané



Figura 13. Mercado mané. França (2022).

Categorías	Datos
Ubicación	Brasil
Año de construcción	2016
Material	Acero y lona
Arquitectos	BLOCO Arquitectos

- **Contexto y ubicación**

De acuerdo al artículo publicado por Moreira (2022) el Mercado Mané es un proyecto llevado a cabo en Brasil, en la ciudad de Brasilia, entres dos edificios con temática deportiva, los cuales son el Estadio Nacional Mané Garrincha y el Gimnasio Nilson Nelson. Este proyecto se enfoca en reutilizar la estructura de la cubierta de un edificio existente.

Esta edificación se utilizó durante los Juegos Panamericanos de 2007 como complejo deportivo, sin embargo, después dicho evento, era usado esporádicamente, y la mayoría del tiempo estaba vacío e inutilizado, convirtiéndose en un elemento de obsolescencia espacial. La rehabilitación de este espacio tiene objetivo es reutilizar parte de los elementos de la infraestructura existente en el sitio y transformarla para albergar un nuevo uso: un mercado gastronómico (Moreira, 2022).

Concepto e ideas de diseño

La premisa principal del proyecto es rehabilitar el espacio con la implementación de soluciones rápidas y sencillas, debido al poco tiempo destinado para su construcción 3 meses. Como parte de la intervención se eliminaron los muros que envolvían la antigua edificación para crear un gran balcón bajo el que se organiza y distribuye el nuevo programa arquitectónico, disponiendo de zonas semiabiertas para aprovechar al máximo la ventilación y la iluminación natural (Moreira, 2022).

Otra de las intervenciones realizadas es la rehabilitación de la cubierta, a la cual se le hizo pequeños cambios como por ejemplo pintar el sistema de recolección de aguas pluviales y el sistema de iluminación con lámparas en cada uno de los "nodos" de la estructura. Se creó una losa de hormigón totalmente nueva, ligeramente elevada del suelo, como parte de la estrategia de redefinir y ampliar los límites actuales del mercado y dar más jerarquía a sus entradas. (Moreira, 2022).

En los bordes del mercado, se implementan zonas ajardinadas que se integran en el espacio interior y funcionan de tal manera que delimitan el ambiente como si de muros verdes se tratase, esto se implementa como parte de las estrategias para atraer visualmente a los consumidores, mejorando así la estética y paisajismo del mercado (Moreira, 2022).



Figura 14. *Periferias del mercado Mané. França (2022).*

- **Materialidad**

En esta intervención se usó hormigón, como parte de los elementos estructurales expuestos para las tiendas y el uso del hormigón visto para las jardineras y el mobiliario fijo. Otro de los materiales utilizados es la estructura metálica la cual fue coloreada en gris plomo, el cual se utilizó para crear un "segundo techo" hueco y más bajo. La estructura dispuesta y ejecutada en un "plano hueco" conformado por módulos de 100x100cm, sirve además para albergar la iluminación complementaria y otras partes que completan el programa de cada una de las tiendas, manteniendo la limpieza visual en la estructura del espacio de la cubierta (Moreira, 2022).



Figura 15. *Interiores del mercado Mané. França (2022).*

- **Distribución de espacios**

Los módulos comerciales se distribuyeron de tal manera que se defina un recorrido para los usuarios y para ello la circulación se va intercalando con el espacio destinado a las mesas de los módulos gastronómicos. La accesibilidad que se genera en el mercado es universal, ya que cuenta con rampas de acceso para personas con problemas de movilidad, mostradores y estructura de aseos rebajados y mesas reservadas para personas de mayoría de edad o con problemas físicos (Moreira, 2022).

- **Estrategias de sostenibilidad**

El equipamiento cuenta con un sistema de energía fotovoltaica, que se implementa como una fuente adicional de energía. En este sentido, el mercado Mané tiene un sistema híbrido de suministro de energía, que serían la fotovoltaica y el suministro proporcionado por la red local (Moreira, 2022).

Otro mecanismo de sostenibilidad implementado es el huerto urbano que recibe los residuos orgánicos y el compost de los mismos generados en los módulos de restaurantes del mercado posibilitando el cultivo de alimentos saludables que serán dirigidos para su donación. Esta estrategia se implementa como una actividad que forma parte de la idea de "Residuo Cero", cuya misión es reducir el impacto medioambiental mediante la disminución de los residuos en al menos un 90% (Moreira, 2022).

- **Conclusiones**

Este proyecto aborda el caso de un espacio que poco a poco ha ido cayendo en la obsolescencia, por lo cual se vio necesaria una acción inmediata sobre el mismo, entonces al considerar su entorno, el mismo exigía un diseño permeable que complemente el espacio deportivo en el cual se inmiscuía el edificio en desuso. Para ello se crea un Mercado con la idea de un gran balcón donde en el diseño del espacio se crean espacios que solventan los posibles problemas que podrían traer el desenvolvimiento de las actividades de otros espacios. Como resultado se obtiene una edificación permeable que se abre a su entorno y que se integra exitosamente en su contexto, pasando a formar parte del día a día de las personas, y de la identidad del lugar en el que se implanta

1.6.2. Investigación de estrategias de diseño y rediseño aplicables

A continuación, se hace una investigación de las estrategias de intervención arquitectónicas al igual que estrategias urbanas, que pueden aplicarse para regenerar espacios que está siendo poco a poco relegado a la obsolescencia, tanto espacial como funcional. Por lo tanto, a continuación, se realiza un enfoque de investigación en las estrategias que se han aplicado en casos similares al tema de estudio, como aquellas estrategias teóricas que han sido analizadas en obras literarias de arquitectura, donde además se analice como la cuidadosa planificación de los mercados de abastos puede contribuir en la creación de ciudades más atractivas estéticamente, sostenibles e inclusivas.

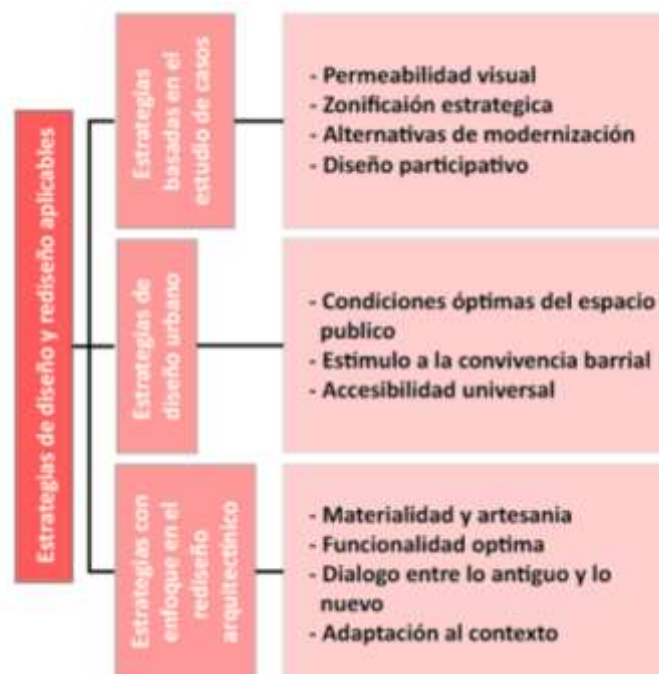


Figura 16. Estrategias de diseño y rediseño aplicables. *Elaboración propia (2024).*

1.6.2.1. Estrategias de rediseño aplicables en base al estudio de casos

En relación a los casos estudiados anteriormente se hace una síntesis de las estrategias de rediseño que se han aplicado como parte de las intervenciones urbano-arquitectónicas necesarias para revitalizar el espacio que debido a diferentes circunstancias y problemáticas había quedado en la obsolescencia funcional. A continuación, en la **figura (16)**, se presenta un diagrama que resume dichas estrategias.

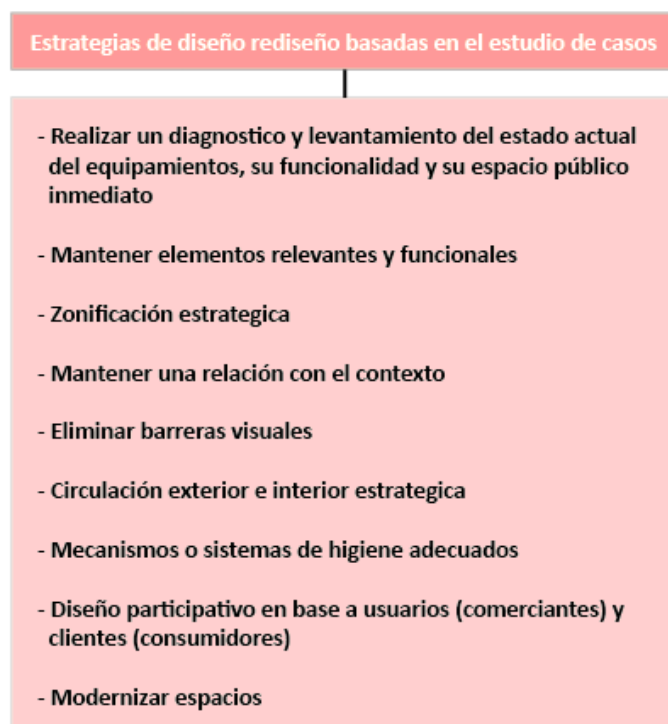


Figura 17. *Estrategias de rediseño en base a estudios de casos. Elaboración propia (2024).*

1.6.2.2. Estrategias de diseño urbano.

La historia a lo largo del tiempo nos ha demostrado que las infraestructuras bien proyectadas y concebidas no precisan de medidas correctoras para solucionar los problemas de obsolescencia o abandono de espacios, pero para ello es importante entender que las infraestructura se concibe con la finalidad de un servicio a una determina necesidad, a una política sobre el territorio y la sociedad que es quien la aprovecha, y no necesariamente desde posiciones técnicas que busquen maximizar su capacidad o un determinado aspecto funcional (Herce, 2020).

Para Herce (2020), la perspectiva medioambiental y la visión territorial, enriquecen la concepción de las infraestructuras y equipamientos, pero obviamente buscando que funcionen tanto conceptualmente como espacialmente, ya que un entorno urbano, es un fenómeno que se puede abordar desde muchos puntos de vistas, por lo tanto, su comprensión enriquece la producción espacial de los equipamientos.

Los mercados tienen sus orígenes en el espacio público, por lo tanto, el mercado se convierte en un lugar de convivencia social. Jan Gehl (2016) en su obra

habla acerca de cómo un equipamiento que cuenta con un buen diseño y accesibilidad, contribuye a que la ciudad sea un entorno más atractivo, saludable y de bienestar para sus habitantes.

El espacio se concibe desde la vida y las experiencias de las masas sociales, para desde ese punto de partida pensar en el espacio que se quiere producir y finalmente dar procedimiento al levantamiento de la infraestructura que ha resultado de ese proceso (Gelh, 2016).



Figura 18. *Estrategias de diseño urbano en una escala más humana. Elaboración propia (2024).*

1.7. Marco conceptual

En este apartado se dan a conocer a más profundidad los términos bases en los que se centran esta investigación, para así facilitar la comprensión de la misma, no obstante, esto también permite conocer los desafíos y oportunidades que conlleva este proyecto de intervención urbano-arquitectónica, además de permitir establecer y formular estrategias efectivas de intervención y que sobre todo sean relevantes en el contexto de Arosemena Tola.

1.7.1. Espacio Publico

Para muchos de los pensadores en arquitectura, el espacio público es un término que se designa de forma genérica a los espacios abiertos y accesibles que forman parte de una ciudad. Sin embargo, desde otra perspectiva el espacio público también puede ser definido como aquel espacio de y para las relaciones públicas y sociales, es decir que aquel espacio es el lugar donde la conexiones y vínculos sociales coinciden físicamente y de paso en lugares de tránsito y que han de realizar una serie de ajustes para adaptarse a la asociación efímera que establecen. (Delgado Ruiz, 2019)

En este sentido el espacio público se puede definir como aquella área de una ciudad en las que generalmente las personas tienen el acceso legal, pudiendo ser estos las calles de una ciudad, parques y lugares de acomodo público, haciendo referencia este último a los edificios públicos o “áreas públicas” de edificios privados. No obstante, en la actualidad el concepto de espacio público quiere decir algo más que un espacio donde todos y todo es perceptible y percibido, abarcando el sentido de coexistencia pacífica y armoniosa de lo heterogéneo de la sociedad, donde personas libres e iguales que razonan y argumentan en un dialogo ameno dirigido por un mutuo entendimiento y comprensión (Delgado Ruiz, 2019).

En el caso de los mercados, Robles (2014) menciona que estos tienen su origen en el espacio público, por lo que a menudo son percibidos como espacios de socialización, por el hecho de ser espacios de cohesión social y organizar la vida de una ciudad, generándole características identitarias que dan “sentido de lugar” a un barrio y ciudad. Por tal motivo es importante pensar en el mercado no simplemente como un espacio destinado al abastecimiento al de las ciudades, sino como un lugar donde se inician las relaciones sociales y la convivencia social tiene su espacio.

1.7.2. Arquitectura

De acuerdo a Ignacio (2011) la arquitectura es una forma de organizar los espacios en el los seres vivos, ya sean hombres o animales desarrollan sus vidas y sus actividades, y es aquí donde estos pueden materializar sus ideas, pensamientos y sueños. Al hablar de arquitectura como profesión Ignacio (2011) la describe como un oficio complejo y apasionante que cuando se lo realiza de forma excelsa puede ser considerado como un arte, la cual además está estrechamente ligada al medio ambiente y al ser humano.

La arquitectura es una rama muy extensa, que puede dividirse, diferenciarse y clasificarse de muchas maneras, pero por la situación ambiental actual por la que atraviesa nuestro planeta un existe término que se ha vuelto muy popular que es la “arquitectura sostenible”.

El termino de arquitectura sostenible puede concebirse como aquella manera de concebir el diseño, gestión y ejecución de un “hecho arquitectónico” a través del aprovechamiento racional, apropiado y apropiable de los recursos naturales y culturales del “lugar” de su emplazamiento buscando minimizar sus impactos ambientales sobre los contextos natural y cultural en cuestión (Garzón, 2010).

Por otro lado, la arquitectura sostenible también ha sido definida como una forma de proyectar con la naturaleza y de un modo ambientalmente responsable. El concepto planteado de arquitectura alternativa sostenible implica que el diseño sustentable no solo abarca recursos naturales, sino también distinciones humanas, culturales, históricas, políticas y económicas (Nader M., 2019).

1.7.3. Mercado de abastos

Al hacer referencia a los mercados, es necesario tener en cuenta que este concepto engloba varios significados. En términos arquitectónicos se lo puede se lo puede definir como el edificio o la infraestructura propicia que acoge la actividad comercial que comúnmente también se denomina mercado, por ende, también se le atribuye el concepto de la acción de compra y venta de productos alimentarios o al papel de dicha actividad en el sistema general de lo que conlleva el abastecimiento urbano. En este sentido desde la perspectiva netamente arquitectónica se identifica al mercado de abastos como una o varias infraestructuras que están dedicados exclusivamente a la actividad de compra y venta de productos, donde el contacto directo entre vendedores y compradores lo convierten en un espacio de cohesión social (Ramos López, 2020).

Ramírez y Romero (2018) mencionan que los mercados pueden clasificarse en dos tipologías que tienen que ver en cómo y dónde se llevan a cabo estas actividades de mercadeo, dentro de las cuales están el mercado formal e informal.

Mercado formal. – Esta tipología tiene de mercado es la que se lleva a cabo bajo una estructura proporcionada por la municipalidad, donde comúnmente se

cumplen ciertas normas y estándares de salubridad y acondicionamiento del espacio, pudiendo ser de estos de escala mayorista, haciendo alusión al mercado que comercia al por mayor y al por menor, por ende, es mucho más complejo y también tenemos al mercado minorista, refiriéndose al mercado donde se comercia al por menor.

Mercado informal. – Este tipo de mercado se diferencia del anterior por el hecho de que se llevan a cabo en las calles, generalmente cerca de los mercados formales, o donde el flujo de gente sea considerable, donde generalmente no poseen un mobiliario que les ayude a realizar su actividad. Esta surge de manera espontánea y por lo general suele causar problemas de residuos en las calles.

En base al estudio de los mercados de abastos del Ecuador, específicamente de los de Quito y la provincia de Cotopaxi, Ramírez y Romero (2018) mencionan ciertas características espaciales que suelen tener los mercados mayoristas como minoristas, los cuales varían dependiendo de las actividades y necesidades del sector en el que se encuentran, pero a continuación se presenta un esquema con los espacios que nos podemos encontrar en un mercado.



Figura 19. Áreas que componen un mercado. Elaboración propia (2024).

1.7.4. Conceptualización Arquitectónica

Dentro del arte de proyectar arquitectura, la conceptualización o el concepto arquitectónico se define como la esencia del diseño arquitectónico, el cual involucra una transición de una idea subjetiva que se tiene hasta que se materializa, como una metáfora proyectada en un espacio, el cual le otorga de sentido al hecho arquitectónico. Es importante mencionar que un concepto bien definido es el que estructura el diseño arquitectónico, otorgándole una funcionalidad y el valor estético al mismo, evitando caer en caprichos formales (Marulanda, 2018).

1.7.5. Módulos de comercio

Hace referencia a la unidad de espacio destinada a albergar una actividad de intercambio comercial. Por lo general los módulos comerciales componen un centro comercial o un mercado de abastos de público, sin embargo, puede darse el caso de que se encuentre completamente al aire libre, siendo común ver este tipo de módulos en áreas públicas como plazas y parques. (Ramos López, 2020).

1.7.6. Ergonomía

El ser humano realiza y construye objetos para poder servirse óptimamente de ellos, para lo cual considerar el ser humano como unidad básica de medida es imprescindible para crear elementos (Neufert, 1995). En este sentido la ergonomía, dentro del ámbito de análisis hace referencia a las medidas adecuadas, tanto de mobiliario como del espacio del mercado y sus módulos, para el desarrollo cómodo y óptimo de las actividades comerciales.

1.7.7. Rehabilitación de espacios

El proceso de rehabilitación de espacios o revitalización espacial conlleva un proceso de comprensión y percepción del mundo donde ya mucho ha sido creado, pero que por cuestiones del tiempo y el espacio que ocupan ven necesarios una transformación y adaptación a su nuevo contexto, además de que las circunstancias actuales así lo requieren, por el hecho de que dichos espacios ya no funge como deberían y por ende han ido perdiendo relevancia en la vida de sus usuarios, o simplemente porque las necesidades y dinámicas urbanas han cambiado como resultado del desarrollo (Llanderal, 2011).

1.7.8. Economía local

La economía local de acuerdo a lo que expone Chávez (2012) hace referencia a todos esos procesos e interacciones económicas de consumos que generan las actividades de comercio, dentro de un sector o lugar en específico, que generalmente suele referirse a una municipalidad. Estas pueden estar fuertemente influenciadas por la estructura social que se maneja en el sector, por ende, es importante promover la actividad económica como parte del desarrollo de dicha localidad, siendo los mercados abastos el medio más común utilizado.

1.7.9. Identidad Urbana

Para Correa (2009) la identidad urbana es un elemento subjetivo para cada ser humano tiene que ver con procesos de reconocimiento propio y el reconocimiento de un elemento como parte de si, lo cual es una característica del ser humano que busca sentirse identificado y esto lleva un estrecho vínculo con las experiencias personales y las perspectivas adquiridas.

La identidad en si para Sierra y alemán (2012), es un término que va ligado a la cultura, a creencias tanto sociales como religiosas, las cuales generalmente vienen determinadas desde el momento en que nacimos, en este sentido la cultura implica creencias, sentirse identificado y las formas en que se percibe un elemento. Por lo tanto, identidad urbana se puede decir que son esas características o elementos de la ciudad que nos identifican y representan, y lo concebimos como propio y parte de nuestro ser, pudiendo ser estos elementos tangibles e intangibles.

1.8. Marco histórico

En el presente marco histórico se aborda la historia de la parroquia de Arosemena Tola como parte territorial y administrativa del cantón Tena, que posteriormente debido a diferentes factores buscó su autonomía hasta convertirse en un cantón autónomo.

1.8.1 Origen de la parroquia Arosemena Tola

Carlos Julio Arosemena Tola, previo a ser considerada parroquia, era un asentamiento poblado de gente nativa del lugar, quienes le dieron el nombre de Zatzayacu, un nombre kichwa autóctono de la amazonia ecuatoriana compuesto de dos términos, donde ZATZA significaba arena y YACU Agua, es decir arena de agua, haciendo referencia a su ubicación en las orillas del río Anzu. Este asentamiento estaba

compuesto por viviendas de caña guadua y se ubicó a las playas del río Anzu como una estrategia de movilidad y para facilitar el transporte de sus pobladores, ya que entre los años 1880-1910 era común utilizar medios de transporte acuáticos por estos lugares, para establecer relaciones de comunicación y comercio con otras comunidades aledañas (GADM CJAT, 2024).

Con la apertura de las redes viales, y la consecuente llegada de pobladores colonos al cantón (1910-1920) en búsqueda de tierras baldías, el asentamiento se traslada al lado opuesto del río del que se ubicaba, donde las tierras son más altas y menos susceptibles a ser afectadas por el desbordamiento del río. Con el creciente desarrollo de la comunidad, los pobladores con la Sra. Emma Guerreño a la cabeza en búsqueda de ser reconocidos y elevar su categoría de pueblito a una parroquia, empiezan a movilizarse y gestionar dicha tramitación en el año 1947, ante una comitiva del ministerio de agricultura y el ministerio de trabajo compuesta por Sr Aurelio Dávila Cajas y el ing. Jaime coronel. Zatzayacu contaba con los parámetros económicos, geográficos, la riqueza agrícola y recursos naturales necesarios en una organización político-social, propios de una parroquia, lo que fue justificativo suficiente para que el municipio del cantón Tena y el ministerio de gobierno aceptaran y reconocieran a Carlos julio Arosemena Tola como una parroquia, nombrada así en honor al presidente de la república de ese entonces. No es hasta el año 1963, que oficialmente mediante el decreto N° 3083 se reconoce oficialmente a Zatzayacu como parroquia, con el nombre de Carlos Julio Arosemena Tola (GADM CJAT, 2024).

1.8.2 Cantonización de Carlos Julio Arosemena Tola

El proceso de independización de la parroquia de Carlos julio Arosemena Tola, se produce como una reacción ante el abandono político-administrativo que evidenciaron los pobladores durante 35 años por parte de la municipalidad del cantón Tena y las autoridades nacionales, siendo el 7 de agosto de 1998 que se reconoce a Arosemena Tola como un cantón con el mismo nombre que su parroquia, mediante el Registro Oficial N° 378 (GADM CJAT, 2024).

1.8.3 El Mercado Municipal

Para los años 2000, producto de la declaración del territorio como un cantón independiente, se empiezan a elegir las autoridades administrativas del mismo, las

cuales enfocaron una parte de los recursos a potencializar la actividad agro productiva del cantón, lo que consecuentemente llevo a establecer acuerdos de intercambios comerciales productivos con otras ciudades como Ambato y Riobamba.

Es en el periodo 2005-2009, bajo el mandato del Sr Luis Rodrigo Caiza que se construye el Mercado Municipal, como respuesta a la creciente actividad comercial de productos agrícolas, y al sentimiento de malestar que algunas personas mostraban con los residuos y olores que generaban esta actividad, ya que dichas actividades en un principio se las realizaban en una cancha cubierta ubicada en el centro del cantón. Por lo tanto, se tuvo que levantar una edificación que sea de uso exclusivo para el mercado.

Esta obra se dice que se entregó a la ciudadanía entre el año 2008-2009 y como consecuencia toda la actividad comercial que se desarrollaba en la cancha central del cantón se trasladó a esta nueva edificación que en ese entonces se ubicó en la periferia del área urbana, pero que con el desarrollo urbano pronto se ubicaría en la parte central del polígono urbano.

El Mercado Municipal en un inicio funcionaba plenamente, pero producto del desarrollo urbano y surgimiento de negocios comerciales, para el año 2015 este fue perdiendo protagonismo, siendo poco a poco relegado y abandonado. Para el año 2016 ante una evidente reducción de clientes, algunos de los comerciantes no tuvieron más opción que cerrar sus puestos en el interior de la infraestructura, otros buscaron la manera de seguir comercializando para lo cual readaptaron la plaza del mercado y la transformaron en un patio gastronómico y unos pocos comerciantes simplemente decidieron continuar sus actividades en sus puestos dentro del mercado.

La adaptación de la plaza a un patio gastronómico, tuvo un impacto positivo en las dinámicas del mercado, ya que se evidenció como los pobladores comenzaron a acudir con mas frecuencia a este espacio, sin embargo, pocos ingresaban al edificio del mercado. Ante este cambio producido en las dinámicas del mercado la administración del año 2014-2019, con el Sr. Luis Rodriga Caiza en su segundo periodo, dotó de carpas para que se desarrollen dichas actividades. Para el año 2022, se levanta una estructura techada simple en el patio gastronómico del mercado, asentándose definitivamente dicha actividad en el espacio.

En la actualidad del año 2024, las nuevas autoridades planean hacer una renovación y remodelación del mercado Municipal, producto de una evidente mala planificación del mercado, y el surgimiento de actividades no previstas en su momento, además de que se han presenciado problemáticas funcionales y operativas del mismo.

1.9. Marco Legal

El siguiente proyecto integrador está regido por normas políticas, con el objetivo de direccionar la toma de decisiones del proyecto hacia una correcta ejecución del mismo. Las normas, ordenanzas y artículos legales que se mencionan a continuación tienen validez tanto en el ámbito nacional como en el local del cantón Carlos Julio Arosemena Tola.

La constitución del 2008 establece en su art. 264, en el literal 7 que los GAD deben de “Planificar, construir y mantener la infraestructura física y los equipamientos de salud y educación, así como los espacios públicos destinados al desarrollo social, cultural y deportivo, de acuerdo con la ley”.

El COOTAD, (2010) en el artículo 54 en el literal a se menciona que es función del GADM: “promover el desarrollo sustentable de su circunscripción territorial cantonal, para garantizar la realización del buen vivir a través de la implementación de políticas públicas cantonales, en el marco de sus competencias constitucionales y legales”, donde además en el literal q se establece que los GADM también deben: “Promover y patrocinar las culturas, las artes, actividades deportivas y recreativas en beneficio de la colectividad del cantón”. En el artículo 55 literal g nos menciona que: “Planificar, construir y mantener infraestructura física, equipamiento sanitario y educativo, así como espacios públicos para el desarrollo social, cultural y deportivo de conformidad con la ley”, es una de las competencias obligatorias que los gobiernos autónomos descentralizados municipales deben avalar.

Dentro del ámbito local se evidencia normativas generales que regulan las construcciones dentro de la parroquia de Arosemena Tola, la cual está estructurada en polígonos de intervención urbana, siendo el PITU(C)-09 el polígono en el que se propone la intervención del mercado. A continuación, se muestra la figura de normativas generales que establece el PUGS en este sector del mercado.

Cabecera Cantonal																	
CLASIFICACIÓN DE SUELO			SUBCLASIFICACIÓN						TRATAMIENTO								
URBANO			CONSOLIDADO						SOSTENIMIENTO								
USO PRINCIPAL			USOS COMPLEMENTARIOS						USOS PROHIBIDOS				USOS RESTRINGIDOS				
R2			I1-I2-EE-EC-ES-EB-ED-ER-EG1-EG3- EA1-EA2-EA3-EF1-EI1- H-CB1-CB2- CB3-CB7-C51-C52-C53-C54-C57-C510- C511-C512-C513						I3-I4-EG2-EP2-EPC-AM-CB8-C514				EI2-EI3-EP2-EF3-ET1-ET2-ET3-CB5-C55-C56-C58- C59-C515-CB4-CB5-CB6				
EDIFICACIÓN																	
TIPOLOGÍA			RETIROS						DISTANCI A ENTRE BLOQUES		COS = PB		COS TOTAL		HABILITACIÓN DEL SUELO		OBSERVACI N
No .	ZONA	ALTURA EDIFICABILIDAD															
		Genera l		Especifica													
		(Índice normal)		(Índice creado)													
		No.		No.		Fronta l	Latera l	Posterior									
		Pisos	m	Pisos	m	(m)	(m)	(m)									
9	PITU(C)-09	3	9	4	12	3	3	3	6	50	+	100	200	10	Se permitirá el fraccionamiento de 200m2 siempre y cuando el predio a fraccionar posea acceso directo a una vía de acceso pública, el permiso de construcción hasta 3 pisos se obtendrá con un certificado de servicios básico y de riesgos		

Figura 20. Normativa PITU(C)-09. PUGS CJAT. (2022).

CAPITULO II

DISEÑO METODOLOGICO

2.1. Aproximación al Método (Metodología de la Investigación)

En el presente proyecto integrador se ha marcado el objetivo de proponer un rediseño que permita revitalizar el espacio del Mercado Municipal, el cual es un espacio multifuncional que cuenta con zonas comerciales y recreativas que fueron implementadas con el fin de crear una relación de beneficio mutuo. En este sentido se aborda la metodología que se lleva a cabo para la recopilación de información necesaria para un correcto análisis y proceder a una toma de decisiones mediante la interpretación de los datos recabados y respaldada por la investigación realizada.

2.1.1. Enfoque de la investigación

En el siguiente proyecto integrador se selecciona un enfoque metodológico **cualitativo**, ya que este enfoque permite abordar e interpretar de una mejor manera los aspectos subjetivos que traen la complejidad de los fenómenos sociales como por ejemplo valorar la perspectiva de los usuarios, conocer sus necesidades y experiencias, sus prioridades y sobre todo sus ideas para una posible mejora del espacio desde sus vivencias.

Hernández Sampieri, Fernández y Baptista (2014) mencionan que un enfoque cualitativo puede definirse un conjunto de prácticas interpretativas que hacen visible el mundo, es decir que lo transforman en una serie de representaciones a partir de las observaciones, anotaciones, grabaciones, y documentos. Este enfoque naturalista estudia los fenómenos y seres vivos en sus entornos naturales y en la cotidianidad de su vida, siendo esto algo interpretativo por el hecho de que busca un significado de los distintos fenómenos sociales en los significados que las personas mismo les atribuyen.

En este sentido, se seleccionan métodos cualitativos enfocados en valorar la perspectiva de las personas involucradas (comerciantes, clientes, consumidores, etc.) mediante el desarrollo de encuestas que permitan realizar un estudio general acerca de la percepción de las condiciones actuales del equipamiento y de su contexto inmediato

tanto de usuarios como de clientes del mercado. Además, se emplean herramientas enfocadas en recolectar información del estado actual del mercado como, por ejemplo, levantamientos fotográficos, fichas de observación, mapeos y una evaluación de las condiciones del funcionamiento del equipamiento con la finalidad de identificar las posibles oportunidades, fortalezas y debilidades y amenazas del mismo.

2.1.2. Nivel de investigación

El alcance de la investigación aplicada dentro del proyecto se determina en dos niveles, los cuales son exploratorio y descriptivo, los cuales se han definido en base a los objetivos planteados. De acuerdo a Sampieri et al (2014) habrá ocasiones en las que una investigación puede caracterizarse como exploratoria, descriptiva, correlacional o explicativa, pero en ningún caso situarse únicamente como tal, puesto que por ejemplo sea el caso de que un estudio sea en esencia exploratorio, este contendrá elementos descriptivos.

a) Nivel exploratorio

Según Sampieri et al (2014), el nivel exploratorio es uno de los primeros sino el primer nivel que se debe alcanzar en una investigación, pues es en este nivel en el que se examina a fondo un tema poco estudiado, obteniendo nuevas perspectivas en búsqueda y pensamientos vagamente asociados con el tema de estudio. Tal es el caso del Mercado Municipal, el cual cuenta con una base reducida de información documentada acerca de su diseño y construcción, además de las estrategias y conceptos implementados para su ejecución. En este sentido, al abordar la primera etapa del proyecto es importante explorar y comprender la situación y contexto actual del mercado, las condiciones, potencialidades y problemas que enfrenta. Un enfoque exploratorio permite recopilar la información inicial necesaria para identificar los factores clave y generar ideas o hipótesis para posibles soluciones obteniendo información detallada. Para ello se realizan estudios de casos similares y análisis bibliográfico sobre los temas identificados.

b) Nivel descriptivo

Dentro del nivel descriptivo Sampieri et al (2014), mencionan que la investigación gira alrededor de la necesidad de obtener información, características y perfiles de las

personas o grupos que se consideran dentro del proceso de análisis para la obtención de datos relevantes dentro de la investigación. En el caso del Mercado municipal la investigación descriptiva se evidencia al establecerse un enfoque en el estudio de los perfiles de los grupos de usuarios y clientes que se ven involucrados en las actividades del mercado.

2.1.3 Modalidad de la investigación

El proyecto aborda la parte teórica mediante la investigación bibliográfica, a través de la cual se describe las diferentes problemáticas de la obsolescencia funcional evidenciada y los problemas urbanos que el Mercado Municipal de Arosemena Tola genera en su estado actual. Adicionalmente también se realiza una investigación de campo para identificar las condiciones actuales de la infraestructura del mercado y por ende hallar las fortalezas, oportunidades, debilidades y las posibles amenazas que conllevan este proceso de rediseño y revitalización del mercado.

a) Investigación Bibliográfica

Como su nombre mismo lo indica, una investigación bibliográfica hace referencia a la utilización de fuentes escritas como medio de investigación dentro de las cuales encontramos, los libros (bibliográficas), periódicos y revistas (hemerográficas), fuentes electrónicas o primarias localizadas en archivos públicos e internet (Martínez, 2012).

Dentro de una investigación bibliográfica, según sugieren Sampieri et al (2014), lo que se busca es detectar, consultar y obtener la bibliografía necesaria para los propósitos por lo que se realiza el estudio, de los cuales se extraerán y recopilarán la información relevante y necesaria para la resolución del problema de investigación planteado. En este sentido, dentro del proyecto integrador se investiga bibliografías pertinente y relacionada con los temas de mercados de abastos, sostenibilidad, revitalización de espacios y espacio público

b) Investigación de campo

Este tipo de técnica se diferencia de la anterior porque la búsqueda de información se la realiza in situ, es decir que se la consigue mediante el estudio directo de los acontecimientos desde el lugar y tiempo donde se realiza la investigación, no obstante, tante

esta técnica precisa del análisis documental para fundamentar sus planteamientos (Martínez, 2012).

La investigación de campo es una modalidad investigativa que sucede de manera natural, puesto que para ejecutar esta modalidad de investigación se requiere de cualidades de observación y registro de lo que ocurre en el ambiente de estudio, donde la observación puede abarcar aspectos de sucesos simples y ordinarios hasta sucesos inusuales y poco comunes. Es importante mencionar que en esta metodología no se puede imponer y plasmar puntos de vistas, mucho menos tratar de influir e intervenir en el curso normal de los eventos. El papel del investigador es entender a los participantes y sus acciones en circunstancias normales y no únicamente registrar los sucesos (Sampieri, Fernández y Baptista, 2014). Las técnicas empleadas para esta investigación son fichas de observación.

2.2. Población, muestra y muestreo.

2.2.1. Población

Durante el proceso de investigación se toma en consideración a la población de la cabecera cantonal Arosemena Tola como grupo focal, específicamente a los usuarios del mercado y a los habitantes del barrio Central ya que ellos conviven periodos más prolongados de tiempo con las dinámicas del mercado. En este sentido, se identifican dos grupos focales de investigación, de los cuales los dos grupos serían beneficiarios directos del proyecto de rediseño, mejora y revitalización del mercado, que vendrían a ser el grupo social de habitantes o clientes del mercado que se abastecen regularmente del Mercado Municipal y el grupo de vendedores del Mercado. Esto permitirá conocer diferentes opiniones y perspectivas sobre las problemáticas identificadas con respecto al Mercado Municipal como equipamiento de comercio y de recreación, enfocándose en su funcionalidad y condiciones actuales.

2.2.2. Muestra y muestreo

Muestreo no probabilístico

En base al enfoque cualitativo de la investigación, se plantea trabajar con una muestra no probabilística, que según Sampieri, Fernández y Baptista (2014) en estos tipos de muestras la elección de los elementos no depende de una probabilidad, más bien de causas que tienen relación con las características de la investigación o los propósitos

del investigador, por ende, dichas muestras dependen de las decisiones que crea conveniente el investigador para su investigación.

Por lo tanto, se aplica la técnica de encuesta a los grupos de personas que participan activamente en las actividades de comercio del mercado, que vendrían a ser usuarios o comerciantes y clientes del mercado, con el fin de comprender de manera clara y acertada los puntos de vista de los mismos con respecto a la situación actual del mercado. Para ello se toma en cuentas a todos los vendedores del mercado y en el caso de los clientes se considera especialmente a los habitantes del barrio central, que es donde se encuentra ubicado el mercado. En este sentido para poder recabar las percepciones y puntos de vista de manera ordenada tanto de clientes del mercado como sus usuarios, se implementes entrevistas específicas para cada grupo focal entrevistado.

Tabla 1

Grupos focales de recolección de información

Grupos focales de información	
Grupos investigados	Muestra obtenida
Usuarios del mercado (comerciantes y vendedores)	Al ser un grupo no muy amplio de comerciantes se realiza una encuesta a la mayoría de ellos logrando tener un cien por ciento del grupo focal investigado.
Clientes del mercado	Se opta por enfocar la recogida de información en una escala barrial, donde ellos son los principales clientes del mercado y son quienes están en constante interacción con las dinámicas que genera el mercado.

Nota. Fuente. Elaboración propia (2024).

Es de esta manera como se busca obtener la visión más amplia y acertada de la realidad que están viviendo estos grupos en el contexto inmediato del Mercado

Municipal y en el mercado en sí, con respecto a las necesidades y problemáticas que está presentando el equipamiento en el desarrollo de sus actividades diarias.

2.3. Técnicas o Herramientas de análisis

En el presente apartado, considerando el enfoque cualitativo de la investigación, se plantea el uso de diversas técnicas de recolección de datos e información, las cuales a su vez requieren del uso de herramientas para su ejecución. En consecuencia, a continuación, se presenta una tabla en la que se presenta de manera ordenada las diferentes técnicas y herramientas implementadas para la recolección de datos e información en busca de cumplir con los objetivos específicos propuestos.

Tabla 2

Técnicas y herramientas planteados por objetivos.

OBJETIVOS	TÉCNICAS O ACTIVIDADES	HERRAMIENTAS	RESULTADOS
Analizar literatura correspondiente a mercados y centros de abastos con un enfoque en el rediseño y estrategias arquitectónicas aplicables.	Investigación y revisión bibliográfica	Libros, artículos, proyectos, ordenanzas y normas técnicas	Fundamentos teóricos, conceptos claves y estrategias de rediseño.
Realizar un levantamiento y análisis del sector e identificar las necesidades de los usuarios del Mercado Municipal de Carlos Julio Arosemena Tola.	Recolección de información, trabajo in situ y observación de campo	Fichas de observación, mapeos, diagramas, levantamiento fotográfico y encuestas	Esquemas de diagnóstico y síntesis de la información
Establecer estrategias urbano - arquitectónicas para el rediseño del mercado municipal que favorezca las dinámicas comerciales y sociales	Revisión documental, análisis de necesidades y requerimientos, estrategias de diseño.	Fichas textuales y referentes, tabla de programa arquitectónico, programas de diseño y presentación	Textos resumen, esquemas, planos arquitectónicos y visualizaciones 3d.

Nota. Fuente. Elaboración propia (2024).

Objetivo 1. - Analizar literatura correspondiente a mercados y centros de abastos con un enfoque en el rediseño y estrategias arquitectónicas aplicables.

Investigación y revisión bibliográfica. - En este primer objetivo se ve involucrado el análisis y estudio de diferentes, bases teóricas y proyectuales que sustentaran la ejecución del proyecto. Se analiza y estudian los espacios de los mercados y centros de abasto en diferentes épocas de la historia, además del rol que desempeñan estos espacios en las dinámicas urbanas, así como su papel dentro del desarrollo de las ciudades, entendiendo la importancia de estos focos de comercio en la configuración del espacio, así como sus principales características, requerimientos y relación con su contexto inmediato. Para ello, se estudia una amplia sección de literatura como libros, tesis, artículos, proyectos y estudios de casos similares de rediseño.

Siguiendo la línea de los objetivos específicos, se identifican referentes exitosos, así como estrategias de rediseño que se puedan replicar en este proyecto integrador. De esta forma se busca generar una base de datos e información que fortalezca la parte teórica del proyecto de una manera ordenada y sustentada, además de ser un punto de apoyo que beneficie en la toma de decisiones proyectuales al momento de diseñar.

Objetivo 2. - Realizar un análisis pertinente del sector e identificar las necesidades del estado actual del Mercado Municipal de Carlos Julio Arosemena Tola

Recolección de información, trabajo in situ y observación de campo. - Tras haber analizado y entendido la parte teórica del proyecto, se da paso a la resolución del segundo objetivo específico el cual se divide en dos etapas de análisis. Dentro de la primera etapa se centra en el análisis y recolección de información del entorno inmediato en el que se ubica el Mercado Municipal, para lo cual se aplican herramientas como mapeos y esquemas urbanos, con el objetivo de conocer y evaluar cual es el rol del mercado dentro de la trama y el tejido urbano del contexto inmediato en el que se desenvuelve el Mercado Municipal identificando así las potencialidades proyectuales que ofrece su entorno urbano.

La segunda etapa de análisis se basa en el levantamiento del estado actual del Mercado Municipal, lo cual es imprescindible para conocer e identificar las necesidades espaciales que se precisan y sobre todo conocer el entorno en el que se

desenvuelven los usuarios en el cumplimiento de sus actividades en base a las percepciones de sus usuarios, haciendo referencia a los vendedores y compradores del mercado, para ello se utilizan herramientas como levantamiento fotográfico, fichas de observación, fichas de levantamiento de las condiciones en las que operan los diferentes elementos estructurales y arquitectónicos del mercado. las entrevistas y análisis de resultados de los mismos.

- a) **Levantamiento fotográfico.** - Para este caso se realiza un formato, el cual se presenta a continuación en la figura... donde se presenta mediante una fotografía las condiciones actuales en las que operan las diferentes zonas que componen el mercado, acompañada de una pequeña descripción y datos puntuales que se deben conocer.

FICHA DE ANÁLISIS DE ZONAS DEL MERCADO		
Zona del Mercado		Fotografía de la zona
Ubicación en el plano arquitectónico:		foto
Planta arquitectónica		
Usos		
Problemáticas identificadas.		
Observaciones:		

Figura 21. Formato para el levantamiento fotográfico. Elaboración propia (2024).

- b) **fichas de observación.** - En esta herramienta se emplea un formato donde se registran los acontecimientos que suceden en el Mercado Municipal y sus alrededores, para lo cual se hace una visita constante al mercado a lo largo de una semana regular, y en épocas donde las actividades o servicios varían, tal es el caso de días festivos o feriados. A continuación, se muestra el formato empleado.

 <div style="text-align: center;"> Universidad Técnica de Ambato Facultad de Diseño y Arquitectura Carrera de Arquitectura DIARIO DE OBSERVACIÓN </div> 	
Tema:	
Lugar de observación:	
Fecha:	
Hora:	
Hoja No:	
Descripción	Fotografías
Observaciones:	
Conclusiones	

Figura 22. Formato para el diario de observación. Elaboración propia (2024).

- c) **Ficha para el levantamiento de las condiciones actuales de los elementos estructurales y arquitectónicos del mercado.** - En este punto tenemos un formato para realizar un análisis de elementos estructurales como columnas y vigas, y elementos arquitectónicos como paredes, pisos, puertas y ventanas, mobiliario fijo, cubierta, luminarias y ventilación. En dicho

formato se inserta la ubicación en el plano del elemento analizado, así como una fotografía de las mismas, donde se mostrará la imagen del elemento que muestra problemas, en caso de haber más de un elemento similar y se mostrará en el plano arquitectónico.

Levantamiento de las condiciones actuales de los elementos arquitectónicos y estructurales que componen el Mercado Municipal de Arosemena Tola	
Edificación analizada:	
Elementos analizados:	
Ubicación en el plano arquitectónico:	
Datos del elemento:	Imagen del elemento:
Observaciones:	
Conclusiones:	

Figura 23. Formato para el levantamiento de condiciones actuales de los elementos arquitectónicos y estructurales del Mercado Municipal. Elaboración propia (2024).

- d) **Entrevistas.** - Por último, tenemos las entrevistas, las cuales cuentan con dos tipologías, de pendiendo del grupo focal al que se va a entrevistar, siendo estos los clientes del mercado y los usuarios (vendedores y comerciantes). En el formato se abordan preguntas para conocer la actualidad del mercado y otras direccionadas a lo que esperan que se mejore en el rediseño del mercado. Las preguntas son en su mayoría cerradas, sin embargo, en algunas se deja el espacio para que la gente pueda emitir y aportar con su pensamiento.

A continuación, se muestra el formato de la entrevista implementado a los vendedores del mercado realizado a todas las personas que conforman este grupo objetivo, y cuya percepción del espacio del mercado es sumamente importante.

 <div style="text-align: center;"> Universidad Técnica de Ambato Facultad de Diseño y Arquitectura Carrera de Arquitectura </div> <div style="text-align: right;">  </div>	
Encuesta	
Tema:	Intervención Urbano-Arquitectónica del mercado municipal del cantón Carlos Julio Arosemena Tola
Lugar de aplicación:	Cantón Carlos Julio Arosemena Tola en el Mercado Municipal
Grupo de enfoque	Vendedores del mercado.
Introducción	
<p>La siguiente encuesta se realiza con el objetivo de conocer su perspectiva y puntos de vista con respecto a la funcionalidad, forma y estética del mercado municipal del cantón Arosemena Tola, y así conocer de manera clara su pensamiento acerca de las condiciones actuales en las que desempeñan sus actividades en el mercado. Además, se han desarrollado interrogantes que nos acercan a conocer a su visión de las posibles mejoras y soluciones que le gustaría que se implementen en una posible renovación del mercado.</p>	
Preguntas	
Información general	
1. ¿Cuántos años lleva vendiendo en el mercado?	
	- 1-2 años
	- 3-4 años
	- 5 o mas
2. ¿Qué tipo de productos vende o servicios ofrece?	
	- Productos de la limpieza (escobas, aromatizantes, cloro, etc)
	- Productos de primera necesidad. (arroz, atún, aceite etc.)
	- Frutas y legumbres
	- Productos agrícolas de la zona
	- Cárnicos
	- Servicio de comida
	- Aguas y bebidas

Actualidad	
3.- ¿Cómo califica el estado actual del mercado?	
	- Bueno
	- Deficiente
4.- ¿Qué problemas funcionales ha experimentado en el mercado? (seleccione todos los que apliquen)	
	- Espacio insuficiente
	- Problemas de iluminación
	- Problemas de acceso
	- Problemas de Visibilidad
	- Falta de servicios básicos (baños, agua, etc.)
	- Control de olores
	- Deficiencia en la tipología del mercado (concepto cerrado de mercado)
	- Otros (especifique)
5.- ¿Considera que el concepto cerrado del mercado está afectando en la productividad de su negocio?	
	- si
	- no
6.- Teniendo en cuenta que existe poca afluencia a la infraestructura cerrada del mercado ¿Cuál considera que son las causas por las que existe poca afluencia de clientes en el interior del mercado?	
	Poca visibilidad
	Estética del mercado
	Por la deficiente organización y disposición de los espacios y zonas del mercado
	Otros (especifique)
7.- ¿Piensa que el tamaño y la materialidad implementada en los cubículos o módulos de ventas son los adecuados?	
	- si
	- no
8.- ¿Considera que el confort térmico de la infraestructura cerrada del mercado es la adecuada?	
	- si
	- no

Renovación y Mejoras	
9 ¿Qué cambios considera más importantes para la renovación del mercado? (seleccione hasta 3)	
	- Mejora de la iluminación
	- Ampliación del espacio de venta
	- Mejora de los servicios básicos (baños, agua, etc.)
	- Mejora de la ventilación
	- Cambio en el concepto de mercado cerrado a uno más permeable con el entorno y abierto
	- Cambio en la distribución y la manera en la que están dispuestos los espacios de venta
	- Otros (especifique)
10.- ¿Considera que las dinámicas del mercado mejorarían con un concepto de diseño abierto, sin paredes y con módulos de ventas con seguridad individual?	
	- si
	- no
11.- ¿Considera conveniente que en el proyecto de renovación del mercado el patio de comidas se integre en el interior del mercado?	
	- si
	- no
12.- ¿Qué características sostenibles le gustaría ver incorporadas en la renovación? (seleccione hasta 3)	
	- Energía solar
	- Reciclaje de agua
	- Materiales reciclados
	- Eficiencia energética
	- Integración de elementos y áreas verdes
	- Otros (especifique)

Figura 24. Formato para las encuestas a usuarios (vendedores) del mercado.
Elaboración propia (2024).

En el caso de los clientes que usualmente compran o consumen los productos en el mercado el formato de la entrevista varia un poco con respecto al de los usuarios, no obstante, el objetivo y la estructuración de las preguntas es el mismo que el anterior y se ha realizado a los pobladores del barrio central aledaños al mercado.

 <div style="text-align: center;"> Universidad Técnica de Ambato Facultad de Diseño y Arquitectura Carrera de Arquitectura Encuesta </div> 	
Tema:	Intervención Urbano-Arquitectónica del mercado municipal del cantón Carlos Julio Arosemena Tola
Lugar de aplicación:	Cantón Carlos Julio Arosemena Tola en el Mercado Municipal
Grupo de enfoque	Clientes del mercado.
Introducción	
<p>La siguiente encuesta se realiza con el objetivo de conocer su perspectiva y puntos de vista con respecto a la funcionalidad, forma y estética del mercado municipal del cantón Arosemena Tola, y así conocer de manera clara su pensamiento acerca de las condiciones actuales en las que desempeñan sus actividades en el mercado. Además, se han desarrollado interrogantes que nos acercan a conocer a su visión de las posibles mejoras y soluciones que le gustaría que se implementen en una posible renovación del mercado.</p>	
Preguntas	
Información general	
1. ¿Cuántas veces a la semana acude al mercado?	
	- 1-2 veces
	- 3-4 veces
	- 5-7 veces
2. ¿Por qué tipo de productos o servicios normalmente acude al mercado con más frecuencia?	
	- Productos de la limpieza (escobas, aromatizantes, cloro, etc)
	- Productos de primera necesidad. (arroz, atún, aceite etc.)
	- Frutas y legumbres
	- Productos agrícolas de la zona
	- Cárnicos
	- Servicio de comida

Actualidad	
3.- ¿Cómo califica el estado actual del mercado?	
	- Bueno
	- Deficiente
4.- ¿Qué problemas funcionales ha experimentado en el mercado? (seleccione todos los que apliquen)	
	- Espacio insuficiente
	- Problemas de iluminación
	- Problemas de acceso
	- Problemas de Visibilidad
	- Falta de servicios básicos (baños, agua, etc.)
	- Control de olores
	- Deficiencia en la tipología del mercado (concepto cerrado de mercado)
	- Otros (especifique)
5.- ¿Considera que el concepto cerrado del mercado es el adecuado para el correcto funcionamiento y generar una buena dinámica en el mercado?	
	- si
	- no
6.- Teniendo en cuenta que existe poca afluencia a la infraestructura cerrada del mercado ¿Cuál son las causas por las que como cliente no ingresaría a la infraestructura cerrada del mercado?	
	Poca visibilidad
	Estética del mercado
	Por la deficiente organización y disposición de los espacios y zonas del mercado
	Otros (especifique).....
7.- ¿Piensa que el tamaño y la materialidad implementada en los cubículos o módulos de ventas son los adecuados?	
	- si
	- no
8.- ¿Considera que el confort térmico de la infraestructura cerrada del mercado es la adecuada?	
	- si
	- no

Renovación y Mejoras	
9 ¿Qué cambios considera más importantes para la renovación del mercado? (seleccione hasta 3)	
	- Mejora de la iluminación
	- Ampliación del espacio de venta
	- Mejora de los servicios básicos (baños, agua, etc.)
	- Mejora de la ventilación
	- Cambio en el concepto de mercado cerrado a uno más permeable con el entorno y abierto
	- Cambio en la distribución y la manera en la que están dispuestos los espacios de venta
	- Otros (especifique).....
11.- ¿Considera que las dinámicas del mercado mejorarían con un concepto de diseño abierto, sin paredes y con módulos de ventas con seguridad individual?	
	- si
	- no
12.- ¿Considera conveniente que en el proyecto de renovación del mercado el patio de comidas se integre en el interior del mercado?	
	- si
	- no
13.- ¿Qué características sostenibles le gustaría ver incorporadas en la renovación? (seleccione hasta 3)	
	- Energía solar
	- Reciclaje de agua
	- Materiales reciclados
	- Eficiencia energética
	- Integración de elementos y áreas verdes
	- Otros (especifique)

Figura 25. Formato para las encuestas a clientes del mercado. Elaboración propia (2024).

Objetivo 3. – Establecer estrategias urbano-arquitectónicas para el rediseño del mercado municipal que favorezca las dinámicas comerciales y sociales

En cumplimiento a este último Objetivo, se genera una metodología que se enfoca en una intervención arquitectónica de rediseño del Mercado Municipal tomando como base principal la información recolectada in situ, con la aplicación de las técnicas de recopilación de información mencionadas anteriormente, lo cual se complementa con la información recabada mediante la revisión de información de documentos concernientes al tema de rediseños de mercados, y al estudio de casos, para así plantear soluciones factibles en la propuesta arquitectónica del mercado municipal.

El programa arquitectónico se muestra como una herramienta imprescindible para evidenciar el trabajo proyectual realizado, puesto que se aborda el tema del mercado como el resultado del funcionamiento óptimo de una serie de espacios, donde los distintos módulos comerciales componen la unidad mínima de análisis para resolver funcionalmente el espacio del mercado.

En este sentido se busca una propuesta arquitectónica que resuelva las problemáticas planteadas, en búsqueda de mejorar y revitalizar las dinámicas de dicho equipamiento y a su vez generar un precedente de cómo abordar un proyecto urbano en el cantón que satisfaga las necesidades del usuario que a su vez brinden ambientes saludables, óptimos y estéticos.

Para mostrar visualmente el cumplimiento de este objetivo se acude al uso de herramientas de representación visual como son los planos arquitectónicos, los esquemas, modelos 3D y renders, esto con la finalidad de generar una propuesta de anteproyecto que muestre la lógica funcional que se ha desarrollado y como se ha abordado el tema de espacio público, accesibilidad y sostenibilidad.

CAPITULO III

INVESTIGACION DE CONTEXTO - DIAGNÓSTICO

3.1. Análisis externo

Como un primer acercamiento al entorno en el que se encuentra emplazado el Mercado Municipal de Carlos Julio Arosemena Tola, se procede a realizar un análisis de diferentes variables políticas, económicas y sociales con el objetivo de conocer dichos factores externos e identificar las problemáticas y oportunidades que podrían tener cierta influencia en una primera etapa proyectual del proyecto en cuestión y a la vez conocer el impacto que supone dicho proyecto en su entorno.

3.1.1. Análisis político y legal

Dentro de ámbito político se hace importante mencionar que el Mercado Municipal actúa bajo la administración del GADM de Carlos Julio Arosemena Tola, por ende al ver que en comparación a sus inicios el número de vendedores de mercado han ido disminuyendo y por el malestar que muestran los vendedores con la situación actual del mercado, a través la señora Esperanza, quien es la dirigente y portavoz del grupo de vendedores del mercado, han resuelto disponer de los recursos necesarios para una remodelación del mercado. A continuación, se muestra un organigrama local de cómo se está llevando a cabo el seguimiento y gestión del mercado.



Figura 26. Organigrama de gestión del mercado. Elaboración propia. (2024).

Adicional a esto, está el hecho de que el estado en la constitución del 2008 establece en su art. 264, en el literal 7 que los GAD deben de “Planificar, construir y mantener la infraestructura física y los equipamientos de salud y educación, así como los espacios públicos destinados al desarrollo social, cultural y deportivo, de acuerdo con la ley”. A esto se suman otras políticas, leyes y normativas que inciden de cierta manera en el proyecto de rediseño del mercado, los cuales se abordan el marco legal del presente proyecto.

3.1.2. Contexto económico

Arosemena Tola es un cantón que se encuentra en proceso de desarrollo, por lo cual su principal actividad económica está relacionada con el sector agro productivo, el cual corresponde al 49,1% del total de la economía local, donde la agricultura con un 18,72% es la principal actividad, aunque esta no están destinada al cien por ciento a al comercio, puesto que en el sector comercial no genera los suficientes recursos monetarios para el mantenimiento óptimo de la familia, por tanto también se destina al consumo propio. El sector mercantil conforma un 9 % de la economía local del cantón, en el cual se encuentra inmiscuido las actividades comerciales del mercado. (GADM CJAT, 2022).

Dentro de este contexto se hace imprescindible fomentar el comercio de la producción agrícola, siendo el mercado uno de los medios principales para llegar a alcanzar este objetivo, además de las políticas de la municipalidad y el apoyo a este sector.

En términos de recursos económicos, para afrontar un proyecto de intervención en el mercado, el GADM de Carlos Julio Arosemena Tola, al haber diagnosticado un problema funcional en el mercado Municipal y tras haber analizado su capacidad para financiar dicho proyecto se ha planteado una remodelación del equipamiento, ya que los recursos monetarios no permiten afrontar un proyecto de un Nuevo Mercado. En este sentido el GADM de CJAT planea invertir un aproximado de 60 000 dólares en una consultoría para la remodelación del mercado y desde este punto de partida determinar la cantidad monetaria que se va a asignar para afrontar la remodelación del Mercado Municipal.

3.1.3. Contexto social

En el ámbito social se analiza el tema de las dinámicas sociales, donde se ha evidenciado mediante la información recabada, que existe un cierto abandono social del mercado debido al concepto mal aplicado en el diseño y construcción del mismo, a esto hay que sumarle que con el desarrollo urbano han surgido, las dinámicas sociales han cambiado y el mercado ya no tiene la misma fuerza de ser el principal centro de abastecimiento del cantón, puesto que han surgido negocios comerciales que ofrecen el mismo servicio de manera más rápida y confortable para el usuario, por lo que actualmente el área que ha ganado protagonismo y posibilita la mediana capacidad dinámica del mercado es el patio de comidas.

3.2. Análisis interno

Con el objetivo de conocer los diferentes factores y elementos que mercean una cierta consideración al momento de proyectar una nueva reinterpretación del espacio del mercado, se realiza un análisis FODA en la que se analizan las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, del proyecto de intervención, en la búsqueda de crear un espacio más integral y de beneficio urbano a corto y largo plazo. A continuación, se presenta el esquema realizado para presentar de manera concisa y resumida los resultados obtenidos del análisis FODA realizado al mercado Municipal de Arosemena Tola.

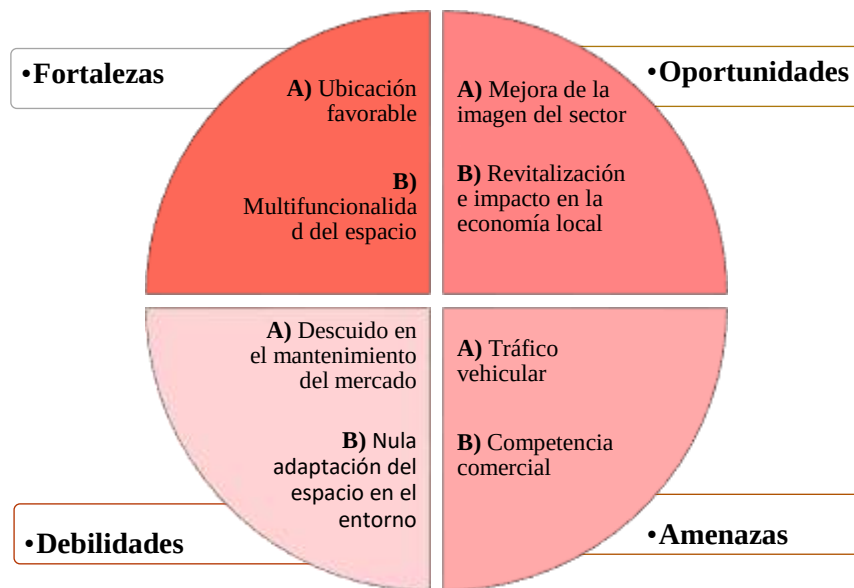


Figura 27. Análisis FODA. Elaboración propia. (2024).

3.2.1 Fortalezas

- a) ***Ubicación favorable.*** - Al estar posicionado en un lugar estratégico, se convierte en un espacio accesible y visible, por ende, se puede transformar en un centro de atracción tanto para los residentes locales como para visitantes. Esta ubicación permite un el flujo constante de clientes, lo que puede traducirse en mayores oportunidades de negocio y rentabilidad de los mismos y así se contribuye al dinamismo del mercado dentro de la comunidad.
- b) ***Multifuncionalidad del espacio.*** – Esto se traduce en la oportunidad de crear un espacio comercial diferente a lo convencional y lo que estamos acostumbrados, el cual contará con características únicas en aspectos tanto funcionales como estéticos, transformándose en un espacio más dinámico y sobre todo favorable para los vendedores del lugar y del mercado

3.2.2 Oportunidades

- a) ***Mejora de la imagen del sector.*** - Esto implica la capacidad de transformar la percepción general y memoria existente del entorno urbano de Arosemena Tola. Al implementar un rediseño estético y funcional en el Mercado Municipal, se plantea lograr una mejora en la imagen estética, creando un ambiente atractivo y moderno. Esto en primera instancia trae beneficios en la manera de cómo se percibe del mercado desde el punto de vista de los visitantes y usuarios del mercado, además de que se fortalece la identidad comercial del sector, generando atracción para posibles nuevos usuarios y un sentido de pertenencia para la comunidad.
- b) ***Revitalización e impacto en la economía local.*** - Las efectivas implementaciones de estrategias en el rediseño del Mercado pueden desembocar en la recuperación de antiguos comerciantes que han abandonado el mismo por diversas razones, y posiblemente la atracción de nuevos consumidores y visitantes al mercado, lo que se a su vez provoca un incremento en las actividades comerciales y fomenta una posible diversificación de productos y servicios.

3.2.3 Debilidades

- a) ***Descuido en el mantenimiento del mercado.*** - Esta variable conlleva la posibilidad de un deterioro en el ámbito tanto físico como estético del Mercado Municipal, lo que puede generar una percepción negativa de usuarios, visitantes y residentes del entorno urbano del cantón Carlos Julio Arosemena Tola. La falta de atención y mantenimiento puede atraer consigo afectaciones en el funcionamiento de las instalaciones del mercado, comprometiendo en este sentido la seguridad y la experiencia de quienes forman parte activa de las actividades en el mercado.
- b) ***Nula adaptación del espacio en el Entorno.*** - En el supuesto caso de que el Mercado Municipal no se integre de manera efectiva con el entorno urbano circundante puede suponer la pérdida de oportunidades como la atracción de residentes, usuarios y visitantes al Mercado. En este sentido la desconexión puede afectar en el acceso peatonal, en la disminución de visibilidad y experiencia de aquellos actores que interactúan constantemente en el espacio

3.2.4 Amenazas

- a) ***Tráfico vehicular.*** - En este aspecto se identifica el tráfico vehicular como un factor que puede afectar de manera negativa la experiencia de quienes visitan el mercado. El considerable flujo vehicular, tanto de transporte liviano como pesado puede suponer un problema en la seguridad de usuarios del mercado al querer cruzar la vía para acceder al mismo, además está el hecho de que algunos vehículos se estacionan en ambos sentidos de la vía, dificultando la visibilidad del tránsito de vehículos y la acción de cruzar la calle aún más. Esto puede ser un factor disuasorio para los usuarios del mercado al momento de ir al mercado, prefiriendo por tal motivo acceder a tiendas que no tienen esta amenaza del tráfico vehicular al cruzar la calle.
- b) ***Competencia Comercial.*** – Considerando que Arosemena Tola es un cantón relativamente pequeño, la competencia comercial puede impedir que se logre una completa revitalización del espacio del mercado.

3.3. Resultados por objetivos.

A continuación, se detallará los resultados obtenidos mediante la aplicación de las técnicas de recolección de información mencionadas en el capítulo dos del presente documento, con el objetivo evidenciar el cumplimiento de los objetivos propuestos al inicio de este proyecto. Es importante mencionar que se abordaran los resultados obtenidos por cada objetivo específico planteado.

Objetivo 1. - Analizar literatura correspondiente a mercados y centros de abastos con un enfoque en el rediseño y estrategias arquitectónicas aplicables.

Dentro del análisis de literatura correspondiente a mercados y centros de abastos, enfocado en el rediseño de estos y estrategias arquitectónicas aplicables se presenta una revisión de proyectos arquitectónicos con un objetivo similar de rediseño de mercados, una revisión histórica de la evolución del concepto de mercado y su evolución tipológica en el tiempo, además de una revisión conceptual de términos que se ven involucrados en el rediseño del mercado, lo cual se evidencia dentro del estado del arte y el marco histórico, conceptual y legal que ya han sido presentados en el capítulo I del presente trabajo.

Objetivo 2. - Realizar un análisis pertinente del sector e identificar las necesidades del estado actual del Mercado Municipal de Carlos Julio Arosemena Tola

En cumplimiento del objetivo de realizar un análisis pertinente del sector e identificar las necesidades espaciales del estado actual del Mercado Municipal de Carlos Julio Arosemena Tola, se presenta el análisis de contexto realizado, donde se sitúa la intervención urbano-arquitectónica, y se da a conocer algunas de las características del entorno y el contexto en el que se desenvuelven las actividades y dinámicas del mercado.

3.2. Análisis del Contexto

A través del estudio del contexto inmediato de Arosemena Tola, se busca captar la esencia de su identidad y carácter, así como comprender los procesos de cambio y transformación que están dando forma a su paisaje urbano. Este análisis proporcionará una base sólida para la toma de decisiones de diseño que promuevan un desarrollo urbano sostenible y resiliente en este rincón de la Amazonía ecuatoriana.

3.2.1. Ubicación

El Mercado Municipal se encuentra ubicado en la región Amazónica del Ecuador, provincia de Napo, en el cantón Carlos Julio Arosemena Tola, en la cabecera cantonal, en el barrio central. De acuerdo al PUGS (2022) de CJAT, este sector se encuentra ubicado dentro del Polígono de Intervención Territorial Urbana Consolidado No:09 (PITU(C)-09). Carlos Julio Arosemena Tola, comúnmente referido simplemente como Arosemena Tola, se encuentra inmerso en el corazón de la selva tropical ecuatoriana, lo que le otorga una supremacía y abundancia del entorno natural.

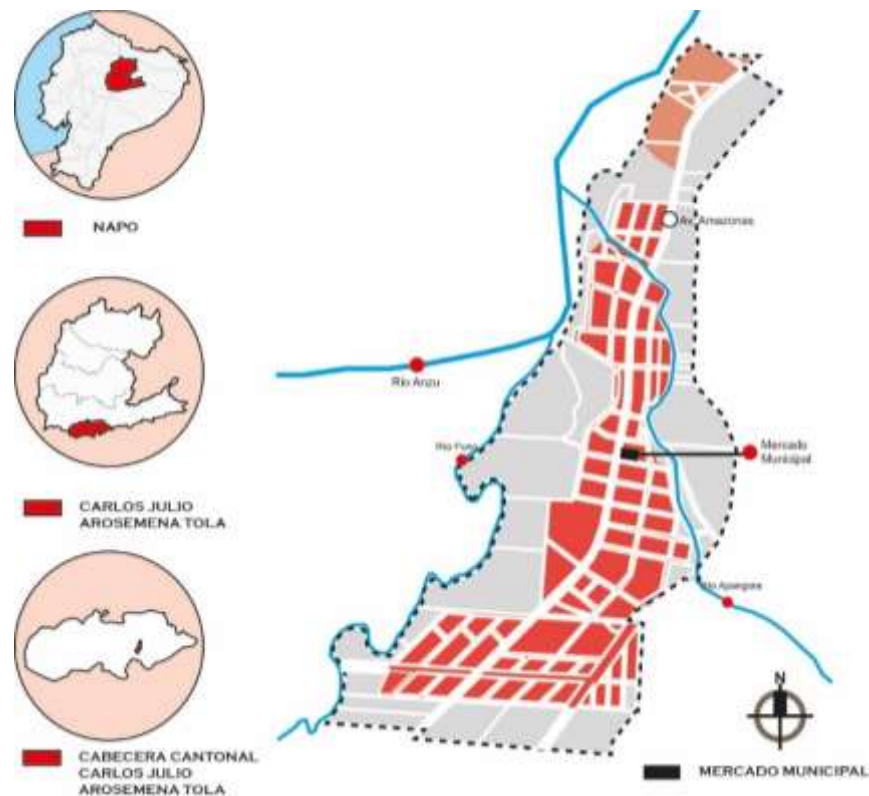


Figura 28. Ubicación del Mercado Municipal de Carlos Julio Arosemena Tola.

Elaboración propia. (2024).

En la imagen se puede apreciar de una manera visual la ubicación del proyecto de intervención arquitectónica del mercado, donde además se evidencia que dicho proyecto ocupará una posición central dentro del cantón. Esto resalta la importancia estratégica de la ubicación del proyecto dentro de la comunidad y por ende se debe buscar su integración con los demás equipamientos públicos existentes en el entorno, además de que por su ubicación facilitar el acceso a los residentes locales y visitantes que deseen utilizar las instalaciones del mercado es una necesidad.

3.2.2. Análisis a escala Meso

a) Organización territorial

De acuerdo al Plan de Uso y Gestión de Suelo (PUGS) de Carlos Julio Arosemena Tola (CJATA), (2020) la cabecera cantonal Carlos Julio Arosemena Tola se encuentra organizada mediante doce polígonos de intervención territorial, los cuales están clasificados como urbanos o rurales, en el caso de los polígonos urbanos estos se subdividen como polígonos urbanos Consolidados (C) y no consolidados (NC) (PUGS, 2020). En este sentido se puede manifestar que el polígono en el que se plantea la propuesta del rediseño del mercado es el PITU(C)- 09, el cual en la imagen se puede apreciar que esta remarcada con una línea entrecortada de color negro.

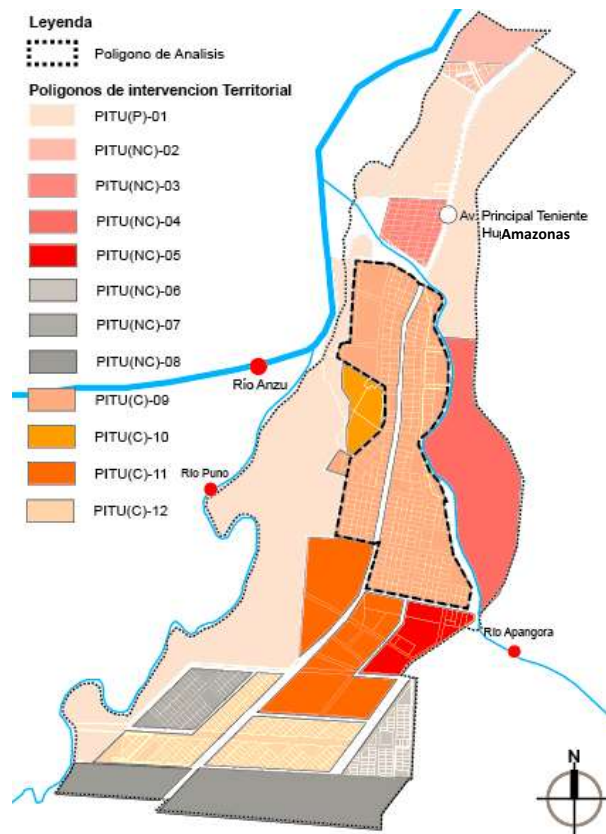


Figura 29. Organización territorial del Cantón CJAT por polígonos de intervención.
Elaboración propia. (2024).

En la figura se puede apreciar de manera grafica que se está llevando a cabo un modelo de desarrollo lineal en dirección Norte y Sur a través del eje vial estatal de la Av. Amazonas, esto como producto de la ideología de la población de aprovechar el

potencial económico de la Avenida principal, por lo que los lotes con conexión directa a esta avenida, son los más ocupados y consolidados, cabe destacar que el desarrollo del territorio de cierta manera también se ve afectado y condicionado en cuanto a su forma por la influencia de los trayecto que toman los cuerpos de agua cercanos, los cuales además cabe recalcar que son elementos importantes dentro de las dinámicas del cantón ya que estos son generadores de espacios recreativos y turísticos en el cantón, los cuales en fechas específicas de feriado son catalizadores de considerables grupos de visitantes, lo que se traduce en una mayor dinámica social en el cantón

b) Consolidación

En este aspecto se hace referencia a aquellas áreas urbanas donde ha existido un proceso de asentamiento y fortalecimiento de la calidad de vida y eficiencia de servicios básicos. En base a esto en la siguiente figura se muestra el proceso de consolidación del cantona partir de los datos obtenidos del PUGS de CJAT.



Figura 30. Tratamiento urbano y consolidación de la cabecera cantonal de CJAT.

Elaboración propia (2024).

El polígono urbano está llevando a cabo un desarrollo lineal en sentido norte-sur a lo largo del eje vial de la troncal amazónica, conocida en Arosemena Tola como la avenida Amazonas, motivo por el cual la mayor consolidación urbana se desarrolla justamente en torno a este eje vial que atraviesa la ciudad. La avenida Amazonas al ser una vía que conecta las regiones costa y sierra, es motivo de un elevado tráfico vehicular, debido al comercio de productos entre estas dos regiones, esto ha supuesto que esta característica sea aprovechada por los residentes del cantón para emprender su negocio y ofrecer un servicio a esta gente, por ende, la consolidación es el resultado de la ciudad vista como un producto de oportunidad para el desarrollo económico.

c) Amanzanado

Se evidencia un polígono urbano que aún se encuentra en proceso de consolidación, según lo establecido en el Plan de Uso y Gestión del Suelo (2020). Aproximadamente un 34,64% del área urbana se encuentra amanzanada, es decir, constituida por varias manzanas o una manzana. En consecuencia, el 65,36% restante se encuentra disperso, careciendo de este proceso de amanzanamiento (PUGS, 2022).



Figura 31. Área amanzanada y dispersa. *Elaboración propia (2024).*

Dentro del área amanzanada se identifican una trama urbana regular, con una retícula que se acopla al eje vial estatal y que busca mantenerse alineado con un eje que se genera desde el este a oeste del polígono urbano, dando como resultado manzanas con formas trapezoidales y rectangulares, donde las de mayores dimensiones son las que se destinan a ocuparse por edificaciones de equipamientos o como espacios de carácter publico

d) Usos de suelo

El uso de suelo en el área urbana de la cabecera cantonal es mayoritariamente de uso residencial, donde el eje vial estatal determina donde se desarrolla los usos de suelo múltiple, por su potencial comercial. Conforme a lo que se establece la ordenanza actual del cantón, se determina que el uso de suelo se divide en zonas de uso residencial de alta, mediana o baja densidad, de uso múltiple, de uso de equipamientos y de uso comercial y de servicios (PUGS, 2022).



Figura 32. *Uso de suelo en la cabecera cantonal. Elaboración propia (2024).*

En este sentido en la figura 32 se puede evidenciar que la mayoría del uso de suelo corresponde a viviendas de mediana densidad, además de que en la Av. Amazonas existe un predominio de las viviendas de uso múltiple, lo cual genera un flujo considerable de los habitantes por esta zona, por otro lado también se visualiza un área considerable destinado a albergar equipamientos, esto sumado al hecho de que la mayoría de centros poblados aledaños a la cabecera cantonal Arosemena Tola no cuentan con los equipamientos necesarios de servicios necesarios, se evidencia una mayor afluencia de personas en el polígono urbano.

e) Llenos y vacíos

Se identifican una considerable cantidad de vacíos urbanos en la zona. Estos vacíos corresponden a que Arosemena Tola es un cantón que aún se encuentra en proceso de desarrollo y crecimiento urbano, sin embargo, también existen vacíos generados por los bordes naturales de protección de las cuencas hidrográficas. Es importante añadir que donde se encuentra mayor vacío urbano corresponde a áreas que no tienen una relación directa con la Av. Amazonas.

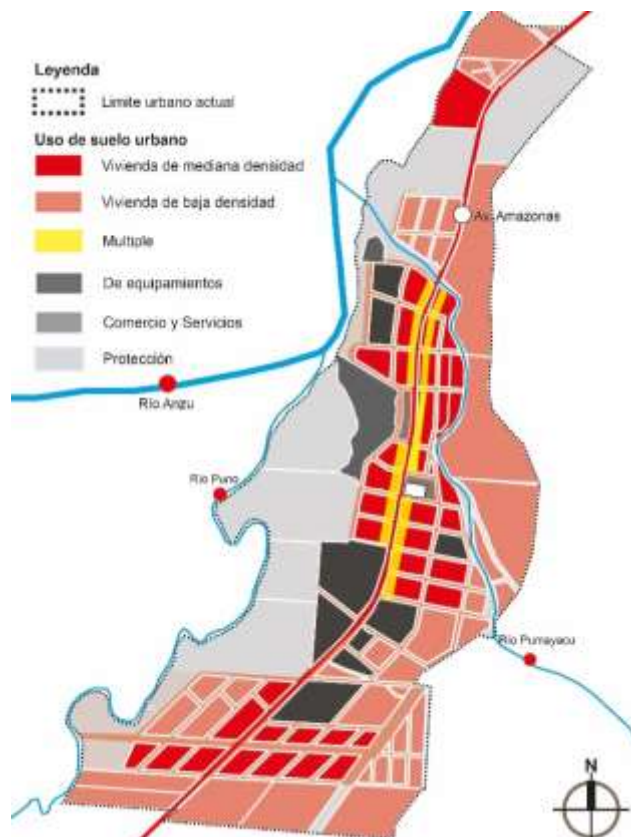


Figura 33. *Uso de suelo en la cabecera cantonal. Elaboración propia (2024).*

f) Equipamientos

En el polígono de intervención de la zona urbana de Arosemena Tola se realiza una identificación de la red de equipamientos, que brindan un servicio al cantón, clasificándolos de acuerdo a lo establecido en la ordenanza del PUGS de Carlos Julio Arosemena Tola. Mediante un mapeo se identifica de manera grafica como están distribuidos los equipamientos por el territorio de la parroquia, observando que existe un vínculo entre el mercado y algunos de ellos. Dicho vínculo se encuentra establecido por el eje vial de la Av. Amazonas.

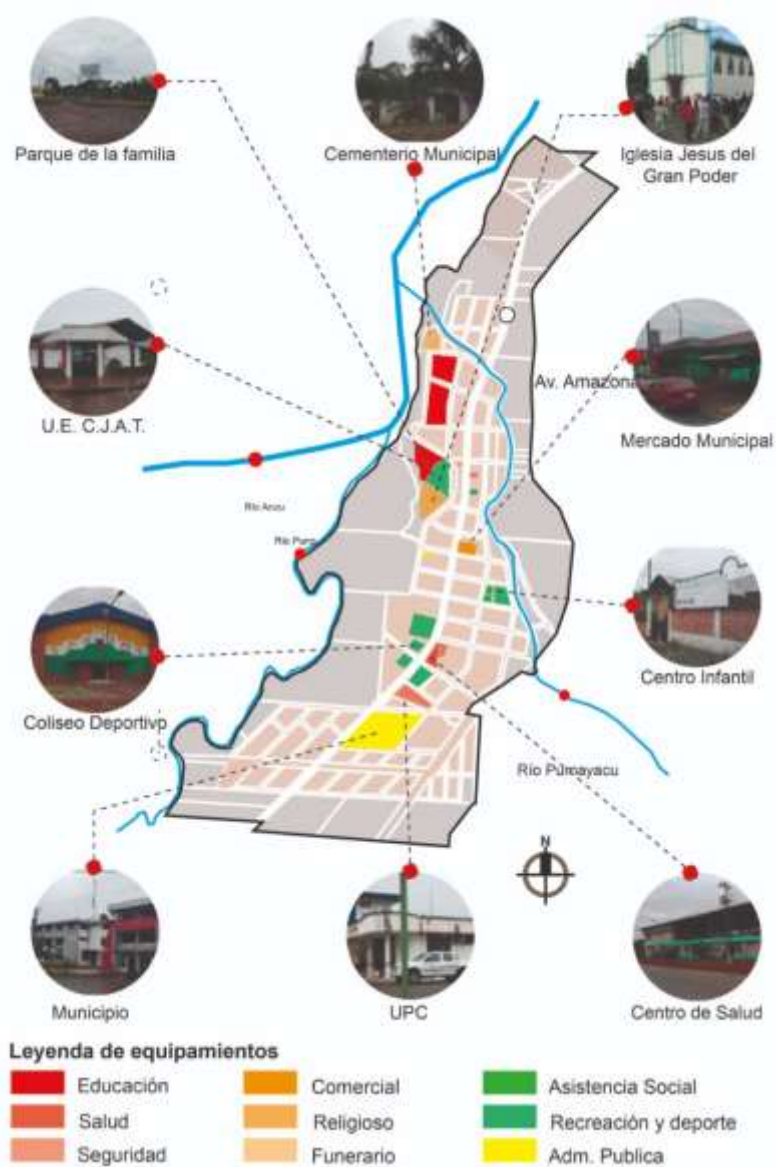


Figura 34. Mapa de equipamientos. Elaboración propia (2024).

La siguiente tabla muestra de manera detallada todos lo equipamientos con los que cuenta la parroquia Arosemena tola, clasificándolos de acuerdo a su tipología funcional establecida en PUGS del cantón.

Tabla 3

Equipamientos existentes en la parroquia Arosemena Tola

Equipamiento de Educación	Equipamiento de Salud
	
Unidad Educativa Carlos Julio Arosemena Tola	Centro de Salud de Carlos Julio Arosemena Tola.
Equipamientos de Seguridad	
	
UPC	Cuerpo de bomberos
Equipamiento Comercial	Equipamientos de funerario
	
Mercado Municipal	Cementerio municipal
Equipamientos religiosos	
	
Iglesia católica "Jesús del Gran poder"	Iglesia Evangélica "Del nombre de Jesús".

Equipamientos de Asistencia social	
	
Centro infantil	
Equipamientos de Recreación y deporte	
	
Parque Municipal	Parque Biosaludable de la familia
	
Estadio Tzatzayacu	Cancha de césped sintética
Equipamientos de Administración pública	
	
Municipio de Arosemena Tola	CNT EP.

Nota. Fuente. Elaboración propia (2024).

g) Vialidad

La Av. Amazonas forma parte del eje vial de la troncal amazónica, por lo tanto, es una vía principal que mantiene conectada toda la región Amazónica, por ende, es una calle muy transitada por vehículos livianos y pesados. Carlos Julio Arosemena Tola al ser un cantón de transición entre el Cantón Tena y Pastaza que se desarrolla en torno a esta avenida, se producen ciertos problemas de movilidad que pueden resultar en un cierto punto de conflicto vehicular y peatonal, en especial en horas pico, ya que el mercado y la mayoría de equipamientos cuenta con conexión directa a la av. Amazonas, por ende los vehículos que están de paso optan por estacionarse en esta vía a pesar de tener un área de estacionamiento en la calle lateral.

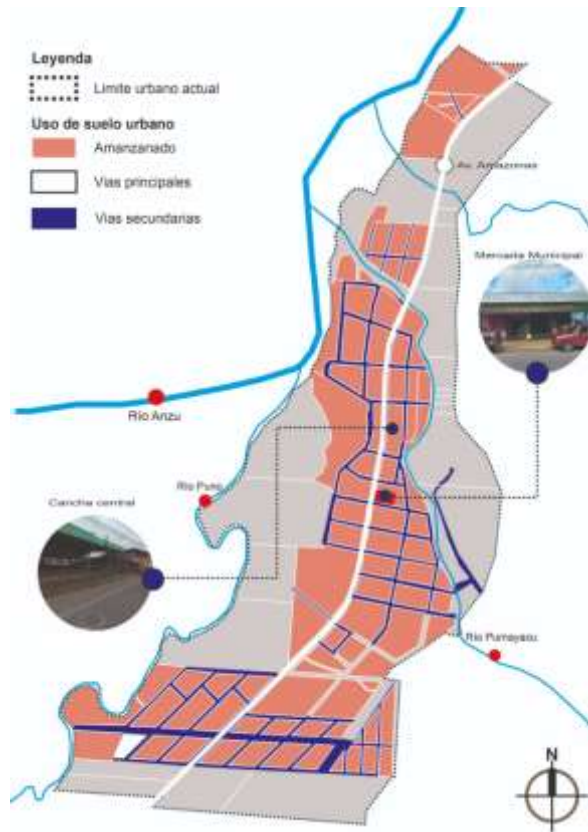


Figura 35. Vialidad de la cabecera cantonal CJAT. Elaboración propia (2024).

3.2.3. Análisis a escala Micro

Para el diagnóstico realizado a continuación se reduce la escala de análisis del lugar, con el objetivo de leer el entorno urbano desde el contexto inmediato al lugar en el que se realiza la investigación.

a) Topografía y relieve.

El cantón en general posee una topografía y relieve montañoso, sin embargo, dentro de la escala micro de estudio, se puede notar un relieve con una ligera pendiente en el terreno, siendo que desde el lindero frontal a la Avenida Amazonas se produce una pendiente en descenso de 1.5 metros hasta el lindero posterior. Para un mejor entendimiento se introduce una imagen volumétrica del terreno para entender visualmente este apartado. Es importante mencionar que el terreno donde se encuentra implantado el mercado esta completamente nivelado al nivel de la Av amazonas, por lo que, en el lindero posterior a la Av., Amazonas se evidencia un desnivel considerable.

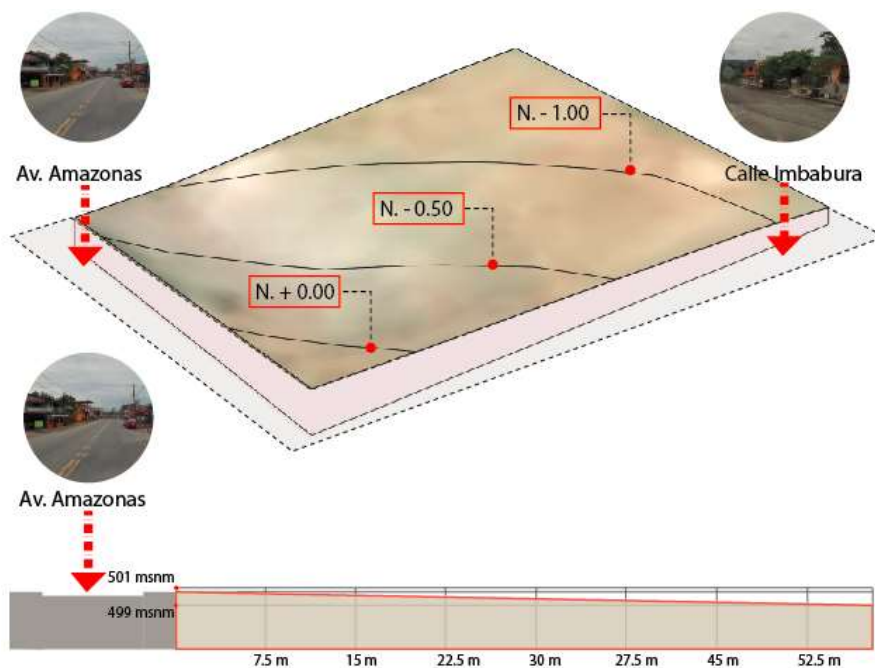


Figura 36. Axonometría y corte de la topografía. *Elaboración propia. (2024).*

b) Edificabilidad

El análisis de edificabilidad se realiza con el objetivo de entender cómo se está desarrollando perfil urbano de Arosemena Tola, para lo cual se presenta un modelado volumétrico del entorno y contexto inmediato del mercado, donde se puede apreciar edificaciones de un piso representadas por los volúmenes de color blanco, de dos pisos representada por el color rojo oscuro y de tres pisos representados por el color rojo más claro e intenso. Esto se realiza para evitar que las proyecciones de sombra impidan una correcta iluminación natural del proyecto a realizar.

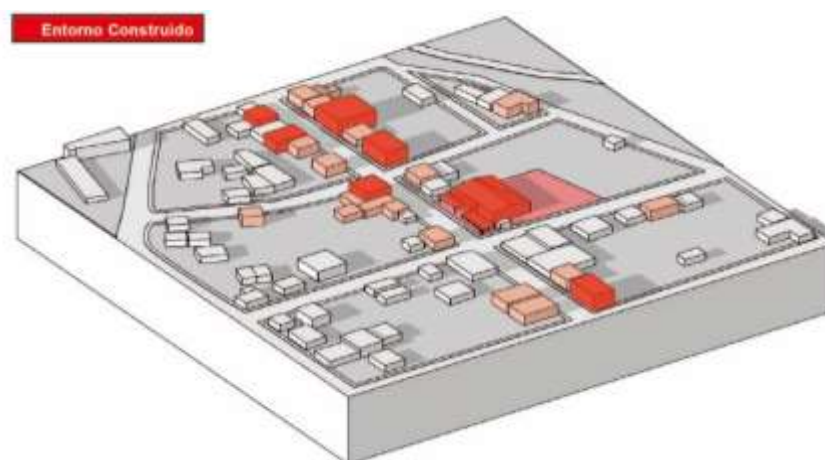


Figura 37. Entorno construido. *Elaboración propia. (2024).*

c) Movilidad y accesibilidad.

El mercado al estar ubicado en un terreno esquinero se ve influenciada por dos vías de acceso, una de ellas es la avenida principal Amazonas y la otra es la calle secundaria Imbabura. Desde la Av. Amazonas el acceso de personas al mercado es más común ya que al ser una vía principal cuenta con un mayor flujo peatonal, además está el hecho de que el patio de comidas se encuentra en esta zona. La calle Imbabura es una calle secundaria y el ingreso al mercado por esta vía es muy poco común, sin embargo, por esta calle transitan madres de familia que van a dejar y traer a sus hijos en el centro de cuidado infantil que se encuentra cerca del mercado.

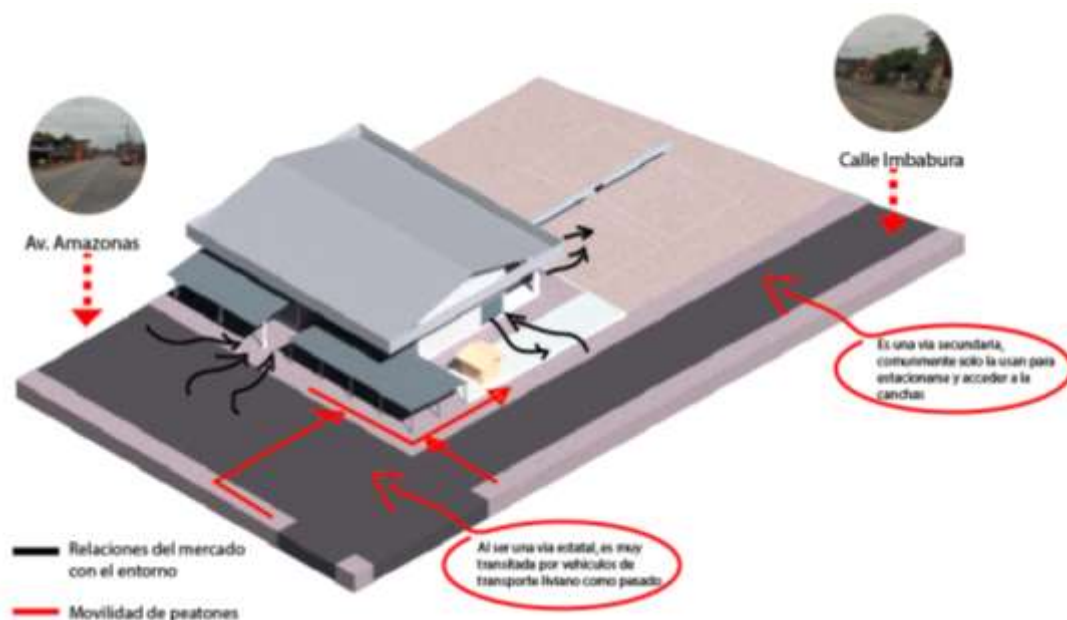


Figura 38. Diagrama de accesibilidad y movilidad en el mercado. Elaboración propia. (2024).

d) Dinámicas del sector del mercado.

Para poder determinar las dinámicas del mercado, la información levantada gracias al diario de observación que se puede evidenciar desde el **Anexo 1** al **anexo 8**. En primera instancia tenemos que el mercado cuenta con dos elementos construidos improvisadamente, los cuales le roban el protagonismo a la infraestructura principal del mercado, creando un obstáculo visual para el mismo, en especial el espacio de gastronomía.

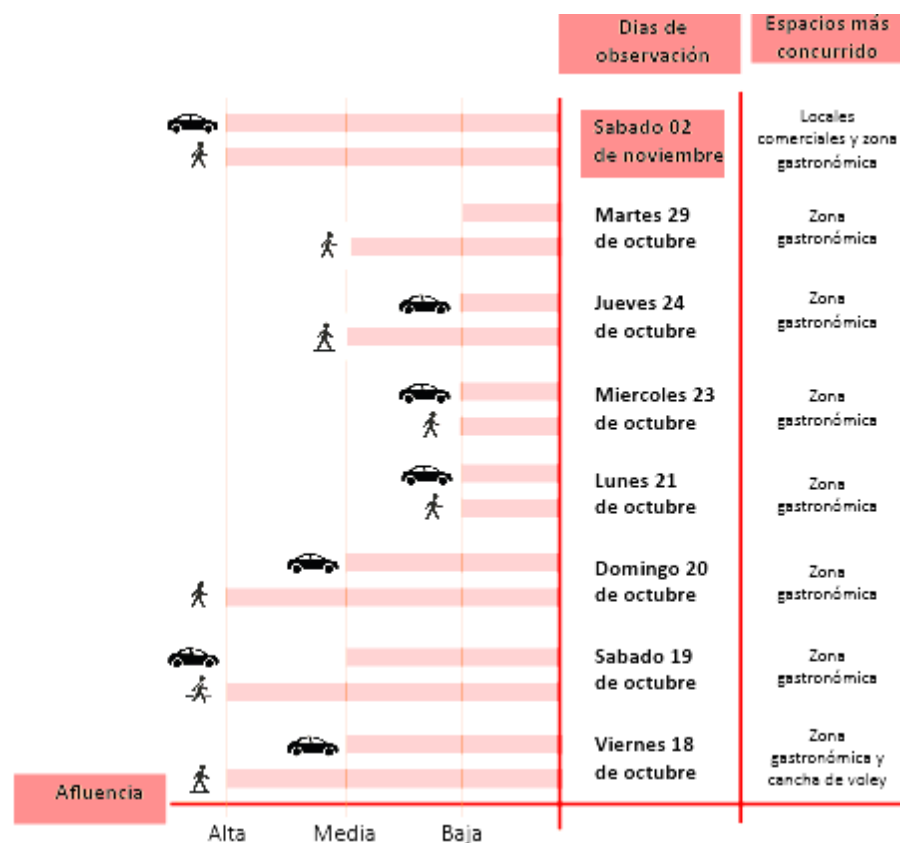


Figura 39. Esquema a partir del diario de información. Elaboración propia. (2024).

En cuanto a la afluencia de gente tenemos que las horas en las que el mercado recibe más visitantes es en horas de la tarde y noche, pues es este periodo de tiempo que se abren los puestos gastronómicos, por lo cual se determina que las dinámicas del mercado están determinadas principalmente por la zona gastronómica. Cabe recalcar además que cuando abren los puestos de gastronomía, se produce un mediano nivel de congestión en la calle, ya que los vehículos suelen estacionarse frente al mercado en los dos sentidos de la Av. Amazonas.

Además de los puestos gastronómicos tenemos el hecho de que el área recreativa también atrae a la población, en especial en las horas de la noche, cuando generalmente las personas ya han salido de sus horarios laborales, no obstante, el área recreativa para niños sufre de un cierto abandono, ya que muy pocos acuden a este espacio, detectándose que puede deberse a los problemas de mantenimiento o a una errada disposición del mismo.

Se visualizó también que existen espacios adaptados en el contexto inmediato del mercado, que bien podrían funcionar en el mismo, sin embargo, el concepto del mercado y la disposición de los locales no es óptimo, por lo que no se integran a las actividades internas del mercado.

Las dinámicas del mercado cambian completamente cuando se acercan fechas culturales, de tradiciones o de feriado, puesto que reciben una afluencia más constante de clientes, en especial la infraestructura principal del mercado y en los casos que los feriado conlleven alguna tradición gastronómica los puestos de comida modifican el menú que ofrecen. Incluso en estas fechas es más común ver que personas hacen uso de una zona de la plaza del mercado para hacer feria libre.

3.2.4. Análisis arquitectónico

En este punto se realiza un análisis y diagnóstico del estado actual del mercado, valorando parámetros que abarcan tanto aspectos funcionales, así como el constructivo, y los niveles de confort del equipamiento con la finalidad de conocer de manera profunda las problemáticas, en cuanto a la infraestructura del equipamiento.

3.2.4.1. Análisis Funcional

El análisis funcional realizado, se enfoca en diagnosticar como se llevan a cabo las actividades del mercado, analizando los espacios con los que cuenta, sus ambientes y como es la relación comercial entre clientes y usuario en el día a día,

a) Programa arquitectónico actual

Este apartado es de suma importancia para el desarrollo del proyecto, pues a partir de este programa se desarrollará el que se implementará en la intervención urbano arquitectónica del mercado, teniendo en cuenta las percepciones de los usuarios y clientes del mercado recabadas en las entrevistas y los diálogos mantenidos con los diferentes actores del mercado.

En la **tabla 7** que se presenta a continuación se muestra el programa arquitectónico que se está desempeñando actualmente, donde se exponen todas las zonas y áreas con las que cuenta el mercado municipal, además de reflejar como están equipados cada una de las áreas comerciales.

Tabla 4

Programa arquitectónico actual

ZONAS	SUBZONAS	DESCRIPCIÓN DE ESPACIOS	MOBILIARIO	
			FIJO	MOVIL
Vehicular	Parada de Bus	1 parada de bus	-	-
	Estacionamientos	6 (ninguno para personas de capacidades especiales)	-	-
Publica y recreativa	Área deportiva	2 (canchas de vóley)	Juegos infantiles	-
	Área recreativa	1 área con 3 Juegos infantiles)	Sube y baja, columpios, resbaladeras	
	Área sanitaria	1 (usuarios y comerciantes)	Inodoros, urinarios, y lavamanos	
Comercio	Área de frutas y verduras	1 (modulo)	-	Repisas
	Plaza Gastronómica	6 (5 puestos de comida y 1 juguería)	-	Mesas y sillas
	Plaza de feria libre	1 espacio al aire libre	-	-
	Locales comerciales interiores y exteriores	Módulos Interiores: 5 Módulos Exteriores: 4	Mesones	Mostradores repisas sillas

Nota. Fuente. Elaboración propia (2024).

b) Accesibilidad

El mercado cuenta dos ingresos, uno de ellos que es el principal tiene relación directa con la Av. Amazonas, y otro que se da por la calle Imbabura, no obstante, estos ingresos no se encuentran jerarquizados y se pierden entre los elementos de los espacios improvisados construidos. También se puede evidenciar dos salidas de emergencia, una de ellas que da a las canchas de vóley y otra al lindero posterior a la calle Imbabura.

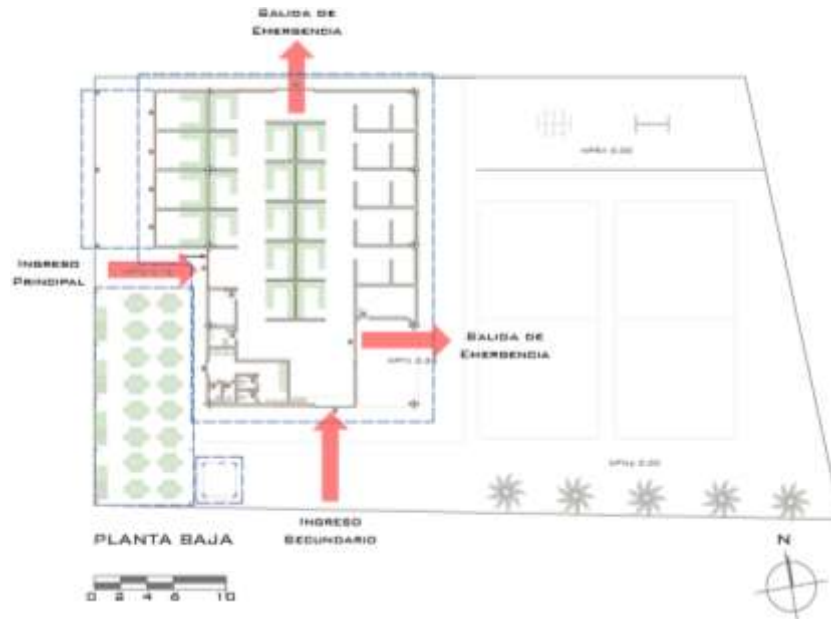


Figura 40. Planta de accesos al mercado. Elaboración propia. (2024).

c) Análisis funcional de espacios

Para el análisis de los espacios se realizó una ficha de análisis de espacios, las cuales se ubican en los anexos de este proyecto, y abarca desde el **Anexo 9**, hasta el **Anexo 10**. En función de estos se ha podido extraer las siguientes conclusiones de cada uno de los espacios con los que cuenta actualmente el mercado.



Figura 41. Zonificación. Elaboración propia. (2024).

1.- Parada de Bus. – Es un espacio que es muy utilizado por la población, el cual cuenta con tomas de corriente para cargar teléfonos e incluso utilizar computadoras portátiles, sin embargo, es una parada que, en las horas de las tardes, suele verse afectado por la humareda de los puestos de comida que se encuentran ubicadas en la parte posterior del mismo.



Figura 42. Parada de bus. *Elaboración propia. (2024).*

2.- Estacionamiento. – Espacio de uso público donde pequeños camiones y camionetas se estacionan para descargar productos agrícolas en el mercado, y donde las personas que viven cerca suelen estacionarse de vez en cuando. Este espacio en las horas de la noche, suele estar ocupado completamente por las actividades deportivas que se realizan en las canchas de vóley.



Figura 43. Estacionamiento. *Elaboración propia. (2024).*

3.- Área deportiva. – Este espacio se usa generalmente en las horas de la tarde y la noche, ya que el área deportiva involucra una actividad pensada para jóvenes y adultos, quienes acuden a este lugar con sus automóviles y motocicletas después de las jornadas laborales.



Figura 44. *Canchas de vóley. Elaboración propia. (2024).*

4.- Área recreativa. - Este espacio comúnmente es poco utilizado por el hecho de no estar en las mejores condiciones, y la falta de mantenimiento de los juegos infantiles, por tal motivo los niños se quedan con esa percepción y no acuden al espacio. Este espacio se pensó como un área donde los hijos de los comerciantes y las personas que acuden al área deportiva puedan distraerse mientras los padres trabajan en los locales o juegan vóley.



Figura 45. *Juegos infantiles. Elaboración propia. (2024).*

5.- Área de frutas y verduras. - Este espacio en un principio no tenía un lugar específico en el que ubicarse, pero gracias a intervenciones puntuales de la municipalidad se adaptó una zona que antiguamente era de administración pública que era usada como bodega de alimentos, y se le dio el uso de local de frutas y verduras.



Figura 46. *Zona de frutas y verduras. Elaboración propia (2024).*

6.- Área Gastronómica. – Es el área de más trascendencia en el mercado, pues el que más afluencia de gente genera, sin embargo, se puede mejorar con una mejora en el espacio en el que desarrollan sus actividades, ya que es un espacio improvisado.



Figura 47. Área Gastronómica Elaboración propia (2024).

7.- Plaza de feria libre. – Es un espacio itinerante que se usa espontáneamente, dependiendo de las personas nativas del cantón, quienes comúnmente usan este espacio los días viernes, sábado y domingo, y a veces lunes, pero no mantienen un horario fijo.



Figura 48. Plaza de feria libre. Elaboración propia. (2024).

8.- Locales comerciales. - Los locales interiores son los que más falencias funcionales y espaciales poseen, pues gracias al contacto directo con los vendedores se pudo conocer que el espacio es insuficiente para que ellos puedan exponer todos sus productos, además de que guardan un poco confort ergonómico, sin mencionar el hecho de que los locales que su ubican en la parte trasera del mercado, están completamente abandonados. Mientras que los locales son las más beneficiados del funcionamiento actual del mercado al encontrarse en relación directa con la Av. Amazonas.



Figura 49. Módulos comerciales exteriores e interiores. *Elaboración propia. (2024).*

9.- Baños. – Los baños están funcionando correctamente, pero posicionalmente el hecho de que de directamente a la fachada principal del mercado lo vuelve poco atractivo estéticamente. Además, cabe recalcar que estos no están separados por género, si no que existe una sola batería sanitaria siendo usado por hombres y mujeres



Figura 50. Baños. *Elaboración propia. (2024).*

3.2.4.2. Análisis constructivo

Este análisis hace referencia a como esta conservado y conformado se ha llevado a cabo el sistema constructivo del mercado, así como su materialidad, acabados en piso, puertas, ventanas y techo, para en base a ello determinar como el alcance que tendrá la intervención del mercado

a) Sistema estructural

Estructura. -Es de tipo aporticado, donde las columnas están realizadas con hormigón armado y las vigas para la cubierta de dos aguas son de acero de tipo cerchado, fabricadas con perfilería metálica tipo C. Es decir que el sistema porticado se maneja como una nave industrial, por las grandes luces que se manejan para la cubierta. A continuación, se presentan una imagen del sistema estructural del mercado

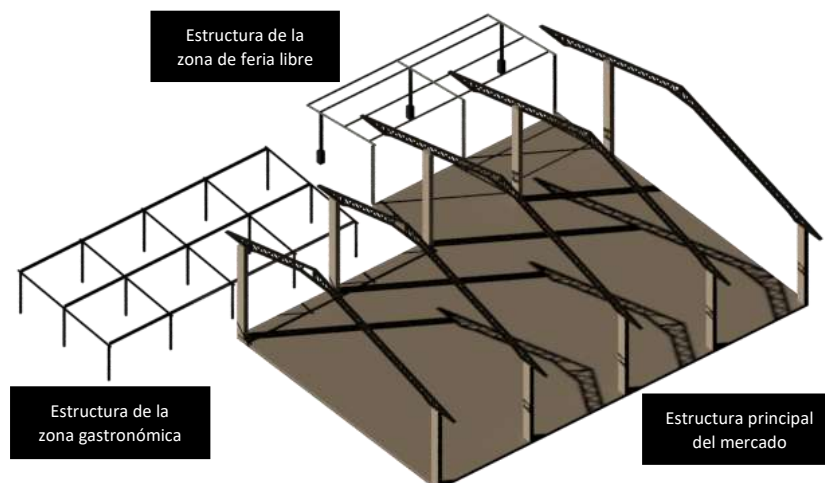


Figura 51. Sistema estructural del edificio del mercado. *Elaboración propia (2024).*

De acuerdo al levantamiento de condiciones de la estructura del mercado ubicada en el **Anexo 17** y **Anexo 18** el sistema portante de columnas y cerchas del mercado se encuentra en perfecto estado, por lo que es factible conservar dicho sistema de estructural, contemplando así una un ahorro en la parte económica del financiamiento del mercado.

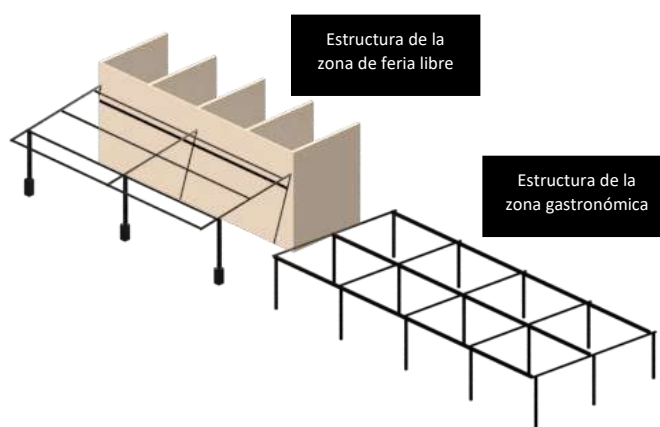


Figura 52. Sistema estructural de los espacios techados. *Elaboración propia (2024).*

Adicional a la estructura principal del mercado en el **Anexo 19**, se muestra que existen una áreas techadas con un sistema estructural aporticado independiente, como por ejemplo el área de feria libre, donde existen columnas de sistema constructivo mixta ya que tienen un pie de hormigón armado y un cuerpo de tubos metálica de tipo circular, el cual también es usado para crear la cubierta de media agua que está soldada a las columnas y empotrada en la viga perdida de la pared de la estructura principal del mercado. A continuación, se presenta la ficha del elemento estructural de esta área.

También en el **Anexo 20**, se muestra que hay un área techada que corresponde al patio de comidas el cual está compuesto de una estructura hecha con tubos galvanizados cuadrados de 2 pulgadas, los cuales solo se asientan en el piso adoquinado ya que en su pie están soldados unas placas de acero de 15cm² que permiten un mejor asentamiento, de la misma forma los travesaños o vigas de esta estructura son del mismo material.

Cubierta. – Como se mencionó anteriormente en el sistema estructural las vigas que conectan las columnas están fabricadas mediante cerchas de perfilería metálica que en su cumbre tienen un acabado en v y genera una cubierta de dos aguas. En el **Anexo 21** se muestra el desarrollo del techado de la estructura principal del mercado, en la cual mediante soldadura se adicionan perfilerías metálicas conocidas como viguetas metálicas o carga cines en los cuales mediante tornillos de sujeción se han sujetado los dura techos cubriendo así todo el área de cubierta del mercado en cuanto al mantenimiento de este se puede decir que el techo está en excelentes condiciones, sin embargo gracias a la continua interacción con los comentarios de los vendedores se pudo conocer que durante la época de lluvias en las cumbreras se producen filtraciones de agua. En la siguiente figura se puede apreciar cómo está conformada la cubierta a dos aguas.

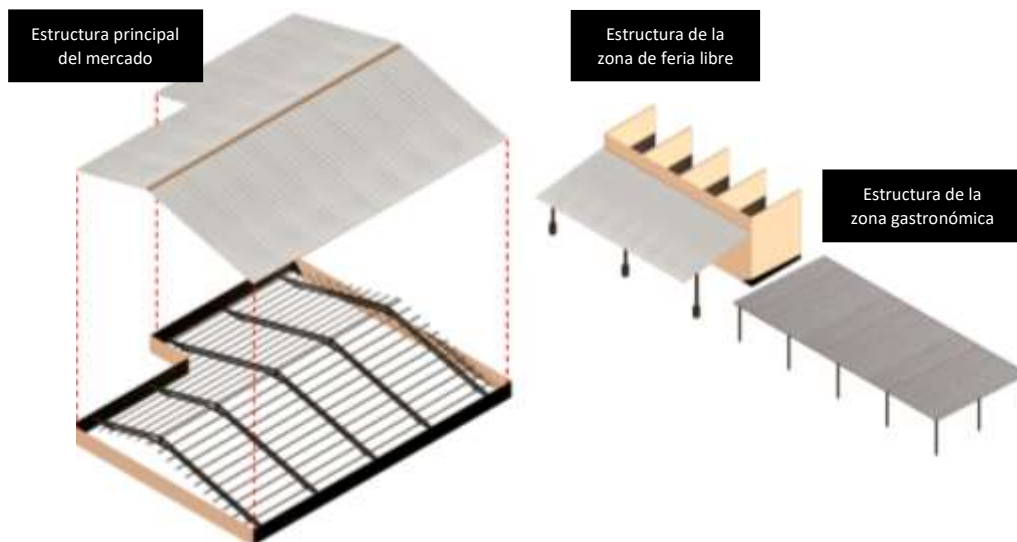


Figura 53. *Cubierta de la estructura principal y las adosadas. Elaboración propia (2024).*

En el **Anexo 22** se analiza al área techada de la zona de feria libre se le da un tratamiento con una tipología de tejas zinc, generando una cubierta a media agua, la cual además no se empotra en una viga perdida en el muro de la estructura principal del mercado. En la siguiente ficha se mencionan además ciertas carencias que tiene dicha cubierta.

En cuanto al área techada del patio de comidas, en el **Anexo 23** se analiza la cubierta que se maneja correspondiente a tejas u hojas de zinc el cual es un elemento más económico que el dura techo, apropiado para una estructura ligera y de rápida instalación.

b) Elementos arquitectónicos

Paredes. – Las paredes exteriores se analiza en el **Anexo 24** y se puede decir que son de mampostería confinada, puesto que en su función de cubrir una altura considerable y abarcar grandes luces, no posee un soporte en los que sostenerse firmemente, por lo que los castillos seccionan las paredes y hacen posible cubrir estas dimensiones de paredes. A continuación se muestra gráficamente un volumen 3d de las paredes externas que se menciona.

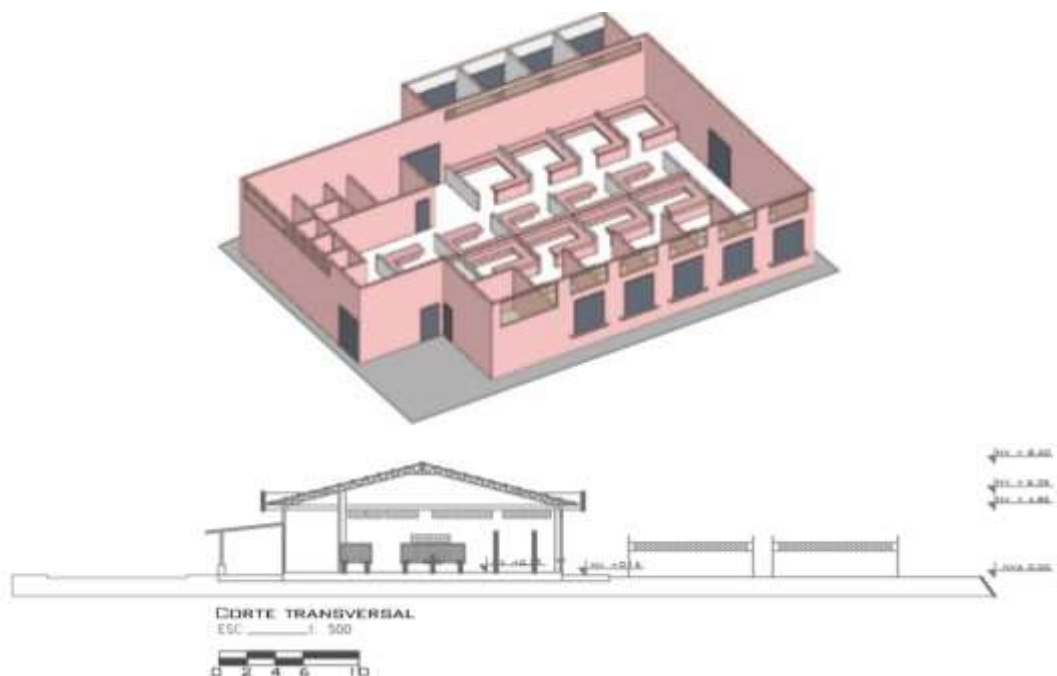


Figura 54. Axonometría de elementos arquitectónicos y corte. *Elaboración propia.*
(2024).

En cuanto a las paredes internas analizadas en el **Anexo 25**, estas se han levantado con un sistema tradicional de bloque trabado con refuerzos de varillas corrugadas. En este punto hay que separar las paredes altas de los baños que alcanzan una altura de aproximadamente 3 metros, y las paredes bajas que dividen los módulos comerciales centrales que cuentan con una altura no mayor a 1.2 m de altura para evitar obstrucciones visuales en el interior.

Puertas. – Dentro del mercado, se han podido identificar tres variables de puertas analizadas en el **Anexo 26**, las abatibles, usadas únicamente en los baños, las corredizas en los ingresos principales y las puertas lanfort, usadas en los módulos de la fachada de la Av. Amazonas. Por tal motivo se hace un levantamiento de estas tipologías de puertas, en un mismo formato.

Ventanas. – En cuanto a las ventanas analizadas en el **Anexo 27** se han identificado un solo tipo de ventanas, y unos vanos con funciones netamente de ventilación e iluminación, que están completamente abiertos al exterior por lo que de vez en cuando suelen ingresar aves al interior del mercado. de ellos corresponde. Las ventanas identificadas corresponden a los módulos comerciales que conectan con el área recreativa, las cuales se expresan de mejor manera en la siguiente ficha.

Pisos. – El tratamiento del piso de mercado analizado en el **Anexo 28**, se ha dispuesto de tres diferentes tipologías de materiales, siendo que en la estructura principal del mercado se visualiza cerámica antideslizante, ya que esta se extiende hasta por las zonas húmedas del baño, posteriormente se da paso al piso de hormigón que delimita el edificio del mercado y dar una transición aun piso adoquinado por módulos rectangulares de ladrillos. A continuación, en la ficha se puede apreciar el tratamiento de pisos del mercado.

Módulos de venta. – Dentro del mercado se han identificado tres tipos de módulos, uno de ellos se enfoca en actividades netamente internas de comercios, otro tipo de modulo se enfoca en actividades de comercio exterior, y el otro en actividades de comercio tanto interior como exterior, siendo estos últimos que están abandonados, puestos que suponen una baja rentabilidad económica por el lugar o la disposición que ocupan.

c) Materialidad

Habiendo analizado constructivamente el mercado municipal, tanto de manera interna como externa se emiten conclusiones en las que se determina que el hormigón es el que destaca como la materialidad principal, elementos de acero usado en puertas y vanos de ventilación, las ventanas, en el sistema cerchado de la cubierta y en las estructuras techadas independientes a la estructura principal, la madera es un material muy poco usado, y solo la podemos evidenciar en las puertas de los baños.

En cuanto a acabados se destaca el piso cerámico usado en el interior del edificio del mercado, el hormigón que genera pasillos exteriores, y un piso adoquinado tanto en el área de feria libre, como en el patio de comidas. Esto se puede evidenciar gráficamente en el **Anexo 42**.

3.2.4.3. Análisis de condiciones internas del mercado

Iluminación

Durante el día la iluminación natural producida por los rayos del sol, desempeña un rol importante en como percibimos el espacio, ya que si no se lo aprovecha correctamente el espacio producido se vuelve frío y sombrío, mientras que bien aprovechado se generan ambientes agradables y acogedores. En el caso del mercado, en el transcurso de del día, el espacio es poco iluminado, al igual que en la tarde, ya que el concepto cerrado de las grandes y altas paredes solo permiten el ingreso de un poco luz solar. A continuación, se muestra una representación volumétrica de como el asoleamiento incide en el mercado en diferentes horas del día.

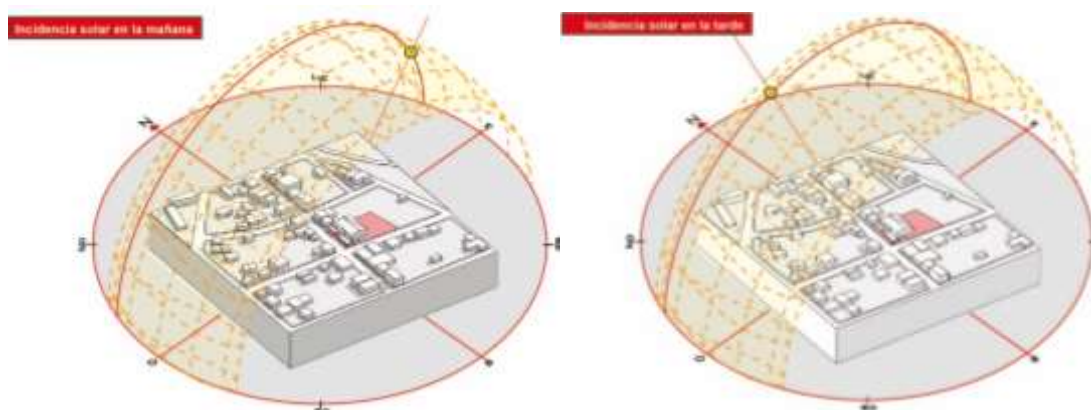


Figura 55. Análisis solar. Elaboración propia. (2024).

La iluminación de los espacios en las horas de la noche, donde la iluminación eléctrica juega un papel importantes dentro del optimo desarrollo de las actividades nocturnas, en este aspecto de acuerdo a las experiencias personales, se puede manifestar que el patio de comidas carece de buena iluminación, ya que las luces están muy bajas y crean un malestar en la vista, además a esto hay que sumarle el hecho de que en la amazonia proliferan mucho las polillas y mosquitos que en horas de la noche suelen buscar la iluminación de las luminarias y por ende causar problemas higiénicos.

a) Ventilación

En cuanto a la ventilación, primero cabe destacar que la corriente de los vientos predominantes proviene del oeste de la edificación, y debido al concepto cerrado de la edificación existe poca ventilación natural en el interior de la edificación, por lo que la ventilación mediante sistemas eléctricos es indispensable.

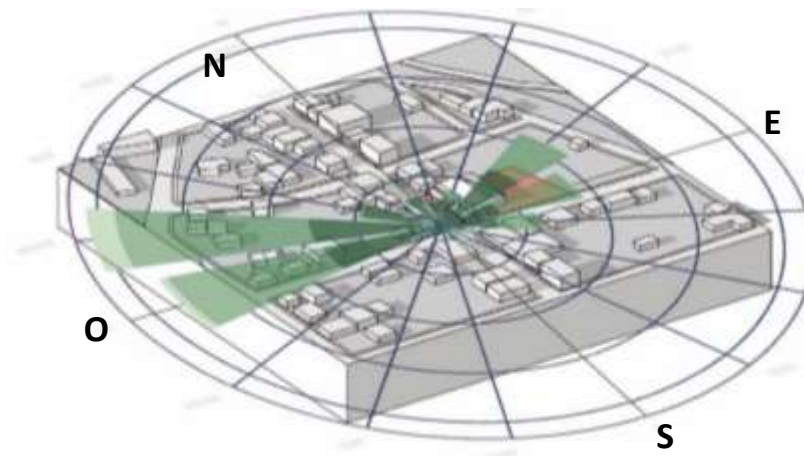


Figura 56. *Análisis de vientos. Elaboración propia. (2024).*

3.2.4.4 Conclusiones

Como conclusiones se puede destacar, que arquitectónicamente el mercado presenta falencias en temas de iluminación y ventilación pasiva y activa que deben ser corregidas en la intervención de rediseño del mercado. En cuanto a los elementos arquitectónicos como paredes exteriores e interiores es importante mencionar que, si bien estos no presentan daño alguno, no se pueden mantener por el cambio de concepto y la reorganización interna de los espacios que se requiere en el edificio del mercado. Las puertas y ventanas son elementos que de igual manera no pueden ser reutilizados

a su mayoría por el mismo hecho que las paredes, no obstante, una minoría si puede ser reutilizada.

Los pisos y sus acabados pueden ser reutilizados, en ciertas zonas, por el cambio de tratamiento de piso que se planea hacer. A esto cabe añadir que existen elementos como el sistema estructural y cubierta que se encuentran en óptimas condiciones que se pueden mantener y así reducir el impacto ambiental que conllevaría derrocar dichos elementos.

Objetivo 3. - Establecer estrategias urbano-arquitectónicas para el rediseño del mercado municipal que favorezca las dinámicas comerciales y sociales.

Como parte del proceso proyectual se establecen las estrategias de diseño a implementar tanto en el carácter arquitectónico como urbano del espacio público, las cuales se describen y detallan de manera profunda en el capítulo IV de este proyecto.

CAPITULO IV

DESARROLLO DE LA PROPUESTA

4.1. Concepto

En esta fase del proceso proyectual, se plantea una transformación tipológica formal del mercado, donde a partir de la integración y coexistencia de dos tipologías funcionales (comercial y recreativo) se busca generar un espacio multifuncional y permeable que se relacione de manera directa con su entorno y sus actividades.

La integración de este tipo de actividades responde a una multifuncionalidad que se da en el espacio y se implementa como una estrategia para reactivar social y económicamente al mercado, pues tal y como menciona Robles (2014), los mercados tradicionales necesitan reinventarse arquitectónica y funcionalmente para captar el interés de la población, generando en el proceso un espacio público donde las masas convergen para fortalecer y formar nuevos lazos sociales.

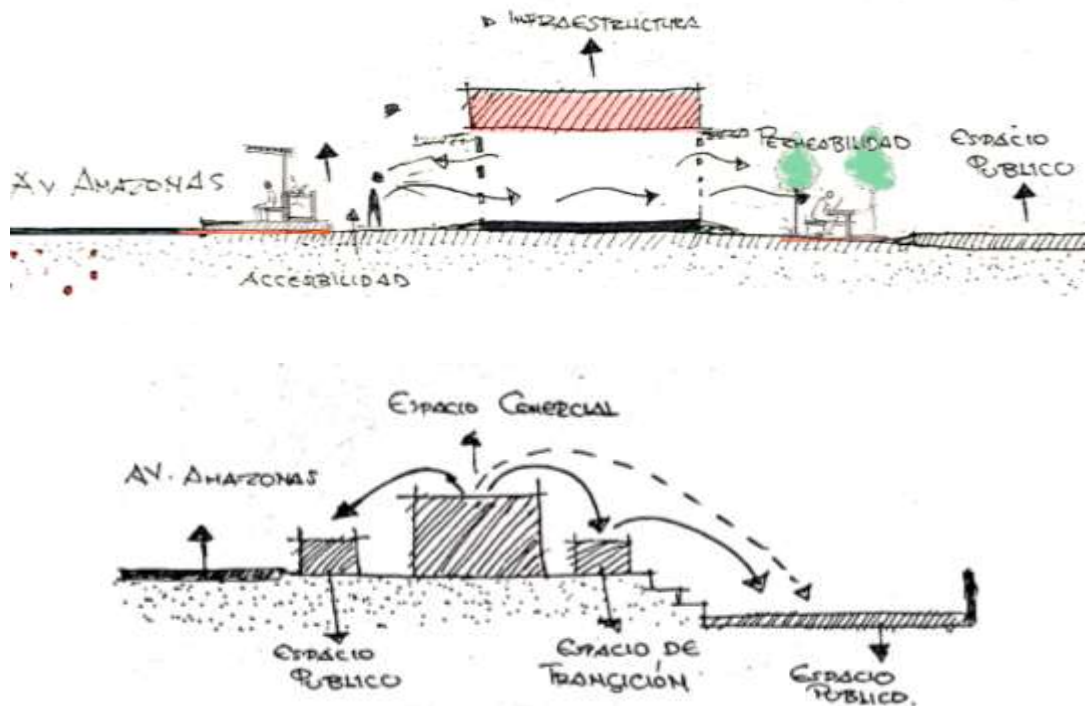


Figura 57. Concepto. Elaboración propia (2024).

4.2. Estrategias

Como parte del proceso proyectual se establecen las estrategias de diseño a implementar tanto en el carácter arquitectónico como urbano del espacio público, las cuales se describen y detallan a continuación.

a) Estrategias de rediseño arquitectónico.

Tomando en cuenta los resultados obtenidos del estudio de casos y las estrategias que se han aplicados en los mismos para regenerar el espacio de intervención, se proponen estrategias arquitectónicas, que puedan significar una transformación positiva de las dinámicas espaciales. Dichas estrategias se presentan a continuación.

- **Generar un nuevo concepto del espacio del mercado**

Se busca transformar formal, estética y funcionalmente el espacio del mercado generando un espacio que se abra y relacione con su contexto y su vez aproveche de mejor manera los elementos sociales, físicos y ambientales de su entorno.

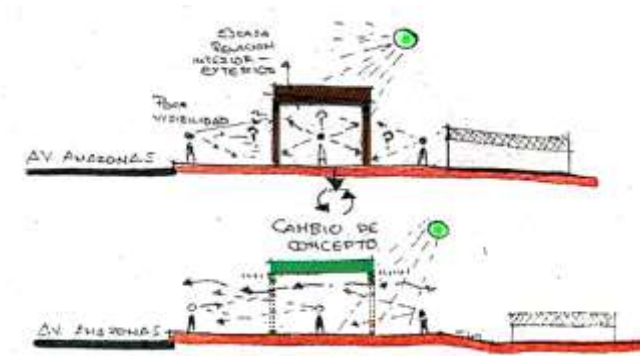


Figura 58. Transformación del concepto. Elaboración propia (2024).

- **Eliminar barreras y muros**

Esta estrategia tiene un enfoque en el rediseño formal del mercado, buscando crear un diseño más inclusivo y accesible para todas las personas sin importar las condiciones de movilidad o la edad. Para ello se busca aplicar el concepto accesibilidad universal y el de permeabilidad visual, para generar interés en las actividades que suceden dentro de la infraestructura, invitando a los clientes a entrar y formar parte de las dinámicas del mercado Municipal. Además, se contempla el uso de tecnologías constructivas contemporáneas y modernas para lograr aplicar con éxito esta estrategia.

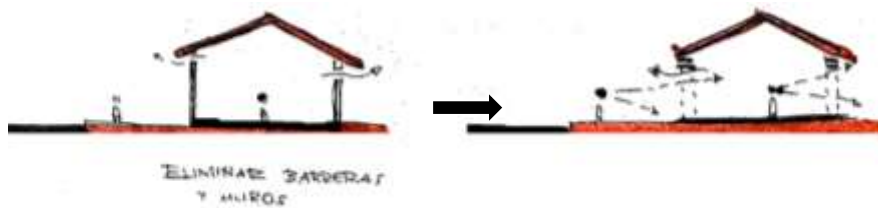


Figura 59. Eliminación de barrera arquitectónicas. Elaboración propia (2024).

- **Preservar elementos arquitectónicos y estructurales.**

Esta estrategia se fundamenta en el análisis del levantamiento del estado actual del mercado donde se busca preservar elementos que puedan ser reutilizados para generar un ahorro en los costos de construcción del mercado, además de mantener elementos que recuerden a la estructura original del mercado y puedan servir como un elemento vestigio de la estructura original del mercado

- **Generar una zonificación estratégica y organizada de los espacios y puestos de venta existentes**

La estrategia de generar una zonificación estratégica se centra en reorganizar el espacio y las zonas del mercado de manera lógica y eficiente. En este caso se contempla generar una distribución de espacios donde el área que recibe mayor atención e interés sea el que articule las diferentes zonas del mercado, potenciando de esta manera el valor comercial del mercado en el cantón.

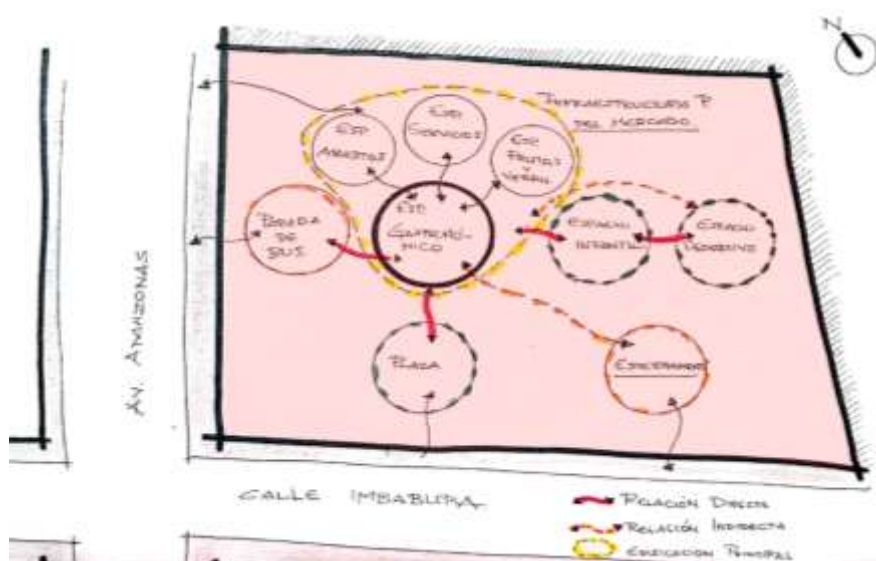


Figura 60. Relaciones e interacciones espaciales. Elaboración propia (2024).

- **Rediseñar los puestos de mercado de acuerdo a las necesidades del usuario**

La estrategia de rediseñar los puestos se enfoca en generar respuestas directas para cada tipo de actividad comercial que se desarrollan en el mercado. Se busca maximizar la funcionalidad y la estética de los puestos, teniendo en cuenta las necesidades específicas de cada área o zona de comercio. Esto implica la instalación de mobiliario y equipo pertinente, la optimización del espacio de almacenamiento y la incorporación de elementos que facilitan la presentación de productos en cada zona del mercado (puestos de frutas y verduras, cárnicos, sitios de comida, y productos varios).

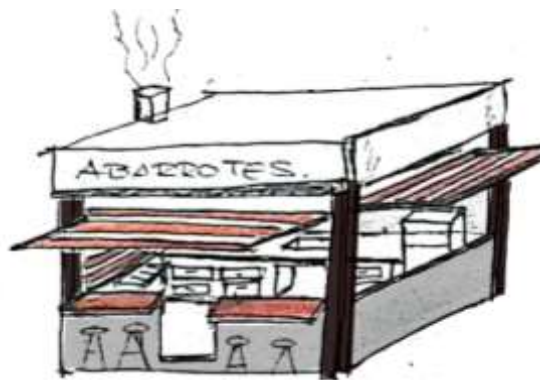


Figura 61. *Módulo comercial. Elaboración propia (2024).*

- **Manejar adecuadamente los residuos producidos y mantener un nivel de limpieza adecuado en el espacio**

La estrategia de un manejo adecuado de residuos responde a la necesidad de niveles óptimos de higiene en el mercado para no crear percepciones negativas que puedan afectar a las dinámicas del mercado. Este se traduce en instalaciones necesarias para la limpieza y preparación de productos, como el tratamiento de residuos orgánicos e inorgánicos que se producen, contribuyendo a generar prácticas de reciclaje de residuos y la presentación higiénica de los puestos,

b) Estrategias en el espacio urbano

Dentro de este ámbito, se busca abordar las problemáticas del contexto urbano inmediato, a través de estrategias urbanas eficientes, que ayuden a captar el interés de la sociedad en el espacio del mercado, generando una reactivación urbana, social y económica del mercado.

- **Garantizar una mayor permeabilidad del mercado con el entorno**

Con esto se busca generar un diseño que se integre de manera óptima en el entorno, garantizando una conexión tanto física como visual, creando sensaciones de apertura y acogida en los clientes y comerciantes. En este caso la aplicación de un concepto de diseño adecuado y elección de materiales pertinentes juega un rol importante.

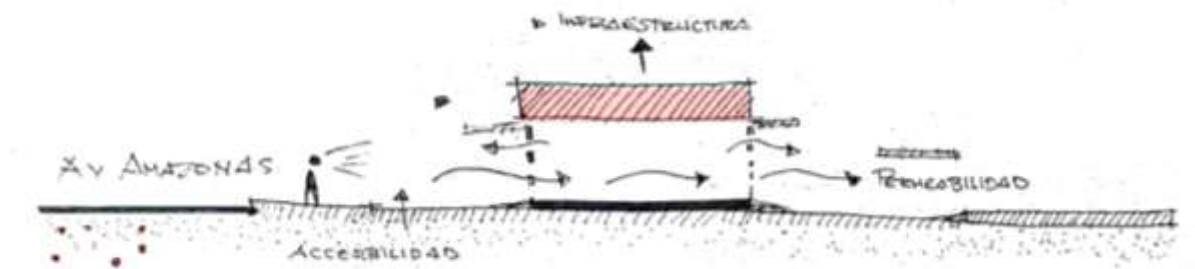


Figura 62. *Relación del espacio con su entorno social y físico. Elaboración propia (2024).*

- **Recuperar el espacio público.**

La estrategia de recuperar el espacio público busca mantener la multifuncionalidad del espacio, evitando que se vuelva monótono y generando una mayor dinámica social en el mercado, beneficiando de esta manera a los comerciantes y a la vida comunitaria de la parroquia. Para ello se piensa en un espacio público de descanso y estancia, con espacios para el desarrollo de actividades itinerantes culturales o de comercio.

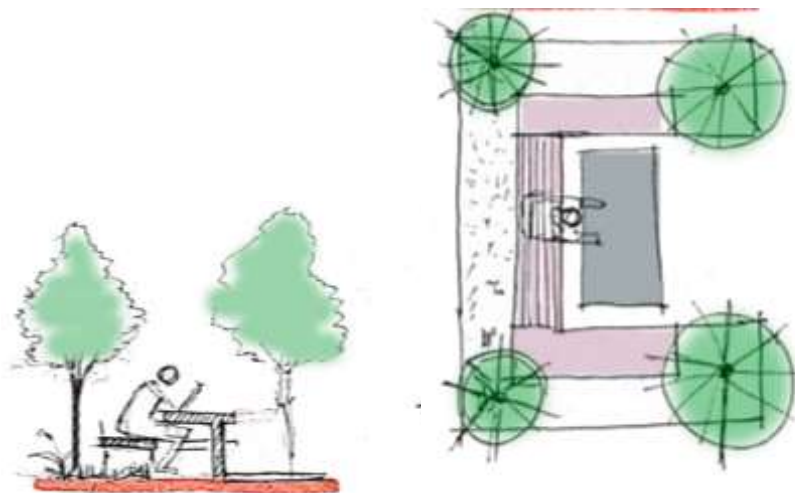


Figura 63. *Espacio público de estancia. Elaboración propia (2024).*

- **Mejorar aceras y la parada de bus**

Con esta estrategia se busca generar calles más caminables y generar un punto agregado de interés y movilidad social en el mercado además de que se vuelva un punto referencial para la red de transporte público de la parroquia y como consecuencia el mercado adquiera un valor más significativo para los pobladores.

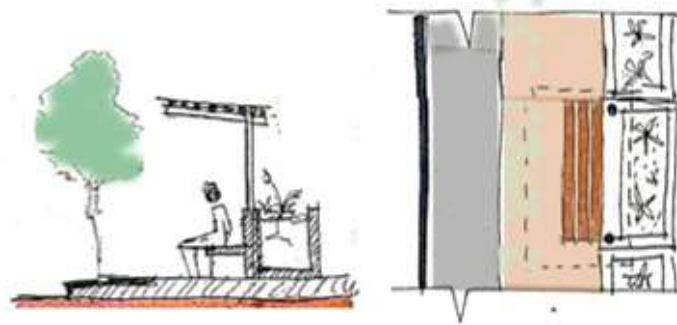


Figura 64. *Espacio público, de espera. Elaboración propia (2024).*

4.3. Proceso Proyectual

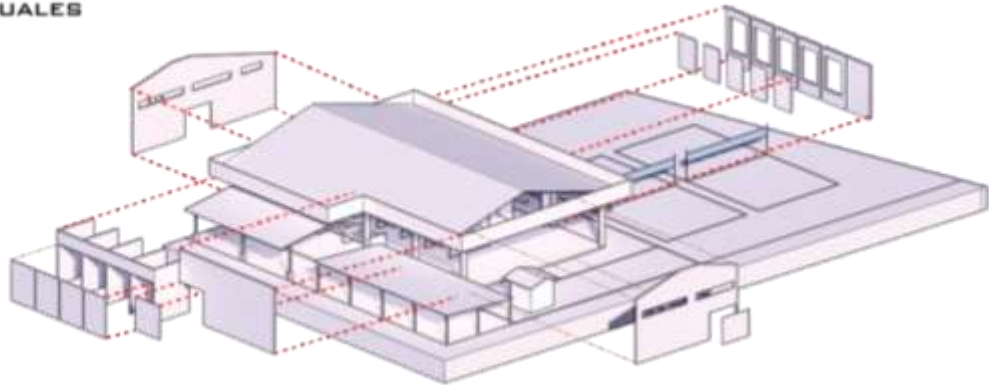
Para el desarrollo del proyecto se plantea aprovechar, el potencial económico y comercial de la Av. Amazonas, por lo que se procede a eliminar las barreras visuales, con el fin de captar la atención de los potenciales clientes del mercado, a su vez se genera una malla que toma como eje principal el que genera la avenida principal, la cual permite articular los espacios definidos en el programa arquitectónico mostrado en la. En este sentido, se genera una planta permeable que puede transformarse en un elemento completamente cerrado cuando no está en uso.

Considerando que la actividad de mayor atractivo en el predio del mercado es la plaza gastronómica, se procede a integrarla en el interior de la infraestructura, transformando a la misma en un nodo que articula los demás módulos comerciales, generando una relación de beneficio mutuo y complemento entre ellos.

Adicionalmente, en el área exterior del mercado se articulan espacios recreativos y de uso público para mantener esa multifuncionalidad en el espacio y permitir una mejor integración del mismo en el contexto urbano inmediato, generando así un mayor atractivo en el predio y transformándolo en un lugar de interés público.

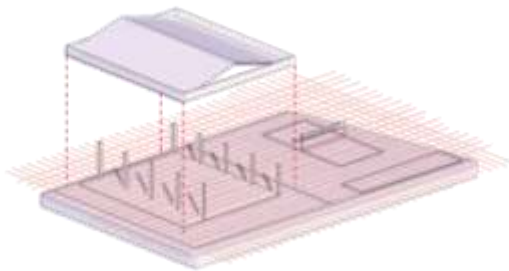
PROCESO PROYECTUAL

ELIMINACIÓN DE BARRERAS VISUALES



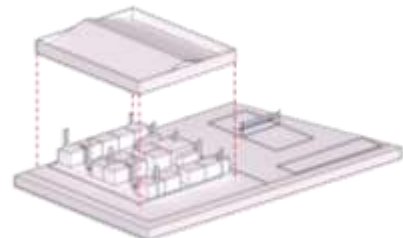
Se procede a eliminar las barreras visuales que se generan con los muros duros de la manpostería, generando un vínculo más directo con el entorno urbano.

ESTABLECIMIENTO DE UNA MALLA



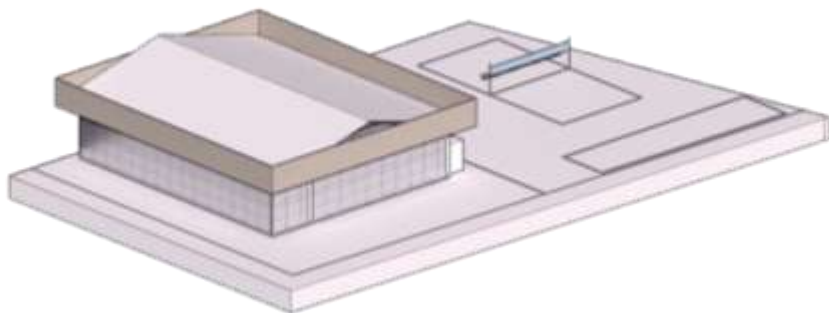
Se procede a crear una malla, que facilite el proceso de organización y articulación de los espacios del mercado. Para dicha malla se tomo como eje principal la Av Amazoxa, ya que esta es la que abarca un mayor transito y dinamica urbana

ARTICULACIÓN Y MODULACIÓN DE ESPACIOS



A partir de la malla se empieza a distribuir y zonificar las distintas áreas y espacios del mercado, las cuales previamente ya se han establecido mediante un programa arquitectónico

PERMEABILIDAD VISUAL Y FISICA



Acontinuación se procede a crear una piel envolvente al mercado que que sea permeable visual y físicamente, generando seguridad para los módulos comerciales del mercado y otras espacios interiores.

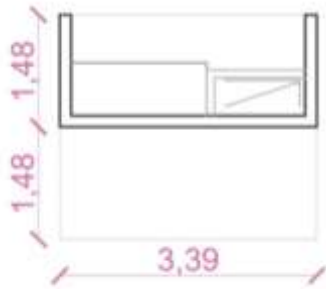
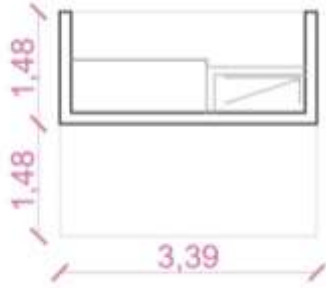
Figura 65. *Proceso Proyectual. Elaboración propia (2024).*

4.3.1 Programa arquitectónico

A continuación, se presentan una serie de tablas en las que se muestran gráficamente como se resuelven las diferentes zonas del mercado, tanto en planta como en alzado.

Tabla 5

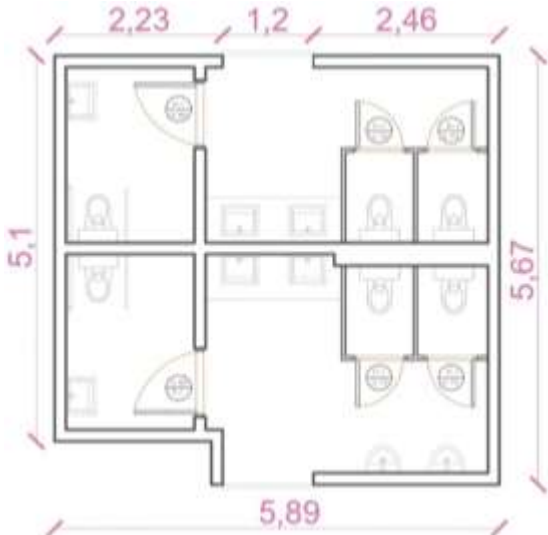
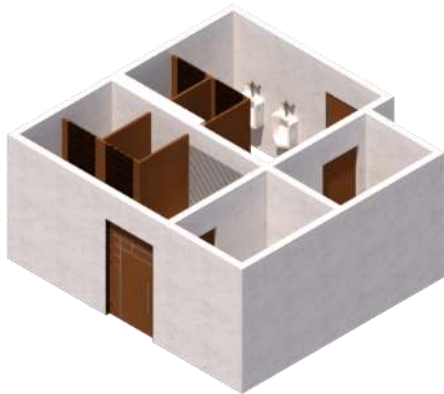
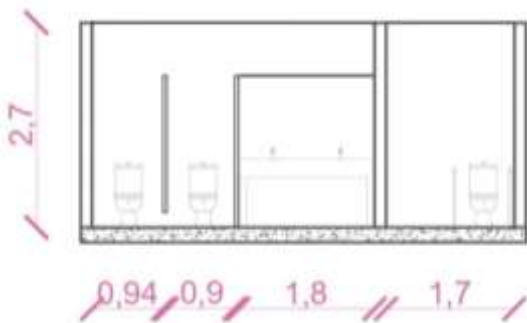
Programa arquitectónico de la zona de servicios (Cuarto de limpieza).

ZONA DE SERVICIOS			
SUB-ZONA	ESPACIO	USUARIOS	MOBILIARIO
Higiene	Cuarto de limepieza	-Comerciantes -clientes	- Estantería de productos de limpieza
	PLANTA		AXONOMETRÍA
	 <p>Escala: 1:100</p>		
	CORTE		
	 <p>Escala: 1:100</p>		

Nota. Fuente. Elaboración propia (2024).

Tabla 6

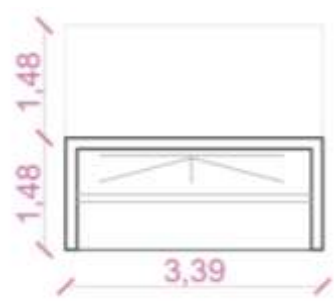
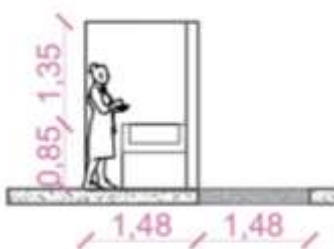
Programa arquitectónico de la zona de servicios (Baños).

ZONA DE SERVICIOS			
SUB-ZONA	ESPACIO	USUARIOS	MOBILIARIO
Higiene	Baños	- Comerciantes - Clientes	- lavabos - Inodoros - Urinarios
	PLANTA		AXONOMETRÍA
	 <p>2,23 1,2 2,46</p> <p>5,1 5,67</p> <p>5,89</p> <p>Escala: 1:100</p>		
	CORTE		
 <p>2,7</p> <p>0,94 0,9 1,8 1,7</p> <p>Escala: 1:100</p>			

Nota. Fuente. Elaboración propia (2024).

Tabla 7

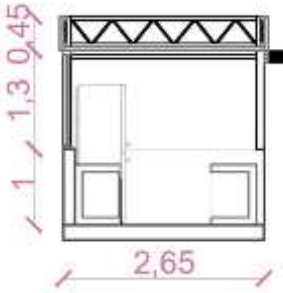
Programa arquitectónico de la zona de servicios (Cuarto de lavado de productos).

ZONA DE SERVICIOS			
SUB-ZONA	ESPACIO	USUARIOS	MOBILIARIO
Higiene	Cuarto de lavado de productos	- Comerciantes	- Lavadero
	PLANTA Y CORTE		AXONOMETRÍA
	 <p>Escala: 1:100</p>		
	CORTE		
	 <p>Escala: 1:100</p>		

Nota. Fuente. Elaboración propia (2024).

Tabla 8

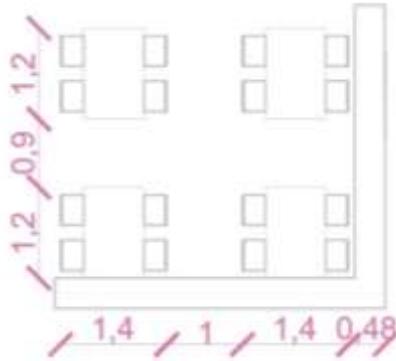
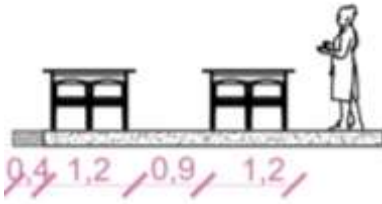
Programa arquitectónico de la zona de gastronomía (Módulos de preparación y venta de alimentos).

ZONA DE GASTRONOMÍA			
SUB-ZONA	ESPACIO	USUARIOS	MOBILIARIO
Alimentación	Módulos de preparación y venta de alimentos	- Comerciantes	- Lavabos - Mesa de preparación de alimentos - Estantería de almacenamiento de productos
	PLANTA Y CORTE		AXONOMETRÍA
	 <p>Escala: 1:100</p>		
	CORTE		
 <p>Escala: 1:100</p>			

Nota. Fuente. Elaboración propia (2024).

Tabla 9

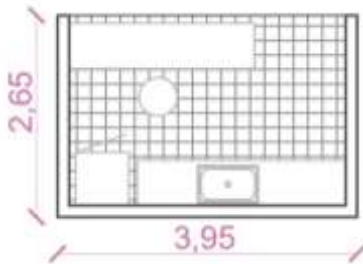
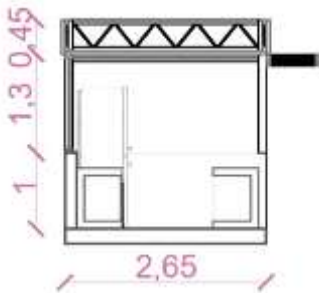
Programa arquitectónico de la zona de gastronomía (Espacio para servirse los alimentos).

ZONA DE GASTRONOMÍA			
SUB-ZONA	ESPACIO	USUARIOS	MOBILIARIO
Alimentación	Espacio para servirse los alimentos	- Clientes	- Mesas - Sillas
	PLANTA		AXONOMETRÍA
	 <p>Escala: 1:100</p>		
	CORTE		
 <p>Escala: 1:100</p>			

Nota. Fuente. Elaboración propia (2024).

Tabla 10

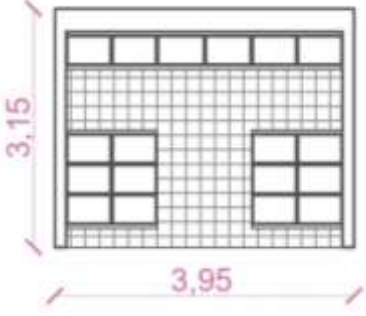
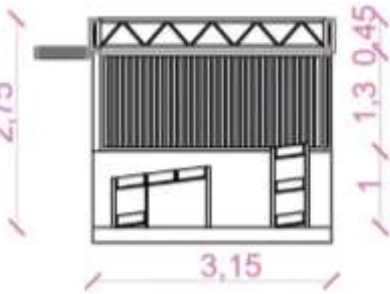
Programa arquitectónico de la zona de gastronomía (Módulo de venta de jugos y bebidas).

ZONA DE GASTRONOMÍA			
SUB-ZONA	ESPACIO	USUARIOS	MOBILIARIO
Bebidas	Módulo de venta de bebidas	- Comerciantes	- Lavabos - Mesa de preparación de bebidas - Estantería de almacenamiento de productos
	PLANTA		AXONOMETRÍA
	 <p>Escala: 1:100</p>		
	CORTE		
 <p>Escala: 1:100</p>			

Nota. Fuente. Elaboración propia (2024).

Tabla 11

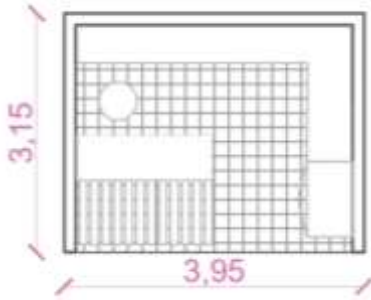
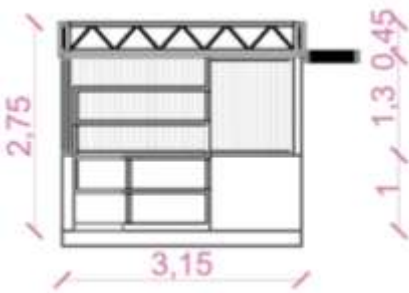
Programa arquitectónico de la zona de Venta de productos (Módulo de venta de frutas y verduras).

ZONA DE VENTA DE PRODUCTOS			
SUB-ZONA	ESPACIO	USUARIOS	MOBILIARIO
Frutas y verduras	Módulo de venta de frutas y verduras	- Comerciantes	- Estantería escalonada de productos
	PLANTA		AXONOMETRÍA
	 <p>Escala: 1:100</p>		
	CORTE		
	 <p>Escala: 1:100</p>		

Nota. Fuente. Elaboración propia (2024).

Tabla 12

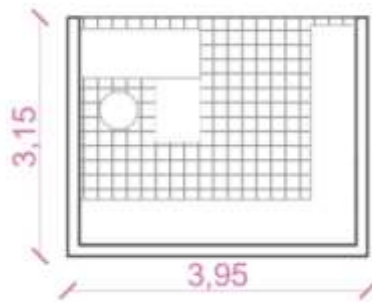
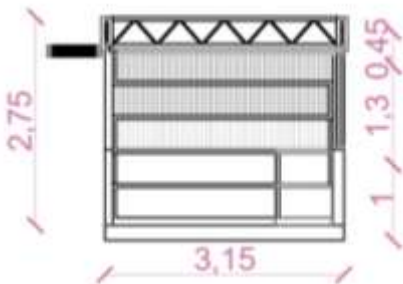
Programa arquitectónico de la zona de Venta de productos (Módulo de venta de productos alimenticios no perecibles).

ZONA DE VENTA DE PRODUCTOS			
SUB-ZONA	ESPACIO	USUARIOS	MOBILIARIO
Abastos	Módulo de venta de productos alimenticios no perecibles	- Comerciantes	- Estantería de productos - Mostrador de productos - Plataformas bajas de apilamiento de productos
	PLANTA		AXONOMETRÍA
	 <p>Escala: 1:100</p>		
	CORTE		
	 <p>Escala: 1:100</p>		

Nota. Fuente. Elaboración propia (2024).

Tabla 13

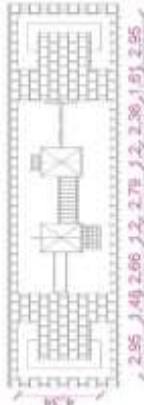
Programa arquitectónico de la zona de Venta de productos (Módulo de venta de productos del hogar).

ZONA DE VENTA DE PRODUCTOS			
SUB-ZONA	ESPACIO	USUARIOS	MOBILIARIO
Abastos	Módulo de venta de productos del hogar	- Comerciantes	- Estantería de productos - Mostrador de productos
	PLANTA		AXONOMETRÍA
	 <p>Escala: 1:100</p>		
	CORTE		
 <p>Escala: 1:100</p>			

Nota. Fuente. Elaboración propia (2024).

Tabla 14

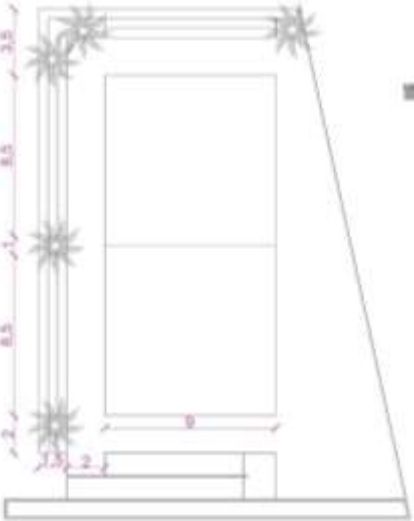
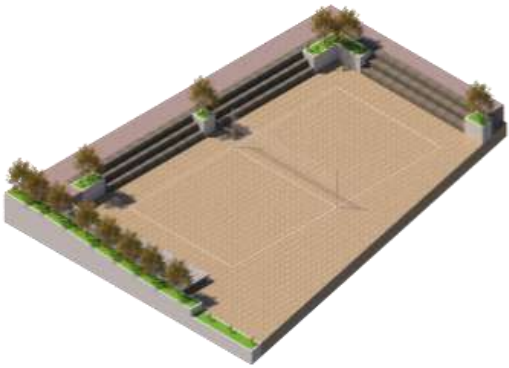
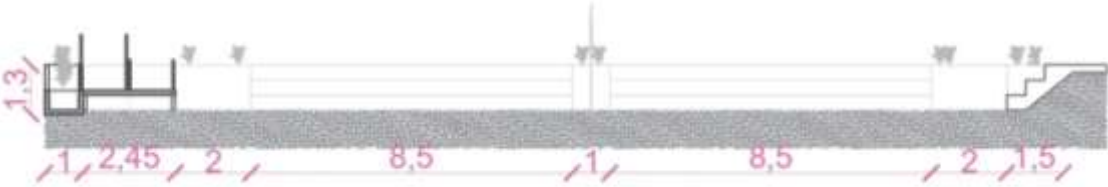
Programa arquitectónico de la zona de espacio público (Juegos infantiles).

ZONA DE ESPACIO PÚBLICO			
SUB-ZONA	ESPACIO	USUARIOS	MOBILIARIO
Recreativa	Juegos infantiles	- Niños de la parroquia	- Módulo de juegos infantiles
	PLANTA		AXONOMETRÍA
	 <p>Escala: 1:400</p>		
	CORTE		
	 <p>Escala: 1:400</p>		

Nota. Fuente. Elaboración propia (2024).

Tabla 15

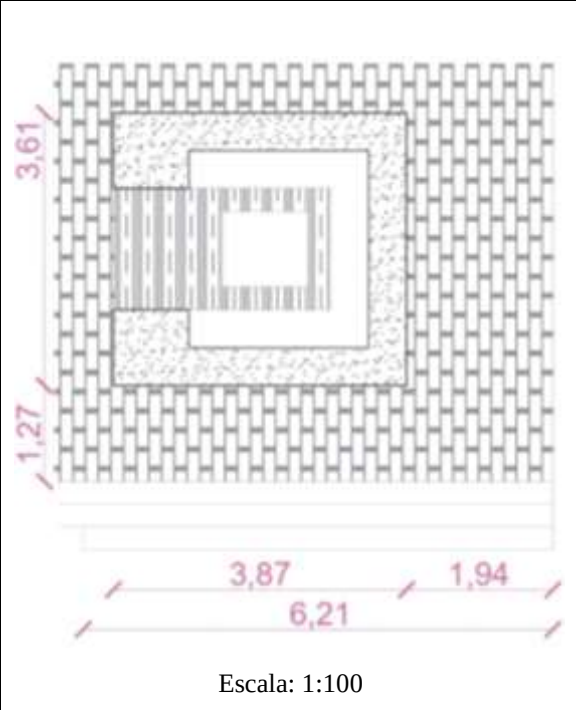
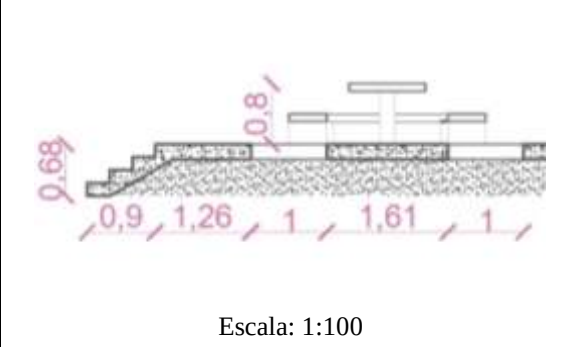
Programa arquitectónico de la zona de espacio público (Cancha deportiva).

ZONA DE ESPACIO PÚBLICO			
SUB-ZONA	ESPACIO	USUARIOS	MOBILIARIO
Recreativa	Cancha deportiva	- Habitantes de la parroquia	- Postes - Red - Mesa de arbitraje - Balones
	PLANTA		AXONOMETRÍA
			
	CORTE		
			

Nota. Fuente. Elaboración propia (2024).

Tabla 16

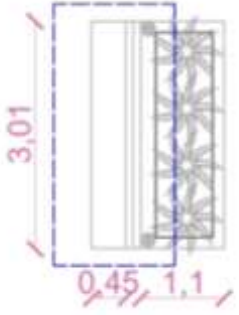
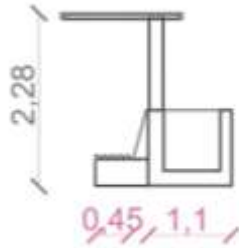
Programa arquitectónico de la zona de espacio público (Plaza).

ZONA DE ESPACIO PÚBLICO			
SUB-ZONA	ESPACIO	USUARIOS	MOBILIARIO
Estancia	Plaza	- Habitantes de la parroquia	- Bancas - Mesas
	PLANTA		AXONOMETRÍA
			
	CORTE		
			

Nota. Fuente. Elaboración propia (2024).

Tabla 17

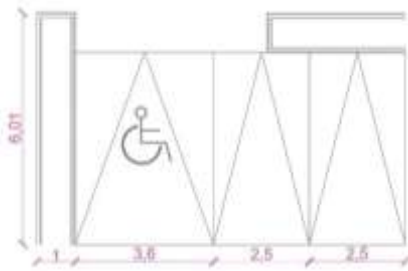
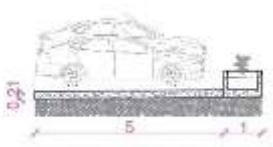
Programa arquitectónico de la zona de espacio público (Parada de bus).

ZONA DE ESPACIO PÚBLICO			
SUB-ZONA	ESPACIO	USUARIOS	MOBILIARIO
Vehicular	Parada de bus	- Habitantes de la parroquia	- Señalética - Banca de espera
	PLANTA		AXONOMETRÍA
	 <p>Escala: 1:100</p>		
	CORTE		
	 <p>Escala: 1:100</p>		

Nota. Fuente. Elaboración propia (2024).

Tabla 18

Programa arquitectónico de la zona de espacio público (Estacionamiento).

ZONA DE ESPACIO PÚBLICO			
SUB-ZONA	ESPACIO	USUARIOS	MOBILIARIO
Vehicular	Estacionamiento	- Clientes	- Señalética
	PLANTA		AXONOMETRÍA
	 <p>Escala: 1:200</p>		
	CORTE		
 <p>Escala: 1:200</p>			

Nota. Fuente. Elaboración propia (2024).

CAPITULO V

CONCLUSIONES

5.1 Conclusiones

Dentro de la parte introductoria se expuso las problemáticas que afectaban a las dinámicas del Mercado Municipal de Carlos Julio Arosemena Tola, donde se evidencia una falta de planificación al momento de proyectar el mercado por lo que en la actualidad una intervención de este equipamiento se ve como una necesidad. La actualidad de este equipamiento manifiesta una serie de dificultades producto de un concepto que no favorece a las actividades que ahí se realizan, desembocando en el abandono paulatino del mismo.

Mediante la revisión de literatura concerniente a mercados de abastos y el rediseño de estos, se determina que este tipo de equipamientos necesitan un nuevo enfoque proyectual donde las estrategias aplicadas busquen cambiar las dinámicas tradicionales de los mercados, buscando captar la atención de la población, ya sea mediante la forma del equipamiento o la variación de actividades y multifuncionalidad del espacio. Sumado a esto cabe destacar la importancia de la materialidad en los espacios públicos como el mercado, donde una correcta selección y aplicación de la materialidad puede aportar en la generación de sensaciones de sus usuarios creando espacios más amenos, cómodos y agradables para los usuarios.

En el análisis y lectura de la ciudad, se llegó a comprender que Carlos Julio Arosemena Tola es un cantón que se expande horizontalmente, generando un eje comercial a través de la Av. Amazonas, por ende, esta se convierte en una gran senda peatonal y vehicular. En cuanto a sus equipamientos este sector urbano se encuentra abastecido de infraestructuras de servicios para la población, sin embargo, en términos de arquitectura se puede apreciar que estas construcciones emulan las soluciones espaciales tradicionales sencillas, donde lo importante es crear una estructura techada que cubra a sus usuarios de las diferentes variables climáticas, dejando de lado aspectos como la estética, formalidad, multifuncionalidad y el concepto de los

espacios. Es por esta razón que a largo plazo las edificaciones requieren ser rediseñadas y remodeladas, porque ya no cumplen con las cambiantes dinámicas sociales.

Proyectualmente se comprendió que Arosemena Tola es un sector agro productivo, por ende, su población depende económicamente de dichas actividades, por lo que el mercado es un equipamiento necesario para fomentar dichas actividades y para ayudar a comercializar los productos que se obtienen de dicho trabajo. En este sentido la intervención urbano arquitectónica del, supone una mejora formal y funcional a las condiciones actuales del mercado, puesto que las problemáticas identificadas giraban en torno a ellas.

El resultado del Proceso proyectual es un compendio de un análisis minucioso y desarrollo detallado de un programa arquitectónico, que involucraba tratar los diferentes espacios como una unidad básica del mercado, que al final debían integrarse y funcionar óptimamente como un todo, donde su relación debía ser de mutuo beneficio, es decir que cada espacio debía complementar al otro.

REFERENCIAS

- Ácrono Arquitectura. (2020). *Rehabilitación Mercado municipal*. Arquitectos Baza | Ácrono Arquitectura. <https://www.acronoarquitectura.com/proyecto/rehabilitacion-mercado-baza/>
- Briones, A., Heras, J., y Heras, V. (2021). Transformaciones sociales y urbanas del entorno de los Mercados del Centro Histórico de Cuenca. Mercado 9 de Octubre y Mercado 10 de Agosto. *Urbano*, 24(44), 20–33. <https://doi.org/10.22320/07183607.2021.24.44.02>
- Clara Ott. (2020, marzo 24). *Rehabilitación del mercado de abastos municipal y espacio joven* / Ácrono Arquitectura + Blanca Esteras Serrano. Archdaily. <https://www.archdaily.cl/cl/935809/rehabilitacion-del-mercado-de-abastos-municipal-y-espacio-joven-acrono-arquitectura-plus-blanca-esteras-serrano>
- Herce, V. (2010). *Infraestructuras y medio ambiente I: Urbanismo, territorio y redes de servicios*. Editorial UOC. Recuperado de <https://ebookcentral-proquest-com.uta.lookproxy.com/lib/uta-ebooks/detail.action?docID=7051702>.
- Matan, A., & Newman, P. (2016). *People cities : The life and legacy of jan gehl*. Island Press. Recuperado de <https://ebookcentral-proquest-com.uta.lookproxy.com/lib/uta-ebooks/detail.action?docID=4722539>.
- Morales Vicaria Arquitectura (2017, agosto 23). *Mercado del Rio* / Morales Vicaria Arquitectura. ArchDaily. <https://www.archdaily.com/878190/mercado-del-rio-morales-vicaria-arquitectura>
- Moreira, S (2022, mayo 31). *Mercado Mané* / BLOCO Arquitetos. ArchDaily México. <https://www.archdaily.mx/mx/982650/mercado-mane-bloco-arquitetos>
- Robles, J. (2014). Mercados municipales y tecnologías digitales: entre el e-comercio y nuevas formas de convivencia. *Anthropologica*, 32(33), 137-161. <https://doi.org/10.18800/anthropologica.201402.007>

- RAE. (2024). *mercado* / Definición / Diccionario de la lengua española / RAE - ASALE. <https://dle.rae.es/mercado>
- Martínez Ruiz, H. (2012). *Metodología de la investigación*: (ed.). Cengage Learning. Recuperado de <https://elibro-net.uta.lookproxy.com/es/lc/uta/titulos/39957>
- Ching, F. D. K. (2015). *Arquitectura: forma, espacio y orden*: (4 ed.). Editorial GG. Recuperado de <https://elibro-net.uta.lookproxy.com/es/lc/uta/titulos/45584>
- Gehl, J. (2017). *Ciudades para la gente*: (ed.). Ediciones Infinito. Recuperado de <https://elibro-net.uta.lookproxy.com/es/lc/uta/titulos/78891>
- Delgado Ruíz, M. (2019). *El espacio público como ideología*: (1 ed.). Los libros de la Catarata. Recuperado de <https://elibro-net.uta.lookproxy.com/es/lc/uta/titulos/233742>
- Garzón, B. (2011). *Arquitectura sostenible: bases, soportes y casos demostrativos*: (ed.). Editorial Nobuko. Recuperado de <https://elibro-net.uta.lookproxy.com/es/lc/uta/titulos/77842>
- Correa de Andreis, A. (2009). *Desplazamiento interno forzado: restablecimiento urbano e identidad social*: (ed.). Universidad del Norte. Recuperado de <https://elibro-net.uta.lookproxy.com/es/lc/uta/titulos/70806>
- Ramírez Jiménez, S. F. & Romero Palacios, A. D. J. (2018). *Un acercamiento a los mercados populares: realidad y perspectiva en Ecuador*: (ed.). Editorial Universitaria. Recuperado de <https://elibro-net.uta.lookproxy.com/es/lc/uta/titulos/71715>
- Marulanda, J. (2018). *Introducción al diseño arquitectónico*: (ed.). El Cid Editor. Recuperado de <https://elibro-net.uta.lookproxy.com/es/lc/uta/titulos/36746>
- Ramos López, Paula (2020). *Evolución tipológica del mercado de abastos en Madrid*. Proyecto Fin de Carrera / Trabajo Fin de Grado, [E.T.S. Arquitectura \(UPM\)](https://oa.upm.es/57918/). Recuperado de <https://oa.upm.es/57918/>

- Llanderal, E. (2011). *Revitalización espacial: crónica de una dependencia*: (ed.). Editorial Nobuko. Recuperado de <https://elibro-net.uta.lookproxy.com/es/lc/uta/titulos/77749>
- Sierra, Á. & Alemán Hernández, R. (Il.). (2012). *Cultura, identidad y ciudadanía*: (ed.). Universidad de Las Palmas de Gran Canaria. Servicio de Publicaciones y Difusión Científica. Recuperado de <https://elibro-net.uta.lookproxy.com/es/lc/uta/titulos/42213>
- Barcelata Chávez, H. (2012). *Coatzacoalcos. Economía local y problemática social: colección los municipios del estado de Veracruz (Volumen IV)*: (ed.). B - EUMED. Recuperado de <https://elibro-net.uta.lookproxy.com/es/lc/uta/titulos/42481>
- Ignacio Net, M. (2011). *Arquitectura, naturaleza y diseño*: (ed.). Editorial Nobuko. <https://elibro-net.uta.lookproxy.com/es/lc/uta/titulos/77714>
- Neufert, E. (1995). *Arte de proyectar en arquitectura* (14ª ed.). Editorial Gustavo Gili.
- GADM CJAT (2022). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (PDYOT)*. Recuperado de <https://gadarosemenatola.gob.ec/pdyot/>
- GADM CJAT (2020). *Plan de Uso y Gestión del Suelo (PUGS)*. Recuperado de <https://gadarosemenatola.gob.ec/pdyot/>

ANEXOS

Diario de Observación

Anexo1

	Universidad Técnica de Ambato Facultad de Diseño y Arquitectura Carrera de Arquitectura DIARIO DE OBSERVACIÓN	
Tema:	Intervención Urbano-Arquitectónica del mercado municipal del cantón Carlos Julio Arosemena Tola	
Lugar de observación:	Mercado municipal del cantón y alrededores	
Fecha:	Viernes 18 de octubre de 2024	
Hora:	19:00 a 21:00	
Hoja No:	1	
Descripción		Fotografías
<p>A las 19:00 horas se visualiza que los vendedores que se encuentran en el interior del mercado poco a poco empiezan a irse a sus hogares, no obstante, hay excepciones y existen vendedores que suelen quedarse hasta las 24:00 o 23:00 horas</p> <p>A las 20:00 horas se observa que los puestos de comida alcanzan su mayor actividad a esta hora y llega un punto en el que se llega a saturar y las clientas piden el alimento para llevar</p> <p>A las 21:00 horas se visualiza que en la parte posterior del mercado en el área recreativa se llevan a cabo encuentros deportivos de vóley entre amigos, lo cual es una actividad que se ha hecho parte de las dinámicas diarias del mercado.</p>		  
Observaciones:		
<p>El mercado generalmente cesa toda actividad ya sea de venta o deportiva generalmente a las 24:00.</p> <p>Los espacios destinados a actividades deportivas (encuentros de vóley), no son adecuadas para el espectáculo, por lo que una que otra persona suele traer sus taburetes para presencias dicha actividad.</p> <p>Generalmente las actividades del patio de comida se vinculan con las actividades deportivas, ya que la mayoría de las veces suelen cerrar sus puestos cuando cesan los encuentros de vóley.</p>		
Conclusiones		
<p>El mercado municipal va mucho más allá de un espacio de comercial, alcanzando a albergar actividades de convivencia y deportivas, por lo que es importante encontrar un equilibrio para lograr un funcionamiento armónico de estas actividades, aunque parezcan incompatibles.</p>		

Anexo 2

 <div style="text-align: center;"> Universidad Técnica de Ambato Facultad de Diseño y Arquitectura Carrera de Arquitectura DIARIO DE OBSERVACIÓN </div> 	
Tema:	Intervención Urbano-Arquitectónica del mercado municipal del cantón Carlos Julio Arosemena Tola
Lugar de observación:	Mercado municipal del cantón
Fecha:	Sábado 19 de octubre de 2024
Hora:	12:00 a 16:00
Hoja No:	2
Descripción	Fotografías
<p>A las 13:00 horas se visualiza que una considerable cantidad de gente entra a las instalaciones interiores del mercado, donde alrededor de 40 personas aproximadamente ingresan al interior del mismo en el transcurso de una hora, y el patio de comidas se mantiene lleno.</p> <p>A las 15:00 horas se observa que los puestos de comidas ubicados en la fachada frontal del mercado empiezan a ubicarse en sus respectivos lugares, para lo cual proceden a movilizar las cosas de sus puestos de comidas que se encuentran almacenados dentro de la infraestructura del mercado, donde los puestos sin uso se han convertido en bodegas de almacenaje.</p> <p>A las 16:00 horas se observa que tanto transporte liviano como pesado se estacionan frente al mercado para proceder a dar uso del patio de comidas.</p>	  
Observaciones:	
<p>El patio de comidas desde que da apertura siempre se encuentra ocupado por clientes, aunque existen periodos de tiempo en los que existen una mayor demanda del servicio que en otros.</p> <p>En el caso del servicio que se presta en el interior del mercado, que son prácticamente la venta de productos de primera necesidad, productos para el hogar, legumbres y frutas, se puede decir que la actividad es reducida, con poca afluencia de usuarios. Puesto que se ve que los compradores prefieren comprar sus productos en las tiendas más cercanas, y posiblemente por la mayor comodidad del cliente que ofrecen las tiendas cercanas.</p>	
Conclusiones	
<p>El patio de comidas es la actividad que genera un mayor movimiento económico y social.</p> <p>La infraestructura del mercado ha ido perdiendo protagonismo.</p>	

Anexo 3

 <div style="text-align: center;"> Universidad Técnica de Ambato Facultad de Diseño y Arquitectura Carrera de Arquitectura DIARIO DE OBSERVACIÓN </div> 	
Tema:	Intervención Urbano-Arquitectónica del mercado municipal del cantón Carlos Julio Arosemena Tola
Lugar de observación:	Mercado municipal del cantón y alrededores
Fecha:	Domingo 20 de octubre de 2024
Hora:	11:00 a 15:00
Hoja No:	3
Descripción	Fotografías
<p>A las 10:00 horas se observa que los negocios ubicados en la fachada frontal son los que más relevancia tienen, por la ventaja de contar con una mayor accesibilidad y visibilidad que los negocios internos.</p> <p>A las 12:00 horas de igual forma se evidencia que una considerable cantidad de la gente acude a las instalaciones interiores del mercado, y al igual que el día anterior las personas encargadas de los puestos del patio de comida empiezan a llegar y montar sus puestos a las 14:30.</p> <p>Se evidencia además que a una cuadra del mercado hay un puesto de legumbres que se ha adaptado con vista a la calle principal.</p> <p>A las 15:00 horas se visualiza que el patio de comidas se encuentra en proceso de llenarse a pesar de que el día está un poco lluvioso. Cabe mencionar que esto beneficia a otros negocios como lo son las juguerías y tiendas.</p>	  
Observaciones:	
Dentro del patio de comidas lo que mayormente se sirve son asados de pollo, carne, camarones y chuleta, además de eso comidas rápidas como papas fritas.	
Conclusiones	
<p>El patio de comidas siempre de que abre siempre está siendo ocupado, ya sea por pocos o muchos clientes.</p> <p>Los negocios del mercado que más rentabilidad generan son los que se encuentran con apertura a la calle principal teniendo Hugo Ortiz, debido a la accesibilidad y visibilidad que se pueden permitir debido a su disposición en el mercado.</p>	

Anexo 4

 <div style="text-align: center;"> Universidad Técnica de Ambato Facultad de Diseño y Arquitectura Carrera de Arquitectura DIARIO DE OBSERVACIÓN </div> 	
Tema:	Intervención Urbano-Arquitectónica del mercado municipal del cantón Carlos Julio Arosemena Tola
Lugar de observación:	Mercado municipal del cantón y alrededores
Fecha:	Lunes 21 de octubre de 2024
Hora:	10:00 a 15:00
Hoja No:	4
Descripción	Fotografías
<p>A las 10:00 horas se visualiza que los vendedores que se encuentran en el interior del mercado se dedican a lavar y a acomodar sus productos y racionarlos para poder venderlos. Ya que en esta hora es cuando más tiempo disponen</p> <p>A las 12:00 horas se observa que los se ha observado poca afluencia de personas al sector interno del mercado. Y según manifiestan algunos vendedores estos en común a esa hora del día.</p> <p>A las 13:00 horas se visualiza que transporte pesado se detiene a consumir en el patio de comidas, sin embargo, estos estacionan sus grandes camiones en los costados de la vía principal. Además, se visualiza un número pequeño de estudiantes del colegio de Arosemena tola, que se concentran en la parada para esperar el bus, o simplemente para protegerse del sol un momento y conversar.</p>	  
Observaciones:	
<p>Se presencia una incomodidad y malestar con la disposición de los cubículos en cuanto a la holgura del espacio, además de que hay espacios que han sido adaptados con mobiliario, puesto que no existe un espacio adecuado, específicamente para el sector de frutas y verduras.</p> <p>El mercado cuenta con un parqueadero, sin embargo este es muy limitado por lo que la gente opta por estacionarse en la vía principal.</p>	
Conclusiones	
<p>Los espacios en el mercado no son ergonómicos ni cómodos, puesto que los estacionamientos y en si los cubículos de venta no son suficientes para solventar las actividades, por ende, se visualiza una deficiencia en el espacio producido.</p>	

Anexo 5

 <div style="text-align: center;"> Universidad Técnica de Ambato Facultad de Diseño y Arquitectura Carrera de Arquitectura DIARIO DE OBSERVACIÓN </div> 	
Tema:	Intervención Urbano-Arquitectónica del mercado municipal del cantón Carlos Julio Arosemena Tola
Lugar de observación:	Mercado municipal del cantón y alrededores
Fecha:	Miércoles 23 de octubre de 2024
Hora:	10:00 a 15:00
Hoja No:	5
Descripción	Fotografías
<p>A las 10:00 horas se visualiza que los vendedores que se encuentran en el interior del mercado se dedican a lavar y a acomodar sus productos y racionarlos para poder venderlos. Ya que en esta hora es cuando más tiempo disponen</p> <p>A las 12:00 horas se observa que los se ha observado poca afluencia de personas al sector interno del mercado. Y según manifiestan algunos vendedores estos en común a esa hora del día.</p> <p>A las 13:00 horas se visualiza que transporte pesado se detiene a consumir en el patio de comidas, sin embargo, estos estacionan sus grandes camiones en los costados de la vía principal. Además, se visualiza un número pequeño de estudiantes del colegio de Arosemena tola, que se concentran en la parada para esperar el bus, o simplemente para protegerse del sol un momento y conversar.</p>	  
Observaciones:	
<p>Se presencia una incomodidad y malestar con la disposición de los cubículos en cuanto a la holgura del espacio, además de que hay espacios que han sido adaptados con mobiliario, puesto que no existe un espacio adecuado, específicamente para el sector de frutas y verduras.</p> <p>El mercado cuenta con un parqueadero, sin embargo este es muy limitado por lo que la gente opta por estacionarse en la vía principal.</p>	
Conclusiones	
<p>Los espacios en el mercado no son ergonómicos ni cómodos, puesto que los estacionamientos y en si los cubículos de venta no son suficientes para solventar las actividades, por ende, se visualiza una deficiencia en el espacio producido.</p>	

Anexo 6

 <div style="text-align: center;"> Universidad Técnica de Ambato Facultad de Diseño y Arquitectura Carrera de Arquitectura DIARIO DE OBSERVACIÓN </div> 	
Tema:	Intervención Urbano-Arquitectónica del mercado municipal del cantón Carlos Julio Arosemena Tola
Lugar de observación:	Mercado municipal del cantón y alrededores
Fecha:	Jueves 24 de octubre de 2024
Hora:	10:00 a 15:00
Hoja No:	6
Descripción	Fotografías
<p>A las 10:00 horas se visualiza que los vendedores que se encuentran en el interior del mercado se dedican a lavar y a acomodar sus productos y racionarlos para poder venderlos. Ya que en esta hora es cuando más tiempo disponen</p> <p>A las 12:00 horas se observa que los se ha observado poca afluencia de personas al sector interno del mercado. Y según manifiestan algunos vendedores estos en común a esa hora del día.</p> <p>A las 13:00 horas se visualiza que transporte pesado se detiene a consumir en el patio de comidas, sin embargo, estos estacionan sus grandes camiones en los costados de la vía principal. Además, se visualiza un número pequeño de estudiantes del colegio de Arosemena tola, que se concentran en la parada para esperar el bus, o simplemente para protegerse del sol un momento y conversar.</p>	 
Observaciones:	
<p>Se presencia una incomodidad y malestar con la disposición de los cubículos en cuanto a la holgura del espacio, además de que hay espacios que han sido adaptados con mobiliario, puesto que no existe un espacio adecuado, específicamente para el sector de frutas y verduras.</p> <p>El mercado cuenta con un parqueadero, sin embargo este es muy limitado por lo que la gente opta por estacionarse en la vía principal.</p>	
Conclusiones	
<p>Los espacios en el mercado no son ergonómicos ni cómodos, puesto que los estacionamientos y en si los cubículos de venta no son suficientes para solventar las actividades, por ende, se visualiza una deficiencia en el espacio producido.</p>	

Anexo 7

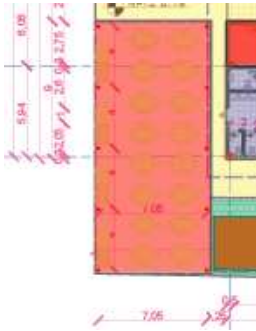
 <div style="text-align: center;"> Universidad Técnica de Ambato Facultad de Diseño y Arquitectura Carrera de Arquitectura DIARIO DE OBSERVACIÓN </div> 	
Tema:	Intervención Urbano-Arquitectónica del mercado municipal del cantón Carlos Julio Arosemena Tola
Lugar de observación:	Mercado municipal del cantón y alrededores
Fecha:	Sábado 2 de noviembre de 2024
Hora:	16:00 a 19:00
Hoja No:	8
Descripción	Fotografías
<p>A las 16:00 horas se visualiza que en la parte frontal de la infraestructura del mercado se encuentran personas ubicadas con productos agrícolas de la zona en el espacio techado del mismo, cabe recalcar que debido a que no existe adecuado mobiliario para esta clase de actividad los vendedores colocan sus productos en el suelo.</p> <p>A las 17:00 horas se observa que los vendedores de productos de la zona empiezan a levantar los productos que no lograron vender para volver el siguiente día, hasta lograr vender toda su mercadería.</p> <p>A las 18:00 horas se evidencia que a pesar de los cortes de energía que se están dando en todo el país, los vendedores del mercado municipal, se las arreglan para brindar unas horas más de servicio a la sociedad, en especial el área de los puestos de comida.</p>	 
Observaciones:	
<p>Las personas que se acercaron a realizar la venta de productos de la zona, son un grupo itinerante que no siempre ocupan el espacio para el comercio, por lo general lo ocupan 2 días a la semana, siendo el día martes y domingo los días que generalmente se los puede visualizar ocupando el espacio.</p> <p>Al acercarse la fecha de los difuntos dentro de los puestos de negocios se comienzan a vender colada morada, una tradición que se mantiene desde hace ya varios años.</p>	
Conclusiones	
<p>Se debe considerar las actividades intermitentes como un condicionante en la propuesta de diseño que se plantee del mercado, puesto que esto también forma parte de las dinámicas del mercado.</p>	

Anexo 8

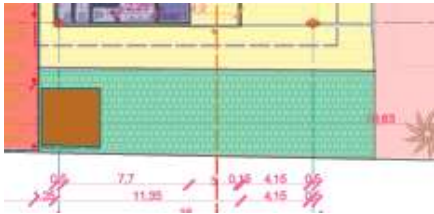
 <div style="text-align: center;"> Universidad Técnica de Ambato Facultad de Diseño y Arquitectura Carrera de Arquitectura DIARIO DE OBSERVACIÓN </div> 	
Tema:	Intervención Urbano-Arquitectónica del mercado municipal del cantón Carlos Julio Arosemena Tola
Lugar de observación:	Mercado municipal del cantón y alrededores
Fecha:	Martes 29 de octubre de 2024
Hora:	10:00 -13:00 -19:00
Hoja No:	7
Descripción	Fotografías
<p>A las 10:00 horas se cómo la gente que cultiva la tierra sale a comercializar sus productos, a diferencia de otros días normales se quedan durante más tiempo, y dependiendo del clima mueven sus productos para que no les dé el sol directamente.</p> <p>A las 13:00 horas se observa como los vendedores del área de comidas se ponen a trabajar más temprano que otros días, y aumentan su menú añadiendo la colada morada por motivo de finados</p> <p>A las 18:00 horas se evidencia como existe una mayor afluencia de gente, en comparación que otros días, y los que vendían sus productos agrícolas lograron vender casi todos sus productos, en cuanto a la gente dentro del edificio del mercado si lograron vender más que otros días, pero en su mayoría se benefició el puesto de productos Agrícolas, ya que la gente llegaba buscando productos para preparar la colada morada.</p>	
Observaciones:	
<p>En este día hubo más movimiento de lo normal en el mercado, ya que era una fecha de especial por finados, por ende, por la tradición que se maneja en todo el país la colada morada era el producto que más dinamizo el mercado, ya sea para consumirlo o comprar los ingredientes para prepararlo.</p>	
Conclusiones	
<p>En conclusión, se dice que el mercado en fechas que implique gastronomía y tradición sigue siendo ese punto comercial principal donde la gente acude a adquirir los productos Necesarios que se ameriten de acuerdo a la situación.</p>	

Fichas de análisis de espacios

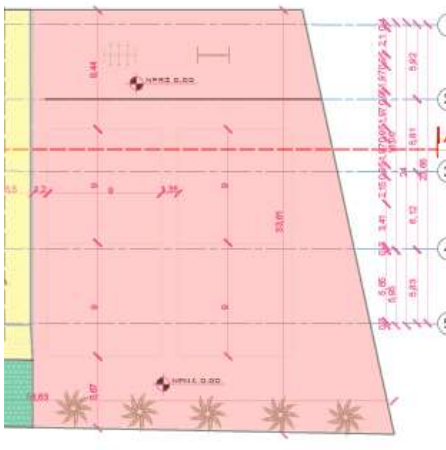
Anexo 9

FICHA DE ANÁLISIS DE ZONAS DEL MERCADO		
Área del Mercado	Parada de Bus	Fotografía de la zona
Ubicación en el plano arquitectónico: 		
Usos		
Esperar y coger el bus		
Problemáticas identificadas.		
Problemas con la humareda generada por los puestos gastronómicos Incomodidad al tener una cocida detrás de la parada, por el calor que genera.		
Observaciones:		
Las cubiertas del área de gastronomía se solapan con la de la parada de bus		

Anexo 10

FICHA DE ANÁLISIS DE ZONAS DEL MERCADO		
Zona del Mercado	Estacionamiento	Fotografía de la zona
Ubicación en el plano arquitectónico: 		
Usos		
Estacionar los vehículos Ingreso para el camión que entrega los productos		
Problemáticas identificadas.		
Obsolescencia esporádica del espacio		
Observaciones:		
Poco utilizado por los usuarios, se estacionan más en la calle Amazonas en los dos sentidos		

Anexo 11

FICHA DE ANÁLISIS DE ZONAS DEL MERCADO		
Zona del Mercado	Área deportiva	Fotografía de la zona
Ubicación en el plano arquitectónico:		
		
Usos		
Jugar Volley		
Problemáticas identificadas.		
La gente no tiene donde sentarse a ver dicha actividad		
Observaciones:		
El espacio es usado por jóvenes y adultos, por lo general se usa en la noche, cuando terminan las jornadas laborales		

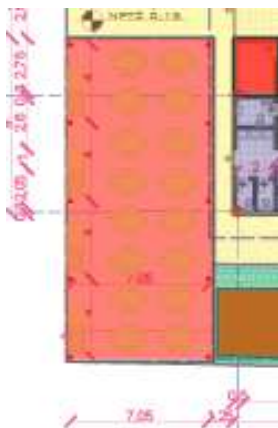
Anexo 12

FICHA DE ANÁLISIS DE ZONAS DEL MERCADO		
Zona del Mercado	Área recreativa	Fotografía de la zona
Ubicación en el plano arquitectónico: 		
Usos		
Espacio de juegos de niños		
Problemáticas identificadas.		
Poco usado debido al descuido en el mantenimiento		
Observaciones:		
Los niños prefieren ir al parque que es mas estético y permite realizar más actividades		

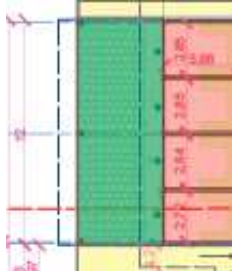
Anexo 13

FICHA DE ANÁLISIS DE ZONAS DEL MERCADO		
Zona del Mercado	Área de frutas y verduras	Fotografía de la zona
Ubicación en el plano arquitectónico: 		
Usos		
Vender frutas y verduras		
Problemáticas identificadas.		
No cuenta con un área adecuada, Generación de olores		
Observaciones:		
No contaba con espacio propio pero se adaptó uno en desuso, que antiguamente era la sede de la tenencia política		

Anexo 14

FICHA DE ANÁLISIS DE ZONAS DEL MERCADO		
Zona del Mercado	Área gastronómica	Fotografía de la zona
Ubicación en el plano arquitectónico: 		
Usos		
Vender comodas asadas Vender platos tipicos		
Problemáticas identificadas.		
Problemas con el agua cuando llueve Problemas de salubridad con los mosquitos, debido a los mosquitos que merodean por la baja instalación de luminarias.		
Observaciones:		
Espacio adaptado en la plaza		

Anexo 15

FICHA DE ANÁLISIS DE ZONAS DEL MERCADO		
Zona del Mercado	Plaza de feria libre	Fotografía de la zona
Ubicación en el plano arquitectónico: 		
Usos		
Feria libre		
Problemáticas identificadas.		
Cuando está en uso impide la circulación de los locales posteriores		
Observaciones:		
Es una actividad Itinerante		

Anexo 16

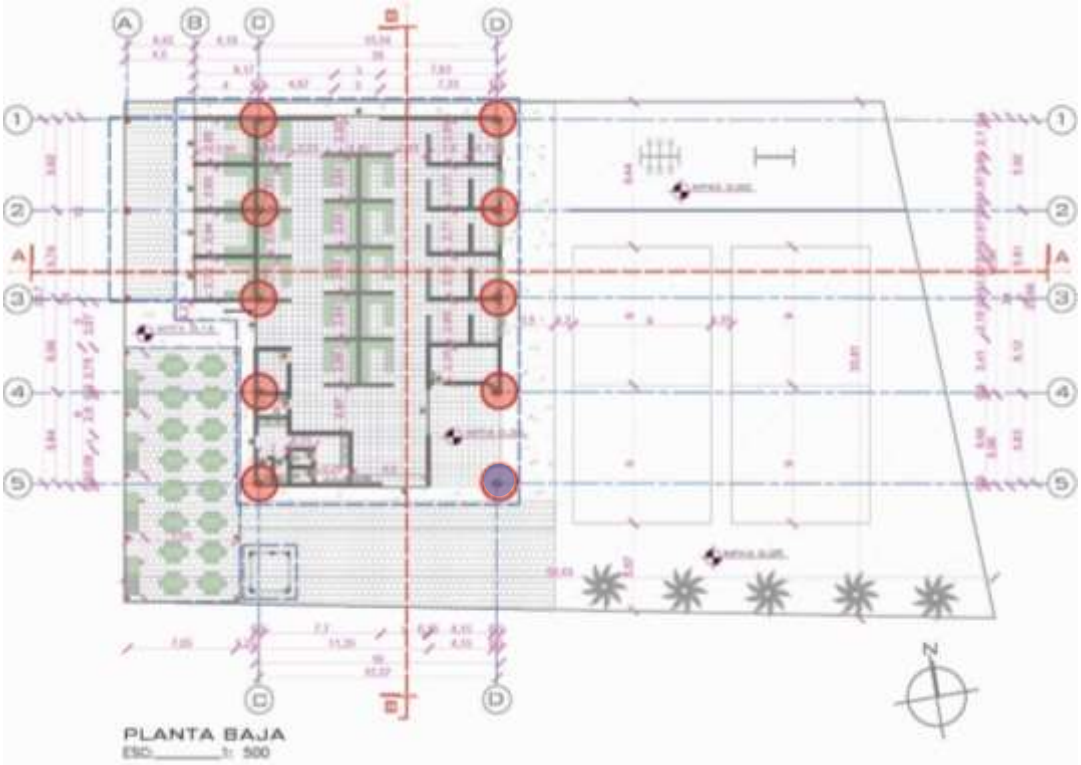
FICHA DE ANÁLISIS DE ZONAS DEL MERCADO		
Zona del Mercado	Locales comerciales	Fotografía de la zona
Ubicación en el plano arquitectónico: 		
Usos		
Venta de productos alimenticios Venta de productos del hogar		
Problemáticas identificadas.		
Desuso de espacios Readaptación de espacios (plaza)		
Observaciones:		
Espacios abandonados por la mala rentabilidad que generan, por su disposición en planta, por lo que se adaptaron espacios en el exterior		

Anexo 17

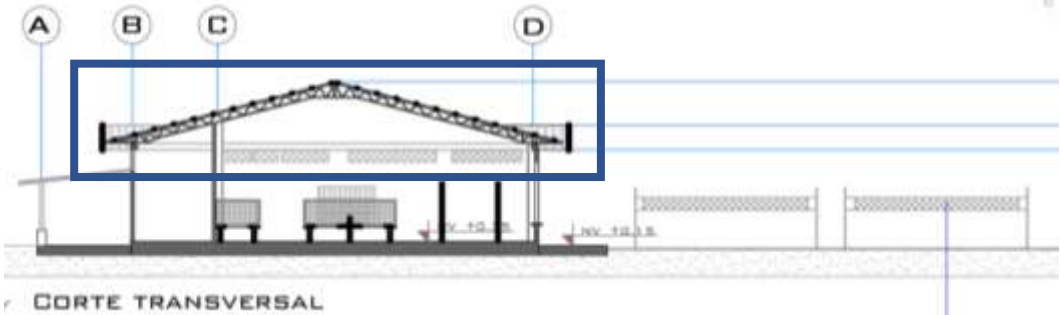
FICHA DE ANÁLISIS DE ZONAS DEL MERCADO		
Zona del Mercado	Servicios higiénicos	Fotografía de la zona
Ubicación en el plano arquitectónico: 		
Usos		
Realizas necesidades de aseo		
Problemáticas identificadas.		
No se privatiza el baño de mujeres, de los hombres.		
Observaciones:		
Los baños de mujeres se encuentra en contacto directo con el de los hombres		

Fichas de levantamiento del estado y mantenimiento actual

Anexo 18

Levantamiento de las condiciones actuales de los elementos arquitectónicos y estructurales que componen el Mercado Municipal de Arosemena Tola	
Edificación analizada: Mercado de abastos de Carlos Julio Arosemena Tola	
Elementos analizados: Columnas de la estructura principal del mercado	
Ubicación en la planta arquitectónica:	
	
Datos del elemento: <ul style="list-style-type: none"> - Columna de base rectangular de 50 x 30 - Altura de 5M - Construida en hormigon armado - La reticula de columnas consta de dos ejes verticales y 5 horizontales 	Imagen del elemento: 
Observaciones: A pesar de que existen una columna expuesta a la humedad de las lluvias, esta se encuentran en perfecto estado, al igual que las demas	
Conclusiones: El sistema portante de columnas se puede conservar en la intervención.	

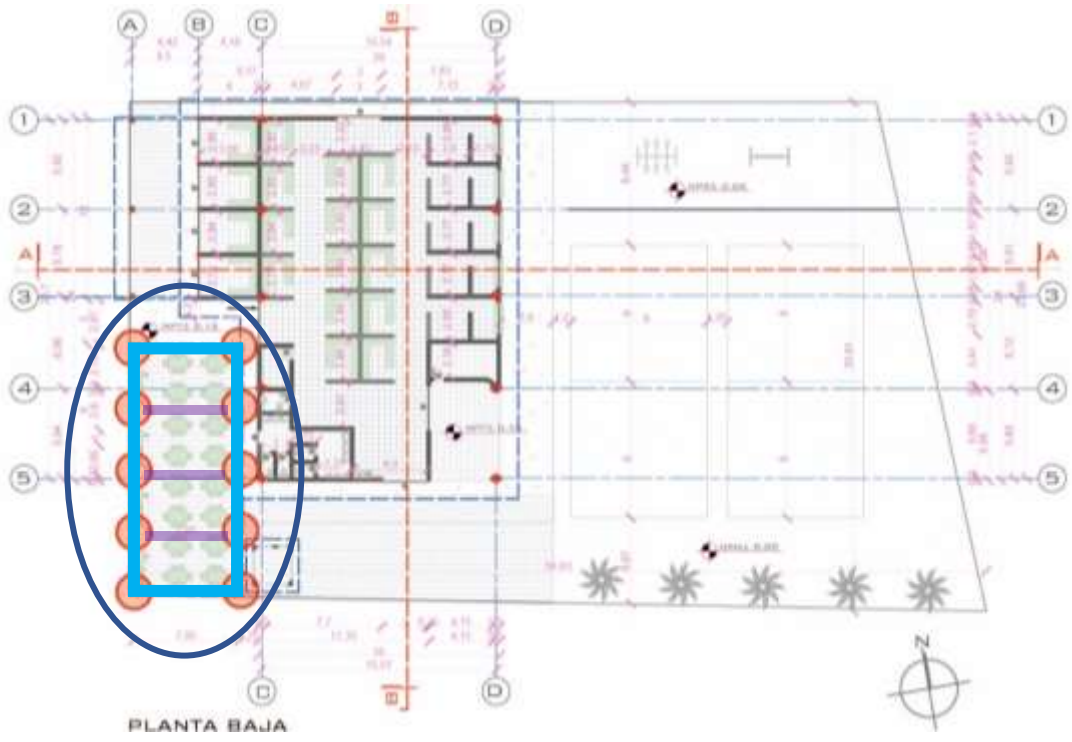
Anexo 19

Levantamiento de las condiciones actuales de los elementos arquitectónicos y estructurales que componen el Mercado Municipal de Arosemena Tola	
Edificación analizada: Mercado de abastos de Carlos Julio Arosemena Tola	
Elementos analizados: Vigas de la estructura principal del mercado	
Ubicación en el corte arquitectónico: 	
Datos del elemento: <ul style="list-style-type: none"> - Vigas cerchadas - Altura de 5m, y cumbrero de 8,2 m. - Construida con perfilera metálica tipo C - Soldadura en las uniones viga columna 	Imagen del elemento: 
Observaciones: El elemento esta bien conservado, y no presenta corrosión.	
Conclusiones: Puede ser reemplazable, por problemas luminicoas que genera la cubierta	

Anexo 20

Levantamiento de las condiciones actuales de los elementos arquitectónicos y estructurales que componen el Mercado Municipal de Arosemena Tola	
Edificación analizada: Mercado de abastos de Carlos Julio Arosemena Tola	
Elementos analizados: Columna y viga del área techada del área de feria libre.	
Ubicación en la plata arquitectónica:	
	
Datos del elemento: <ul style="list-style-type: none"> - Tubos API 5CP usado en columna y viga - Altura de 3,1m max. - Columna formada por la soldadura de 3 tubos API - Soldadura en las uniones viga-columna 	Imagen del elemento: 
Observaciones: El elemento esta bien conservado, y no presenta corrosion y el pie de hormigonsn tampoco presenta fisuras. Anteriormente eran columnas de madera.	
Conclusiones: Se puede intervenir ya que implica una m enor esfuerzo en desmontar este tipo de estructura.	

Anexo 21

Levantamiento de las condiciones actuales de los elementos arquitectónicos y estructurales que componen el Mercado Municipal de Arosemena Tola	
Edificacion analizada: Mercado de abastos de Carlos Julio Arosemena Tola	
Elementos analizados: Columna y viga del area techada del patio de comidas	
Ubicación en la planta arquitectónica: 	
Datos del elemento: <ul style="list-style-type: none"> - Tubos Galvanizados de 2" - 2,6 m de altura max. - Columna y viga de la misma materiaidada - Soldadura en las uniones viga-columna 	Imagen del elemento: 
Observaciones: El elemento esta bien conservado, y no presenta corrosion y en la base consta de una placa de acero que permite asentarse de mejor manera en el piso. Esta estructura fue cambiada, ya que anteriormente eran columnas de madera.	
Conclusiones: Al ser una estructura movil es facilmente prescindible.	

Anexo 22

Levantamiento de las condiciones actuales de los elementos arquitectónicos y estructurales que componen el Mercado Municipal de Arosemena Tola	
Edificación analizada: Mercado de abastos de Carlos Julio Arosemena Tola	
Elementos analizados: Cubierta de la estructura principal del mercado	
Ubicación en los alzados arquitectónicos: 	
Datos del elemento: <ul style="list-style-type: none"> - Viguetas de perfileeria metalia tipo C - Altura de cumbrero de 8,2 m. - Cubierta de dura techo - Soldadura en las uniones viga y viguetas. - Cubierta a dos aguas. 	Imagen del elemento: 
Observaciones: El techo esta bien conservado, pero existen problemas en la cumbrera que cuando se producen lluvias con viento ingresa poca agua al interior.	
Conclusiones: Se pienza manejar otras ideas de cubierta, que permitan un mayor aprovechamiento de la luz natural, y sobre todo que beneficie el confort termico.	

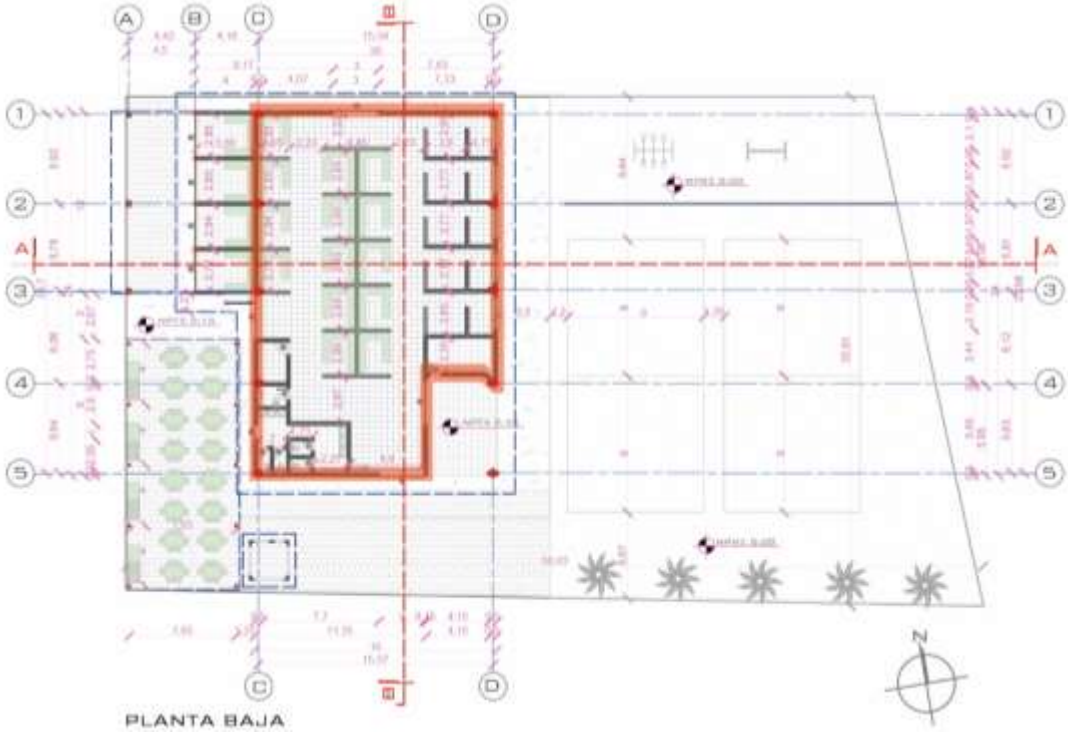
Anexo 23

Levantamiento de las condiciones actuales de los elementos arquitectónicos y estructurales que componen el Mercado Municipal de Arosemena Tola	
Edificacion analizada: Mercado de abastos de Carlos Julio Arosemena Tola	
Elementos analizados: Cubierta de la estructura del area de feria libre	
Ubicación en el alzado arquitectónico: <div style="text-align: center;">  <p>FACHADA FRONTAL DE LA CALLE AMAZONAS</p> </div>	
Datos del elemento: <ul style="list-style-type: none"> - Cubierta de hojas de zinc - Empotrada en una viga perdida en el muro de la estructura principal del mercado - No posee recoleccion de aguas lluvia 	Imagen del elemento: 
Observaciones: En cuanto a conservacion y estado se encuentra en optimas condiciones.	
Conclusiones: La idea de crear un espacio libre cubierto , que quede a disposicion de la poblacion es una grann idea pero la manera en que lo ejecuta puede ser manejado de otra manera.	

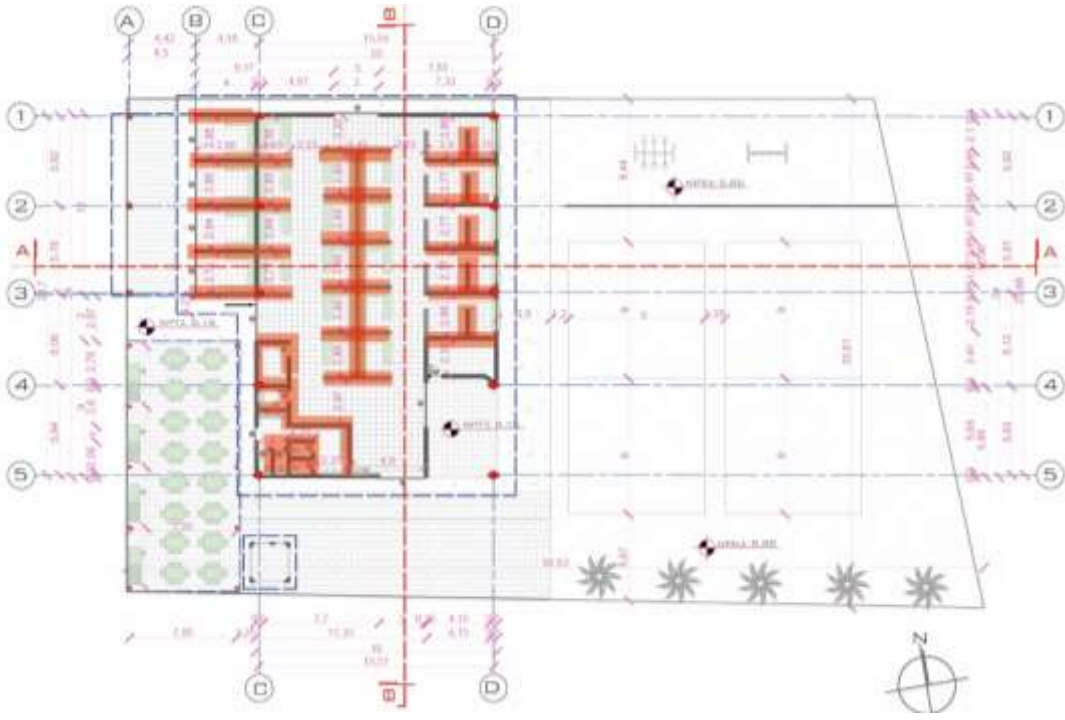
Anexo 24

Levantamiento de las condiciones actuales de los elementos arquitectónicos y estructurales que componen el Mercado Municipal de Arosemena Tola	
Edificación analizada: Mercado de abastos de Carlos Julio Arosemena Tola	
Elementos analizados: Cubierta del patio de comidas	
Ubicación en el alzado arquitectónico: 	
Datos del elemento: <ul style="list-style-type: none"> - Cubierta de hojas de zinc. - No posee recolección de aguas lluvia - Se solapa con la cubierta de la parada de bus - Cubierta a media agua 	Imagen del elemento: 
Observaciones: En cuanto a conservación y estado se encuentra en optimas condiciones.	
Conclusiones: Este elemento creado, se disocia completamente de la estructura general del mercado, lo que transmite un espacio la idea de un espacio improvisado	

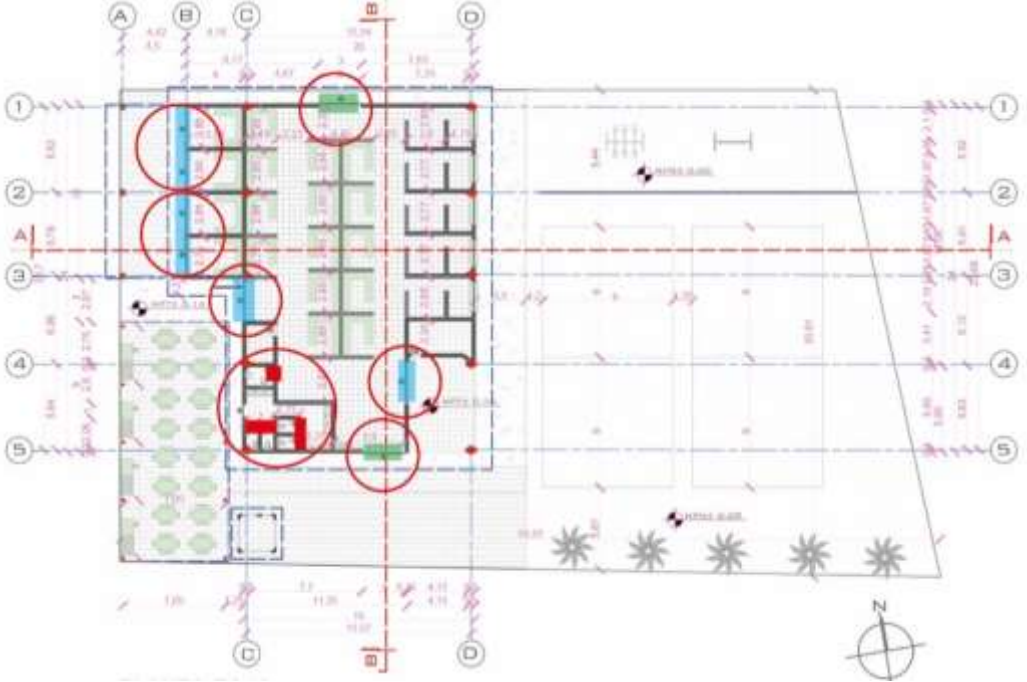
Anexo 25

Levantamiento de las condiciones actuales de los elementos arquitectónicos y estructurales que componen el Mercado Municipal de Arosemena Tola	
Edificación analizada: Mercado de abastos de Carlos Julio Arosemena Tola	
Elementos analizados: Paredes de manposteria confinada.	
Ubicación en la planta arquitectónica: 	
Datos del elemento: <ul style="list-style-type: none"> - Paredes de maposteria confinada - Paredes exteriores - En exposicion constante con las variables climaticas - Cargan con el elemento flotante que rodea el mercado 	Imagen del elemento: 
Observaciones: A pesar de su exposicion constante con las variables climaticas, se ha conservado en buen estado	
Conclusiones: A pesar de sus problemas funcionales, el GAD municipal,ha mantenido los espacios bien conservados y mantenidos.	

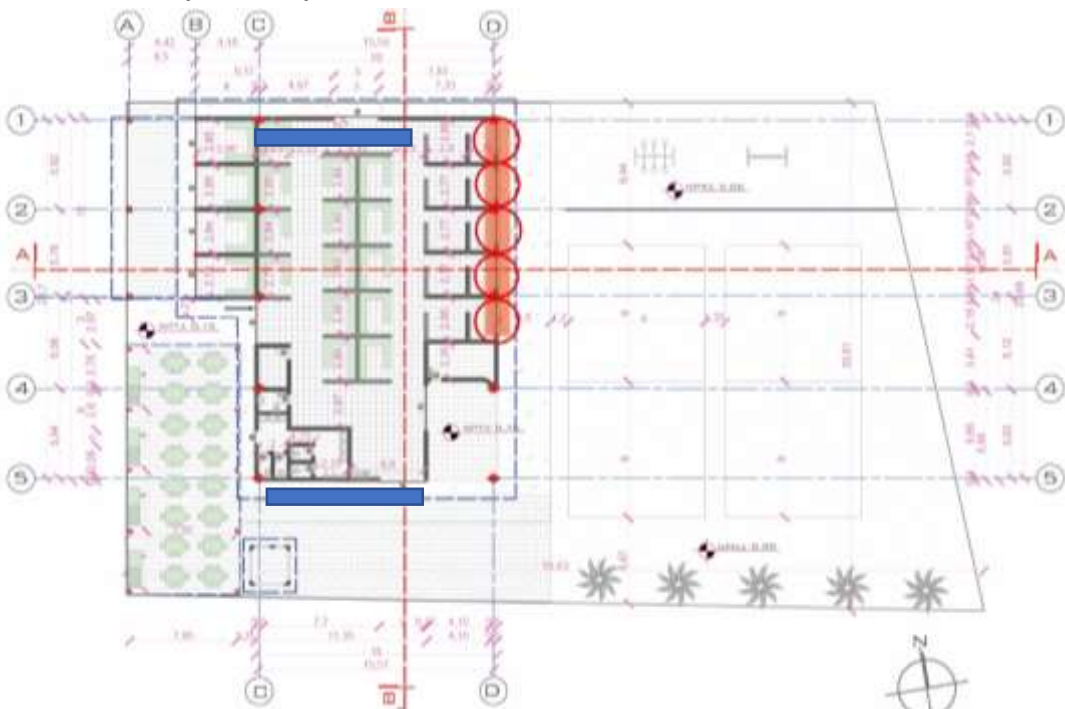
Anexo 26

Levantamiento de las condiciones actuales de los elementos arquitectónicos y estructurales que componen el Mercado Municipal de Arosemena Tola	
Edificacion analizada: Mercado de abastos de Carlos Julio Arosemena Tola	
Elementos analizados: Paredes de manposteria de bloque trabado	
Ubicación en la planta arquitectónica: 	
Datos del elemento: <ul style="list-style-type: none"> - Paredes de bloque trabado y refuerzo de varilla corrugada - Las paredes mas altas cubren zonas o areas que requieren de una mayor privacidad. - Poca exposicion a las variables climaticas - cumplen con funciones de delimitar espacios 	Imagen del elemento: 
Observaciones: Las paredes bajas de los modulos comerciales, constan de otra seccion de mallas de acero que ayudan a marcar el espacio pero sin obstruir visualmente a otras areas del mercado.	
Conclusiones: las paredes cumplen con su funcion de delimitar el espacio, sin embargo el problema recae en como estan orientadas y planteadas.	

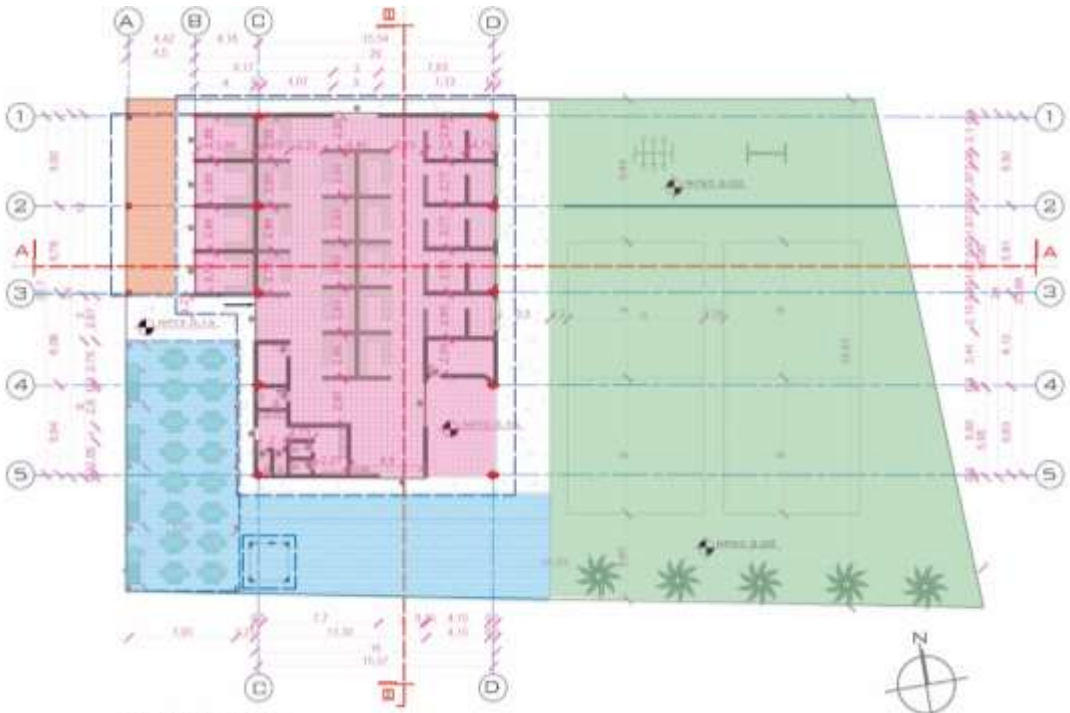
Anexo 27

Levantamiento de las condiciones actuales de los elementos arquitectónicos y estructurales que componen el Mercado Municipal de Arosemena Tola	
Edificación analizada: Mercado de abastos de Carlos Julio Arosemena Tola	
Elementos analizados: Puertas	
Ubicación en la planta arquitectónica: 	
Imágenes de los elementos: <div style="display: flex; justify-content: space-around;">    </div>	
Datos del elemento: <ul style="list-style-type: none"> - Las puertas señaladas en azul corresponden a puertas lanfor - Las puertas señaladas en verde son corredizas - Las puertas señaladas en rojo son abatibles 	
Observaciones: Las puertas de abatibles de los baños están en correcto estado, al igual que las corredizas, sin embargo en las puertas lanfor, existe una que dejó de funcionar, la cual corresponde a la puerta de salida de la infraestructura del mercado hacia el área recreativa.	
Conclusiones: Las puertas más usadas corresponden a la puerta frontal a la calle Imbabura y la frontal a la Av. Amazonas, para acceder al mercado.	

Anexo 28

Levantamiento de las condiciones actuales de los elementos arquitectónicos y estructurales que componen el Mercado Municipal de Arosemena Tola	
Edificacion analizada: Mercado de abastos de Carlos Julio Arosemena Tola	
Elementos analizados: Ventanas y vanos	
Ubicación en la planta arquitectónica: 	
Imágenes de los elementos: 	
Datos del elemento: <ul style="list-style-type: none"> - Las ventanas lanfor corresponden al color rojo señalado en la planta arquitectónica - los vanos elevados corresponde a los colores azule señalados en el mapa 	
Observaciones: Los vanos cumple con la funcion de otorgar una ventilacion cruzada en la infraestructura Las ventanas lanfor siempre pasan cerradas por ser puestos o modulos abandonados por lo comerciantes.	
Conclusiones: El mal planteamiento de la funcionalidad del estado ha desembocado en el abandono de modulos comerciales, u con ello al descuido de los mismos.	

Anexo 29

<p style="text-align: center;">Levantamiento de las condiciones actuales de los elementos arquitectónicos y estructurales que componen el Mercado Municipal de Arosemena Tola</p>
<p>Edificacion analizada: Mercado de abastos de Carlos Julio Arosemena Tola</p>
<p>Elementos analizados: Tipos de pisos implementados</p>
<p>Ubicación en la planta arquitectónica:</p> 
<p>Imágenes de los elementos:</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;">     </div>
<p>Datos del elemento:</p> <ul style="list-style-type: none"> - El piso de cerámica esta marcados de rosa en la planta arquitectónica. - Las baldosas son antideslizantes - El piso de hormigón esta marcado de blanco en la planta arquitectónica. - El piso de adoquin esta marcado de razul en la planta arquitectónica. - El piso natural de kilo, esta marcado de color verde en la planta arquitectónica
<p>Observaciones: Las paredes bajas de los modulos comerciales, constan de otra seccion de mallas de acero que ayudan a marcar el espacio pero sin obstruir visualmente a otras areas.</p>
<p>Conclusiones: las paredes cumplen con su funcion de delimitar el espacio, sin embargo el problema recae en como estan orientadas y planteadas.</p>

Encuestas realizadas a usuarios

Anexo 30

 <div style="text-align: center;"> Universidad Técnica de Ambato Facultad de Diseño y Arquitectura Carrera de Arquitectura Encuesta </div> 	
Tema:	Intervención Urbano-Arquitectónica del mercado municipal del cantón Carlos Julio Arosemena Tola
Lugar de aplicación:	Cantón Carlos Julio Arosemena Tola en el Mercado Municipal
Grupo de enfoque	Vendedores del mercado.
Introducción	
<p>La siguiente encuesta se realiza con el objetivo de conocer su perspectiva y puntos de vista con respecto a la funcionalidad, forma y estética del mercado municipal del cantón Arosemena Tola, y así conocer de manera clara su pensamiento acerca de las condiciones actuales en las que desempeñan sus actividades en el mercado. Además, se han desarrollado interrogantes que nos acercan a conocer a su visión de las posibles mejoras y soluciones que le gustaría que se implementen en una posible renovación del mercado.</p>	
Preguntas	
Información general	
1. ¿Cuántos años lleva vendiendo en el mercado?	
☐	- 1-2 años
☐	- 3-4 años
☒	- 5 o mas
2. ¿Qué tipo de productos vende o servicios ofrece?	
☒	- Productos de la limpieza (escobas, aromatizantes, cloro, etc)
☐	- Productos de primera necesidad. (arroz, atún, aceite etc.)
☐	- Frutas y legumbres
☐	- Productos agrícolas de la zona
☐	- Cárnicos

	- Servicio de comida
	- Aguas y bebidas
Actualidad	
3.- ¿Cómo califica el estado actual del mercado?	
	- Bueno
x	- Deficiente
4.- ¿Qué problemas funcionales ha experimentado en el mercado? (seleccione todos los que apliquen)	
x	- Espacio insuficiente
x	- Problemas de iluminación
	- Problemas de acceso
	- Problemas de Visibilidad
	- Falta de servicios básicos (baños, agua, etc.)
	- Control de olores
x	- Deficiencia en la tipología del mercado (concepto cerrado de mercado)
	- Otros (especifique)
5.- ¿Considera que el concepto cerrado del mercado está afectando en la productividad de su negocio?	
x	- si
	- no
6.- Teniendo en cuenta que existe poca afluencia a la infraestructura cerrada del mercado ¿Cuál considera que son las causas por las que existe poca afluencia de clientes en el interior del mercado?	
x	Poca visibilidad
	Estética del mercado
	Por la deficiente organización y disposición de los espacios y zonas del mercado
	Otros (especifique)
7.- ¿Piensa que el tamaño y la materialidad implementada en los cubículos o módulos de ventas son los adecuados?	
	- si
x	- no
8.- ¿Considera que el confort térmico de la infraestructura cerrada del mercado es la adecuada?	

	- si
x	- no
Renovación y Mejoras	
9 ¿Qué cambios considera más importantes para la renovación del mercado? (seleccione hasta 3)	
x	- Mejora de la iluminación
x	- Ampliación del espacio de venta
	- Mejora de los servicios básicos (baños, agua, etc.)
x	- Mejora de la ventilación
	- Cambio en el concepto de mercado cerrado a uno más permeable con el entorno y abierto
	- Cambio en la distribución y la manera en la que están dispuestos los espacios de venta
	- Otros (especifique)
10.- ¿Considera que las dinámicas del mercado mejorarían con un concepto de diseño abierto, sin paredes y con módulos de ventas con seguridad individual?	
x	- si
	- no
11.- ¿Considera conveniente que en el proyecto de renovación del mercado el patio de comidas se integre en el interior del mercado?	
x	- si
	- no
12.- ¿Qué características sostenibles le gustaría ver incorporadas en la renovación? (seleccione hasta 3)	
	- Energía solar
	- Reciclaje de agua
x	- Materiales reciclados
x	- Eficiencia energética
x	- Integración de elementos y áreas verdes
	- Otros (especifique)

Anexo 31

 <div style="text-align: center;"> Universidad Técnica de Ambato Facultad de Diseño y Arquitectura Carrera de Arquitectura Encuesta </div> 	
Tema:	Intervención Urbano-Arquitectónica del mercado municipal del cantón Carlos Julio Arosemena Tola
Lugar de aplicación:	Cantón Carlos Julio Arosemena Tola en el Mercado Municipal
Grupo de enfoque	Vendedores del mercado.
Introducción	
<p>La siguiente encuesta se realiza con el objetivo de conocer su perspectiva y puntos de vista con respecto a la funcionalidad, forma y estética del mercado municipal del cantón Arosemena Tola, y así conocer de manera clara su pensamiento acerca de las condiciones actuales en las que desempeñan sus actividades en el mercado. Además, se han desarrollado interrogantes que nos acercan a conocer a su visión de las posibles mejoras y soluciones que le gustaría que se implementen en una posible renovación del mercado.</p>	
Preguntas	
Información general	
1. ¿Cuántos años lleva vendiendo en el mercado?	
☐	- 1-2 años
☐	- 3-4 años
☒	- 5 o mas
2. ¿Qué tipo de productos vende o servicios ofrece?	
☐	- Productos de la limpieza (escobas, aromatizantes, cloro, etc)
☒	- Productos de primera necesidad. (arroz, atún, aceite etc.)
☒	- Frutas y legumbres
☒	- Productos agrícolas de la zona
☐	- Cárnicos
☐	- Servicio de comida
☒	- Aguas y bebidas

Actualidad	
3.- ¿Cómo califica el estado actual del mercado?	
	- Bueno
x	- Deficiente
4.- ¿Qué problemas funcionales ha experimentado en el mercado? (seleccione todos los que apliquen)	
x	- Espacio insuficiente
	- Problemas de iluminación
	- Problemas de acceso
	- Problemas de Visibilidad
x	- Falta de servicios básicos (baños, agua, etc.)
x	- Control de olores
	- Deficiencia en la tipología del mercado (concepto cerrado de mercado)
	- Otros (especifique)
5.- ¿Considera que el concepto cerrado del mercado está afectando en la productividad de su negocio?	
x	- si
	- no
6.- Teniendo en cuenta que existe poca afluencia a la infraestructura cerrada del mercado ¿Cuál considera que son las causas por las que existe poca afluencia de clientes en el interior del mercado?	
	Poca visibilidad
	Estética del mercado
x	Por la deficiente organización y disposición de los espacios y zonas del mercado
	Otros (especifique)
7.- ¿Piensa que el tamaño y la materialidad implementada en los cubículos o módulos de ventas son los adecuados?	
	- si
x	- no
8.- ¿Considera que el confort térmico de la infraestructura cerrada del mercado es la adecuada?	
	- si
x	- no

Renovación y Mejoras	
9 ¿Qué cambios considera más importantes para la renovación del mercado? (seleccione hasta 3)	
	- Mejora de la iluminación
x	- Ampliación del espacio de venta
	- Mejora de los servicios básicos (baños, agua, etc.)
	- Mejora de la ventilación
x	- Cambio en el concepto de mercado cerrado a uno más permeable con el entorno y abierto
x	- Cambio en la distribución y la manera en la que están dispuestos los espacios de venta
	- Otros (especifique)
10.- ¿Considera que las dinámicas del mercado mejorarían con un concepto de diseño abierto, sin paredes y con módulos de ventas con seguridad individual?	
x	- si
	- no
11.- ¿Considera conveniente que en el proyecto de renovación del mercado el patio de comidas se integre en el interior del mercado?	
x	- si
	- no
12.- ¿Qué características sostenibles le gustaría ver incorporadas en la renovación? (seleccione hasta 3)	
	- Energía solar
	- Reciclaje de agua
x	- Materiales reciclados
x	- Eficiencia energética
x	- Integración de elementos y áreas verdes
	- Otros (especifique)

Anexo 32

 <div style="text-align: center;"> Universidad Técnica de Ambato Facultad de Diseño y Arquitectura Carrera de Arquitectura Encuesta </div> 	
Tema:	Intervención Urbano-Arquitectónica del mercado municipal del cantón Carlos Julio Arosemena Tola
Lugar de aplicación:	Cantón Carlos Julio Arosemena Tola en el Mercado Municipal
Grupo de enfoque	Vendedores del mercado.
Introducción	
<p>La siguiente encuesta se realiza con el objetivo de conocer su perspectiva y puntos de vista con respecto a la funcionalidad, forma y estética del mercado municipal del cantón Arosemena Tola, y así conocer de manera clara su pensamiento acerca de las condiciones actuales en las que desempeñan sus actividades en el mercado. Además, se han desarrollado interrogantes que nos acercan a conocer a su visión de las posibles mejoras y soluciones que le gustaría que se implementen en una posible renovación del mercado.</p>	
Preguntas	
Información general	
1. ¿Cuántos años lleva vendiendo en el mercado?	
☐	- 1-2 años
☐	- 3-4 años
☒	- 5 o mas
2. ¿Qué tipo de productos vende o servicios ofrece?	
☐	- Productos de la limpieza (escobas, aromatizantes, cloro, etc)
☐	- Productos de primera necesidad. (arroz, atún, aceite etc.)
☐	- Frutas y legumbres
☐	- Productos agrícolas de la zona
☐	- Cárnicos
☒	- Servicio de comida
☐	- Aguas y bebidas

Actualidad	
3.- ¿Cómo califica el estado actual del mercado?	
☐	- Bueno
☐	- Deficiente
4.- ¿Qué problemas funcionales ha experimentado en el mercado? (seleccione todos los que apliquen)	
☐	- Espacio insuficiente
x	- Problemas de iluminación
☐	- Problemas de acceso
☐	- Problemas de Visibilidad
x	- Falta de servicios básicos (baños, agua, etc.)
☐	- Control de olores
☐	- Deficiencia en la tipología del mercado (concepto cerrado de mercado)
☐	- Otros (especifique)
5.- ¿Considera que el concepto cerrado del mercado está afectando en la productividad de su negocio?	
x	- si
☐	- no
6.- Teniendo en cuenta que existe poca afluencia a la infraestructura cerrada del mercado ¿Cuál considera que son las causas por las que existe poca afluencia de clientes en el interior del mercado?	
☐	Poca visibilidad
☐	Estética del mercado
x	Por la deficiente organización y disposición de los espacios y zonas del mercado
☐	Otros (especifique)
7.- ¿Piensa que el tamaño y la materialidad implementada en los cubículos o módulos de ventas son los adecuados?	
☐	- si
x	- no
8.- ¿Considera que el confort térmico de la infraestructura cerrada del mercado es la adecuada?	
☐	- si
x	- no

Renovación y Mejoras	
9 ¿Qué cambios considera más importantes para la renovación del mercado? (seleccione hasta 3)	
☒	- Mejora de la iluminación
☐	- Ampliación del espacio de venta
☒	- Mejora de los servicios básicos (baños, agua, etc.)
☐	- Mejora de la ventilación
☐	- Cambio en el concepto de mercado cerrado a uno más permeable con el entorno y abierto
☒	- Cambio en la distribución y la manera en la que están dispuestos los espacios de venta
☐	- Otros (especifique)
10.- ¿Considera que las dinámicas del mercado mejorarían con un concepto de diseño abierto, sin paredes y con módulos de ventas con seguridad individual?	
☐	- si
☒	- no
11.- ¿Considera conveniente que en el proyecto de renovación del mercado el patio de comidas se integre en el interior del mercado?	
☐	- si
☒	- no
12.- ¿Qué características sostenibles le gustaría ver incorporadas en la renovación? (seleccione hasta 3)	
☐	- Energía solar
☐	- Reciclaje de agua
☒	- Materiales reciclados
☒	- Eficiencia energética
☒	- Integración de elementos y áreas verdes
☐	- Otros (especifique)

Anexo 33

 <div style="text-align: center;"> Universidad Técnica de Ambato Facultad de Diseño y Arquitectura Carrera de Arquitectura Encuesta </div> 	
Tema:	Intervención Urbano-Arquitectónica del mercado municipal del cantón Carlos Julio Arosemena Tola
Lugar de aplicación:	Cantón Carlos Julio Arosemena Tola en el Mercado Municipal
Grupo de enfoque	Vendedores del mercado.
Introducción	
<p>La siguiente encuesta se realiza con el objetivo de conocer su perspectiva y puntos de vista con respecto a la funcionalidad, forma y estética del mercado municipal del cantón Arosemena Tola, y así conocer de manera clara su pensamiento acerca de las condiciones actuales en las que desempeñan sus actividades en el mercado. Además, se han desarrollado interrogantes que nos acercan a conocer a su visión de las posibles mejoras y soluciones que le gustaría que se implementen en una posible renovación del mercado.</p>	
Preguntas	
Información general	
1. ¿Cuántos años lleva vendiendo en el mercado?	
☐	- 1-2 años
☐	- 3-4 años
☒	- 5 o mas
2. ¿Qué tipo de productos vende o servicios ofrece?	
☐	- Productos de la limpieza (escobas, aromatizantes, cloro, etc)
☒	- Productos de primera necesidad. (arroz, atún, aceite etc.)
☐	- Frutas y legumbres
☐	- Productos agrícolas de la zona
☐	- Cárnicos
☐	- Servicio de comida
☒	- Aguas y bebidas

Actualidad	
3.- ¿Cómo califica el estado actual del mercado?	
	- Bueno
x	- Deficiente
4.- ¿Qué problemas funcionales ha experimentado en el mercado? (seleccione todos los que apliquen)	
x	- Espacio insuficiente
	- Problemas de iluminación
	- Problemas de acceso
	- Problemas de Visibilidad
x	- Falta de servicios básicos (baños, agua, etc.)
	- Control de olores
x	- Deficiencia en la tipología del mercado (concepto cerrado de mercado)
	- Otros (especifique)
5.- ¿Considera que el concepto cerrado del mercado está afectando en la productividad de su negocio?	
x	- si
	- no
6.- Teniendo en cuenta que existe poca afluencia a la infraestructura cerrada del mercado ¿Cuál considera que son las causas por las que existe poca afluencia de clientes en el interior del mercado?	
	Poca visibilidad
	Estética del mercado
x	Por la deficiente organización y disposición de los espacios y zonas del mercado
	Otros (especifique)
7.- ¿Piensa que el tamaño y la materialidad implementada en los cubículos o módulos de ventas son los adecuados?	
	- si
x	- no
8.- ¿Considera que el confort térmico de la infraestructura cerrada del mercado es la adecuada?	
	- si
x	- no

Renovación y Mejoras	
9 ¿Qué cambios considera más importantes para la renovación del mercado? (seleccione hasta 3)	
	- Mejora de la iluminación
x	- Ampliación del espacio de venta
	- Mejora de los servicios básicos (baños, agua, etc.)
	- Mejora de la ventilación
x	- Cambio en el concepto de mercado cerrado a uno más permeable con el entorno y abierto
x	- Cambio en la distribución y la manera en la que están dispuestos los espacios de venta
	- Otros (especifique)
10.- ¿Considera que las dinámicas del mercado mejorarían con un concepto de diseño abierto, sin paredes y con módulos de ventas con seguridad individual?	
	- si
x	- no
11.- ¿Considera conveniente que en el proyecto de renovación del mercado el patio de comidas se integre en el interior del mercado?	
	- si
x	- no
12.- ¿Qué características sostenibles le gustaría ver incorporadas en la renovación? (seleccione hasta 3)	
x	- Energía solar
	- Reciclaje de agua
	- Materiales reciclados
x	- Eficiencia energética
x	- Integración de elementos y áreas verdes
	- Otros (especifique)

Anexo 34

 <div style="text-align: center;"> Universidad Técnica de Ambato Facultad de Diseño y Arquitectura Carrera de Arquitectura Encuesta </div> 	
Tema:	Intervención Urbano-Arquitectónica del mercado municipal del cantón Carlos Julio Arosemena Tola
Lugar de aplicación:	Cantón Carlos Julio Arosemena Tola en el Mercado Municipal
Grupo de enfoque	Vendedores del mercado.
Introducción	
<p>La siguiente encuesta se realiza con el objetivo de conocer su perspectiva y puntos de vista con respecto a la funcionalidad, forma y estética del mercado municipal del cantón Arosemena Tola, y así conocer de manera clara su pensamiento acerca de las condiciones actuales en las que desempeñan sus actividades en el mercado. Además, se han desarrollado interrogantes que nos acercan a conocer a su visión de las posibles mejoras y soluciones que le gustaría que se implementen en una posible renovación del mercado.</p>	
Preguntas	
Información general	
1. ¿Cuántos años lleva vendiendo en el mercado?	
☐	- 1-2 años
☐	- 3-4 años
☒	- 5 o mas
2. ¿Qué tipo de productos vende o servicios ofrece?	
☐	- Productos de la limpieza (escobas, aromatizantes, cloro, etc)
☐	- Productos de primera necesidad. (arroz, atún, aceite etc.)
☐	- Frutas y legumbres
☒	- Productos agrícolas de la zona
☐	- Cárnicos
☐	- Servicio de comida
☐	- Aguas y bebidas

Actualidad	
3.- ¿Cómo califica el estado actual del mercado?	
☐	- Bueno
☐	- Deficiente
4.- ¿Qué problemas funcionales ha experimentado en el mercado? (seleccione todos los que apliquen)	
☒	- Espacio insuficiente
☐	- Problemas de iluminación
☒	- Problemas de acceso
☐	- Problemas de Visibilidad
☐	- Falta de servicios básicos (baños, agua, etc.)
☐	- Control de olores
☒	- Deficiencia en la tipología del mercado (concepto cerrado de mercado)
☐	- Otros (especifique)
5.- ¿Considera que el concepto cerrado del mercado está afectando en la productividad de su negocio?	
☒	- si
☐	- no
6.- Teniendo en cuenta que existe poca afluencia a la infraestructura cerrada del mercado ¿Cuál considera que son las causas por las que existe poca afluencia de clientes en el interior del mercado?	
☐	Poca visibilidad
☐	Estética del mercado
☒	Por la deficiente organización y disposición de los espacios y zonas del mercado
☐	Otros (especifique)
7.- ¿Piensa que el tamaño y la materialidad implementada en los cubículos o módulos de ventas son los adecuados?	
☐	- si
☒	- no
8.- ¿Considera que el confort térmico de la infraestructura cerrada del mercado es la adecuada?	
☐	- si
☒	- no

Renovación y Mejoras	
9 ¿Qué cambios considera más importantes para la renovación del mercado? (seleccione hasta 3)	
☒	- Mejora de la iluminación
☐	- Ampliación del espacio de venta
☐	- Mejora de los servicios básicos (baños, agua, etc.)
☒	- Mejora de la ventilación
☒	- Cambio en el concepto de mercado cerrado a uno más permeable con el entorno y abierto
☐	- Cambio en la distribución y la manera en la que están dispuestos los espacios de venta
☐	- Otros (especifique)
10.- ¿Considera que las dinámicas del mercado mejorarían con un concepto de diseño abierto, sin paredes y con módulos de ventas con seguridad individual?	
☒	- si
☐	- no
11.- ¿Considera conveniente que en el proyecto de renovación del mercado el patio de comidas se integre en el interior del mercado?	
☒	- si
☐	- no
12.- ¿Qué características sostenibles le gustaría ver incorporadas en la renovación? (seleccione hasta 3)	
☐	- Energía solar
☐	- Reciclaje de agua
☒	- Materiales reciclados
☒	- Eficiencia energética
☒	- Integración de elementos y áreas verdes
☐	- Otros (especifique)

Encuestas realizadas a clientes y consumidores

Anexo 35

 <div style="text-align: center;"> Universidad Técnica de Ambato Facultad de Diseño y Arquitectura Carrera de Arquitectura Encuesta </div> 	
Tema:	Intervención Urbano-Arquitectónica del mercado municipal del cantón Carlos Julio Arosemena Tola
Lugar de aplicación:	Cantón Carlos Julio Arosemena Tola en el Mercado Municipal
Grupo de enfoque	Clientes del mercado.
Introducción	
<p>La siguiente encuesta se realiza con el objetivo de conocer su perspectiva y puntos de vista con respecto a la funcionalidad, forma y estética del mercado municipal del cantón Arosemena Tola, y así conocer de manera clara su pensamiento acerca de las condiciones actuales en las que desempeñan sus actividades en el mercado. Además, se han desarrollado interrogantes que nos acercan a conocer a su visión de las posibles mejoras y soluciones que le gustaría que se implementen en una posible renovación del mercado.</p>	
Preguntas	
Información general	
1. ¿Cuántas veces a la semana acude al mercado?	
x	- 1-2 veces
	- 3-4 veces
	- 5-7 veces
2. ¿Por qué tipo de productos o servicios normalmente acude al mercado con más frecuencia?	
	- Productos de la limpieza (escobas, aromatizantes, cloro, etc)
x	- Productos de primera necesidad. (arroz, atún, aceite etc.)
x	- Frutas y legumbres
	- Productos agrícolas de la zona
	- Cárnicos
	- Servicio de comida

Actualidad	
3.- ¿Cómo califica el estado actual del mercado?	
☐	- Bueno
☐	- Deficiente
4.- ¿Qué problemas funcionales ha experimentado en el mercado? (seleccione todos los que apliquen)	
☐	- Espacio insuficiente
☐	- Problemas de iluminación
☐	- Problemas de acceso
x	- Problemas de Visibilidad
☐	- Falta de servicios básicos (baños, agua, etc.)
x	- Control de olores
x	- Deficiencia en la tipología del mercado (concepto cerrado de mercado)
☐	- Otros (especifique)
5.- ¿Considera que el concepto cerrado del mercado es el adecuado para el correcto funcionamiento y generar una buena dinámica en el mercado?	
☐	- si
x	- no
6.- Teniendo en cuenta que existe poca afluencia a la infraestructura cerrada del mercado ¿Cuál son las causas por las que como cliente no ingresaría a la infraestructura cerrada del mercado?	
x	Poca visibilidad
☐	Estética del mercado
☐	Por la deficiente organización y disposición de los espacios y zonas del mercado
☐	Otros (especifique).....
7.- ¿Piensa que el tamaño y la materialidad implementada en los cubículos o módulos de ventas son los adecuados?	
☐	- si
x	- no
8.- ¿Considera que el confort térmico de la infraestructura cerrada del mercado es la adecuada?	
☐	- si
x	- no

Renovación y Mejoras	
9 ¿Qué cambios considera más importantes para la renovación del mercado? (seleccione hasta 3)	
	- Mejora de la iluminación
x	- Ampliación del espacio de venta
x	- Mejora de los servicios básicos (baños, agua, etc.)
	- Mejora de la ventilación
x	- Cambio en el concepto de mercado cerrado a uno más permeable con el entorno y abierto
x	- Cambio en la distribución y la manera en la que están dispuestos los espacios de venta
	- Otros (especifique).....
11.- ¿Considera que las dinámicas del mercado mejorarían con un concepto de diseño abierto, sin paredes y con módulos de ventas con seguridad individual?	
x	- si
	- no
12.- ¿Considera conveniente que en el proyecto de renovación del mercado el patio de comidas se integre en el interior del mercado?	
x	- si
	- no
13.- ¿Qué características sostenibles le gustaría ver incorporadas en la renovación? (seleccione hasta 3)	
x	- Energía solar
	- Reciclaje de agua
	- Materiales reciclados
x	- Eficiencia energética
x	- Integración de elementos y áreas verdes
	- Otros (especifique)

Anexo 36

	Universidad Técnica de Ambato Facultad de Diseño y Arquitectura Carrera de Arquitectura Encuesta	
Tema:	Intervención Urbano-Arquitectónica del mercado municipal del cantón Carlos Julio Arosemena Tola	
Lugar de aplicación:	Cantón Carlos Julio Arosemena Tola en el Mercado Municipal	
Grupo de enfoque	Clientes del mercado.	
Introducción		
<p>La siguiente encuesta se realiza con el objetivo de conocer su perspectiva y puntos de vista con respecto a la funcionalidad, forma y estética del mercado municipal del cantón Arosemena Tola, y así conocer de manera clara su pensamiento acerca de las condiciones actuales en las que desempeñan sus actividades en el mercado. Además, se han desarrollado interrogantes que nos acercan a conocer a su visión de las posibles mejoras y soluciones que le gustaría que se implementen en una posible renovación del mercado.</p>		
Preguntas		
Información general		
1. ¿Cuántas veces a la semana acude al mercado?		
	- 1-2 veces	
x	- 3-4 veces	
	- 5-7 veces	
2. ¿Por qué tipo de productos o servicios normalmente acude al mercado con más frecuencia?		
	- Productos de la limpieza (escobas, aromatizantes, cloro, etc)	
	- Productos de primera necesidad. (arroz, atún, aceite etc.)	
x	- Frutas y legumbres	
x	- Productos agrícolas de la zona	
	- Cárnicos	
x	- Servicio de comida	

Actualidad	
3.- ¿Cómo califica el estado actual del mercado?	
	- Bueno
x	- Deficiente
4.- ¿Qué problemas funcionales ha experimentado en el mercado? (seleccione todos los que apliquen)	
	- Espacio insuficiente
	- Problemas de iluminación
	- Problemas de acceso
x	- Problemas de Visibilidad
x	- Falta de servicios básicos (baños, agua, etc.)
	- Control de olores
x	- Deficiencia en la tipología del mercado (concepto cerrado de mercado)
	- Otros (especifique)
5.- ¿Considera que el concepto cerrado del mercado es el adecuado para el correcto funcionamiento y generar una buena dinámica en el mercado?	
	- si
x	- no
6.- Teniendo en cuenta que existe poca afluencia a la infraestructura cerrada del mercado ¿Cuál son las causas por las que como cliente no ingresaría a la infraestructura cerrada del mercado?	
	Poca visibilidad
x	Estética del mercado
	Por la deficiente organización y disposición de los espacios y zonas del mercado
	Otros (especifique).....
7.- ¿Piensa que el tamaño y la materialidad implementada en los cubículos o módulos de ventas son los adecuados?	
	- si
x	- no
8.- ¿Considera que el confort térmico de la infraestructura cerrada del mercado es la adecuada?	
	- si
x	- no

Renovación y Mejoras	
9 ¿Qué cambios considera más importantes para la renovación del mercado? (seleccione hasta 3)	
☐	- Mejora de la iluminación
☐	- Ampliación del espacio de venta
☐	- Mejora de los servicios básicos (baños, agua, etc.)
☐	- Mejora de la ventilación
☐	- Cambio en el concepto de mercado cerrado a uno más permeable con el entorno y abierto
☐	- Cambio en la distribución y la manera en la que están dispuestos los espacios de venta
☐	- Otros (especifique).....
11.- ¿Considera que las dinámicas del mercado mejorarían con un concepto de diseño abierto, sin paredes y con módulos de ventas con seguridad individual?	
☐	- si
☐	- no
12.- ¿Considera conveniente que en el proyecto de renovación del mercado el patio de comidas se integre en el interior del mercado?	
☐	- si
☐	- no
13.- ¿Qué características sostenibles le gustaría ver incorporadas en la renovación? (seleccione hasta 3)	
☐	- Energía solar
☐	- Reciclaje de agua
☐	- Materiales reciclados
☐	- Eficiencia energética
☐	- Integración de elementos y áreas verdes
☐	- Otros (especifique)

Anexo 37

	Universidad Técnica de Ambato Facultad de Diseño y Arquitectura Carrera de Arquitectura Encuesta	
Tema:	Intervención Urbano-Arquitectónica del mercado municipal del cantón Carlos Julio Arosemena Tola	
Lugar de aplicación:	Cantón Carlos Julio Arosemena Tola en el Mercado Municipal	
Grupo de enfoque	Clientes del mercado.	
Introducción		
<p>La siguiente encuesta se realiza con el objetivo de conocer su perspectiva y puntos de vista con respecto a la funcionalidad, forma y estética del mercado municipal del cantón Arosemena Tola, y así conocer de manera clara su pensamiento acerca de las condiciones actuales en las que desempeñan sus actividades en el mercado. Además, se han desarrollado interrogantes que nos acercan a conocer a su visión de las posibles mejoras y soluciones que le gustaría que se implementen en una posible renovación del mercado.</p>		
Preguntas		
Información general		
1. ¿Cuántas veces a la semana acude al mercado?		
	- 1-2 veces	
	- 3-4 veces	
	- 5-7 veces	
2. ¿Por qué tipo de productos o servicios normalmente acude al mercado con más frecuencia?		
	- Productos de la limpieza (escobas, aromatizantes, cloro, etc)	
	- Productos de primera necesidad. (arroz, atún, aceite etc.)	
	- Frutas y legumbres	
	- Productos agrícolas de la zona	
	- Cárnicos	
	- Servicio de comida	

Actualidad	
3.- ¿Cómo califica el estado actual del mercado?	
	- Bueno
	- Deficiente
4.- ¿Qué problemas funcionales ha experimentado en el mercado? (seleccione todos los que apliquen)	
	- Espacio insuficiente
	- Problemas de iluminación
	- Problemas de acceso
	- Problemas de Visibilidad
	- Falta de servicios básicos (baños, agua, etc.)
	- Control de olores
	- Deficiencia en la tipología del mercado (concepto cerrado de mercado)
	- Otros (especifique)
5.- ¿Considera que el concepto cerrado del mercado es el adecuado para el correcto funcionamiento y generar una buena dinámica en el mercado?	
	- si
	- no
6.- Teniendo en cuenta que existe poca afluencia a la infraestructura cerrada del mercado ¿Cuál son las causas por las que como cliente no ingresaría a la infraestructura cerrada del mercado?	
	Poca visibilidad
	Estética del mercado
	Por la deficiente organización y disposición de los espacios y zonas del mercado
	Otros (especifique).....
7.- ¿Piensa que el tamaño y la materialidad implementada en los cubículos o módulos de ventas son los adecuados?	
	- si
	- no
8.- ¿Considera que el confort térmico de la infraestructura cerrada del mercado es la adecuada?	
	- si
	- no

Renovación y Mejoras	
9 ¿Qué cambios considera más importantes para la renovación del mercado? (seleccione hasta 3)	
	- Mejora de la iluminación
	- Ampliación del espacio de venta
	- Mejora de los servicios básicos (baños, agua, etc.)
	- Mejora de la ventilación
	- Cambio en el concepto de mercado cerrado a uno más permeable con el entorno y abierto
	- Cambio en la distribución y la manera en la que están dispuestos los espacios de venta
	- Otros (especifique).....
11.- ¿Considera que las dinámicas del mercado mejorarían con un concepto de diseño abierto, sin paredes y con módulos de ventas con seguridad individual?	
	- si
	- no
12.- ¿Considera conveniente que en el proyecto de renovación del mercado el patio de comidas se integre en el interior del mercado?	
	- si
	- no
13.- ¿Qué características sostenibles le gustaría ver incorporadas en la renovación? (seleccione hasta 3)	
	- Energía solar
	- Reciclaje de agua
	- Materiales reciclados
	- Eficiencia energética
	- Integración de elementos y áreas verdes
	- Otros (especifique)

Anexo 38

	Universidad Técnica de Ambato Facultad de Diseño y Arquitectura Carrera de Arquitectura Encuesta	
Tema:	Intervención Urbano-Arquitectónica del mercado municipal del cantón Carlos Julio Arosemena Tola	
Lugar de aplicación:	Cantón Carlos Julio Arosemena Tola en el Mercado Municipal	
Grupo de enfoque	Clientes del mercado.	
Introducción		
<p>La siguiente encuesta se realiza con el objetivo de conocer su perspectiva y puntos de vista con respecto a la funcionalidad, forma y estética del mercado municipal del cantón Arosemena Tola, y así conocer de manera clara su pensamiento acerca de las condiciones actuales en las que desempeñan sus actividades en el mercado. Además, se han desarrollado interrogantes que nos acercan a conocer a su visión de las posibles mejoras y soluciones que le gustaría que se implementen en una posible renovación del mercado.</p>		
Preguntas		
Información general		
1. ¿Cuántas veces a la semana acude al mercado?		
	- 1-2 veces	
	- 3-4 veces	
	- 5-7 veces	
2. ¿Por qué tipo de productos o servicios normalmente acude al mercado con más frecuencia?		
	- Productos de la limpieza (escobas, aromatizantes, cloro, etc)	
	- Productos de primera necesidad. (arroz, atún, aceite etc.)	
	- Frutas y legumbres	
	- Productos agrícolas de la zona	
	- Cárnicos	
	- Servicio de comida	

Actualidad	
3.- ¿Cómo califica el estado actual del mercado?	
☐	- Bueno
☐	- Deficiente
4.- ¿Qué problemas funcionales ha experimentado en el mercado? (seleccione todos los que apliquen)	
☐	- Espacio insuficiente
☐	- Problemas de iluminación
☐	- Problemas de acceso
☐	- Problemas de Visibilidad
☐	- Falta de servicios básicos (baños, agua, etc.)
☐	- Control de olores
☐	- Deficiencia en la tipología del mercado (concepto cerrado de mercado)
☐	- Otros (especifique)
5.- ¿Considera que el concepto cerrado del mercado es el adecuado para el correcto funcionamiento y generar una buena dinámica en el mercado?	
☒	- si
☐	- no
6.- Teniendo en cuenta que existe poca afluencia a la infraestructura cerrada del mercado ¿Cuál son las causas por las que como cliente no ingresaría a la infraestructura cerrada del mercado?	
☒	Poca visibilidad
☐	Estética del mercado
☐	Por la deficiente organización y disposición de los espacios y zonas del mercado
☐	Otros (especifique).....
7.- ¿Piensa que el tamaño y la materialidad implementada en los cubículos o módulos de ventas son los adecuados?	
☐	- si
☐	- no
8.- ¿Considera que el confort térmico de la infraestructura cerrada del mercado es la adecuada?	
☐	- si
☐	- no

Renovación y Mejoras	
9 ¿Qué cambios considera más importantes para la renovación del mercado? (seleccione hasta 3)	
☐	- Mejora de la iluminación
☐	- Ampliación del espacio de venta
☐	- Mejora de los servicios básicos (baños, agua, etc.)
☐	- Mejora de la ventilación
☐	- Cambio en el concepto de mercado cerrado a uno más permeable con el entorno y abierto
☐	- Cambio en la distribución y la manera en la que están dispuestos los espacios de venta
☐	- Otros (especifique).....
11.- ¿Considera que las dinámicas del mercado mejorarían con un concepto de diseño abierto, sin paredes y con módulos de ventas con seguridad individual?	
☒	- si
☐	- no
12.- ¿Considera conveniente que en el proyecto de renovación del mercado el patio de comidas se integre en el interior del mercado?	
☒	- si
☐	- no
13.- ¿Qué características sostenibles le gustaría ver incorporadas en la renovación? (seleccione hasta 3)	
☐	- Energía solar
☒	- Reciclaje de agua
☐	- Materiales reciclados
☒	- Eficiencia energética
☐	- Integración de elementos y áreas verdes
☐	- Otros (especifique)

Anexo 39

	Universidad Técnica de Ambato Facultad de Diseño y Arquitectura Carrera de Arquitectura Encuesta	
Tema:	Intervención Urbano-Arquitectónica del mercado municipal del cantón Carlos Julio Arosemena Tola	
Lugar de aplicación:	Cantón Carlos Julio Arosemena Tola en el Mercado Municipal	
Grupo de enfoque	Clientes del mercado.	
Introducción		
<p>La siguiente encuesta se realiza con el objetivo de conocer su perspectiva y puntos de vista con respecto a la funcionalidad, forma y estética del mercado municipal del cantón Arosemena Tola, y así conocer de manera clara su pensamiento acerca de las condiciones actuales en las que desempeñan sus actividades en el mercado. Además, se han desarrollado interrogantes que nos acercan a conocer a su visión de las posibles mejoras y soluciones que le gustaría que se implementen en una posible renovación del mercado.</p>		
Preguntas		
Información general		
1. ¿Cuántas veces a la semana acude al mercado?		
	- 1-2 veces	
x	- 3-4 veces	
	- 5-7 veces	
2. ¿Por qué tipo de productos o servicios normalmente acude al mercado con más frecuencia?		
	- Productos de la limpieza (escobas, aromatizantes, cloro, etc)	
x	- Productos de primera necesidad. (arroz, atún, aceite etc.)	
	- Frutas y legumbres	
	- Productos agrícolas de la zona	
	- Cárnicos	
x	- Servicio de comida	

Actualidad	
3.- ¿Cómo califica el estado actual del mercado?	
	- Bueno
x	- Deficiente
4.- ¿Qué problemas funcionales ha experimentado en el mercado? (seleccione todos los que apliquen)	
x	- Espacio insuficiente
x	- Problemas de iluminación
	- Problemas de acceso
	- Problemas de Visibilidad
	- Falta de servicios básicos (baños, agua, etc.)
	- Control de olores
x	- Deficiencia en la tipología del mercado (concepto cerrado de mercado)
	- Otros (especifique)
5.- ¿Considera que el concepto cerrado del mercado es el adecuado para el correcto funcionamiento y generar una buena dinámica en el mercado?	
	- si
x	- no
6.- Teniendo en cuenta que existe poca afluencia a la infraestructura cerrada del mercado ¿Cuál son las causas por las que como cliente no ingresaría a la infraestructura cerrada del mercado?	
	Poca visibilidad
x	Estética del mercado
	Por la deficiente organización y disposición de los espacios y zonas del mercado
	Otros (especifique).....
7.- ¿Piensa que el tamaño y la materialidad implementada en los cubículos o módulos de ventas son los adecuados?	
	- si
x	- no
8.- ¿Considera que el confort térmico de la infraestructura cerrada del mercado es la adecuada?	
	- si
x	- no

Renovación y Mejoras	
9 ¿Qué cambios considera más importantes para la renovación del mercado? (seleccione hasta 3)	
	- Mejora de la iluminación
	- Ampliación del espacio de venta
x	- Mejora de los servicios básicos (baños, agua, etc.)
	- Mejora de la ventilación
x	- Cambio en el concepto de mercado cerrado a uno más permeable con el entorno y abierto
x	- Cambio en la distribución y la manera en la que están dispuestos los espacios de venta
	- Otros (especifique).....
11.- ¿Considera que las dinámicas del mercado mejorarían con un concepto de diseño abierto, sin paredes y con módulos de ventas con seguridad individual?	
x	- si
	- no
12.- ¿Considera conveniente que en el proyecto de renovación del mercado el patio de comidas se integre en el interior del mercado?	
x	- si
	- no
13.- ¿Qué características sostenibles le gustaría ver incorporadas en la renovación? (seleccione hasta 3)	
	- Energía solar
x	- Reciclaje de agua
	- Materiales reciclados
x	- Eficiencia energética
x	- Integración de elementos y áreas verdes
	- Otros (especifique)

Anexo 40

	Universidad Técnica de Ambato Facultad de Diseño y Arquitectura Carrera de Arquitectura Encuesta	
Tema:	Intervención Urbano-Arquitectónica del mercado municipal del cantón Carlos Julio Arosemena Tola	
Lugar de aplicación:	Cantón Carlos Julio Arosemena Tola en el Mercado Municipal	
Grupo de enfoque	Clientes del mercado.	
Introducción		
<p>La siguiente encuesta se realiza con el objetivo de conocer su perspectiva y puntos de vista con respecto a la funcionalidad, forma y estética del mercado municipal del cantón Arosemena Tola, y así conocer de manera clara su pensamiento acerca de las condiciones actuales en las que desempeñan sus actividades en el mercado. Además, se han desarrollado interrogantes que nos acercan a conocer a su visión de las posibles mejoras y soluciones que le gustaría que se implementen en una posible renovación del mercado.</p>		
Preguntas		
Información general		
1. ¿Cuántas veces a la semana acude al mercado?		
	- 1-2 veces	
x	- 3-4 veces	
	- 5-7 veces	
2. ¿Por qué tipo de productos o servicios normalmente acude al mercado con más frecuencia?		
	- Productos de la limpieza (escobas, aromatizantes, cloro, etc)	
x	- Productos de primera necesidad. (arroz, atún, aceite etc.)	
	- Frutas y legumbres	
x	- Productos agrícolas de la zona	
	- Cárnicos	
	- Servicio de comida	

Actualidad	
3.- ¿Cómo califica el estado actual del mercado?	
	- Bueno
x	- Deficiente
4.- ¿Qué problemas funcionales ha experimentado en el mercado? (seleccione todos los que apliquen)	
	- Espacio insuficiente
	- Problemas de iluminación
x	- Problemas de acceso
x	- Problemas de Visibilidad
	- Falta de servicios básicos (baños, agua, etc.)
	- Control de olores
x	- Deficiencia en la tipología del mercado (concepto cerrado de mercado)
	- Otros (especifique)
5.- ¿Considera que el concepto cerrado del mercado es el adecuado para el correcto funcionamiento y generar una buena dinámica en el mercado?	
	- si
x	- no
6.- Teniendo en cuenta que existe poca afluencia a la infraestructura cerrada del mercado ¿Cuál son las causas por las que como cliente no ingresaría a la infraestructura cerrada del mercado?	
x	Poca visibilidad
	Estética del mercado
x	Por la deficiente organización y disposición de los espacios y zonas del mercado
	Otros (especifique).....
7.- ¿Piensa que el tamaño y la materialidad implementada en los cubículos o módulos de ventas son los adecuados?	
	- si
x	- no
8.- ¿Considera que el confort térmico de la infraestructura cerrada del mercado es la adecuada?	
x	- si
x	- no

Renovación y Mejoras	
9 ¿Qué cambios considera más importantes para la renovación del mercado? (seleccione hasta 3)	
	- Mejora de la iluminación
x	- Ampliación del espacio de venta
	- Mejora de los servicios básicos (baños, agua, etc.)
x	- Mejora de la ventilación
x	- Cambio en el concepto de mercado cerrado a uno más permeable con el entorno y abierto
	- Cambio en la distribución y la manera en la que están dispuestos los espacios de venta
	- Otros (especifique).....
11.- ¿Considera que las dinámicas del mercado mejorarían con un concepto de diseño abierto, sin paredes y con módulos de ventas con seguridad individual?	
	- si
	- no
12.- ¿Considera conveniente que en el proyecto de renovación del mercado el patio de comidas se integre en el interior del mercado?	
	- si
	- no
13.- ¿Qué características sostenibles le gustaría ver incorporadas en la renovación? (seleccione hasta 3)	
	- Energía solar
	- Reciclaje de agua
x	- Materiales reciclados
x	- Eficiencia energética
x	- Integración de elementos y áreas verdes
	- Otros (especifique)

Anexo 41

	Universidad Técnica de Ambato Facultad de Diseño y Arquitectura Carrera de Arquitectura Encuesta	
Tema:	Intervención Urbano-Arquitectónica del mercado municipal del cantón Carlos Julio Arosemena Tola	
Lugar de aplicación:	Cantón Carlos Julio Arosemena Tola en el Mercado Municipal	
Grupo de enfoque	Clientes del mercado.	
Introducción		
<p>La siguiente encuesta se realiza con el objetivo de conocer su perspectiva y puntos de vista con respecto a la funcionalidad, forma y estética del mercado municipal del cantón Arosemena Tola, y así conocer de manera clara su pensamiento acerca de las condiciones actuales en las que desempeñan sus actividades en el mercado. Además, se han desarrollado interrogantes que nos acercan a conocer a su visión de las posibles mejoras y soluciones que le gustaría que se implementen en una posible renovación del mercado.</p>		
Preguntas		
Información general		
1. ¿Cuántas veces a la semana acude al mercado?		
	- 1-2 veces	
x	- 3-4 veces	
	- 5-7 veces	
2. ¿Por qué tipo de productos o servicios normalmente acude al mercado con más frecuencia?		
	- Productos de la limpieza (escobas, aromatizantes, cloro, etc)	
	- Productos de primera necesidad. (arroz, atún, aceite etc.)	
x	- Frutas y legumbres	
x	- Productos agrícolas de la zona	
	- Cárnicos	
	- Servicio de comida	

Actualidad	
3.- ¿Cómo califica el estado actual del mercado?	
	- Bueno
x	- Deficiente
4.- ¿Qué problemas funcionales ha experimentado en el mercado? (seleccione todos los que apliquen)	
	- Espacio insuficiente
x	- Problemas de iluminación
	- Problemas de acceso
	- Problemas de Visibilidad
x	- Falta de servicios básicos (baños, agua, etc.)
	- Control de olores
x	- Deficiencia en la tipología del mercado (concepto cerrado de mercado)
	- Otros (especifique)
5.- ¿Considera que el concepto cerrado del mercado es el adecuado para el correcto funcionamiento y generar una buena dinámica en el mercado?	
	- si
x	- no
6.- Teniendo en cuenta que existe poca afluencia a la infraestructura cerrada del mercado ¿Cuál son las causas por las que como cliente no ingresaría a la infraestructura cerrada del mercado?	
x	Poca visibilidad
	Estética del mercado
x	Por la deficiente organización y disposición de los espacios y zonas del mercado
	Otros (especifique).....
7.- ¿Piensa que el tamaño y la materialidad implementada en los cubículos o módulos de ventas son los adecuados?	
	- si
	- no
8.- ¿Considera que el confort térmico de la infraestructura cerrada del mercado es la adecuada?	
	- si
x	- no

Renovación y Mejoras	
9 ¿Qué cambios considera más importantes para la renovación del mercado? (seleccione hasta 3)	
	- Mejora de la iluminación
	- Ampliación del espacio de venta
x	- Mejora de los servicios básicos (baños, agua, etc.)
x	- Mejora de la ventilación
x	- Cambio en el concepto de mercado cerrado a uno más permeable con el entorno y abierto
	- Cambio en la distribución y la manera en la que están dispuestos los espacios de venta
	- Otros (especifique).....
11.- ¿Considera que las dinámicas del mercado mejorarían con un concepto de diseño abierto, sin paredes y con módulos de ventas con seguridad individual?	
x	- si
	- no
12.- ¿Considera conveniente que en el proyecto de renovación del mercado el patio de comidas se integre en el interior del mercado?	
x	- si
	- no
13.- ¿Qué características sostenibles le gustaría ver incorporadas en la renovación? (seleccione hasta 3)	
	- Energía solar
x	- Reciclaje de agua
	- Materiales reciclados
x	- Eficiencia energética
x	- Integración de elementos y áreas verdes
	- Otros (especifique)

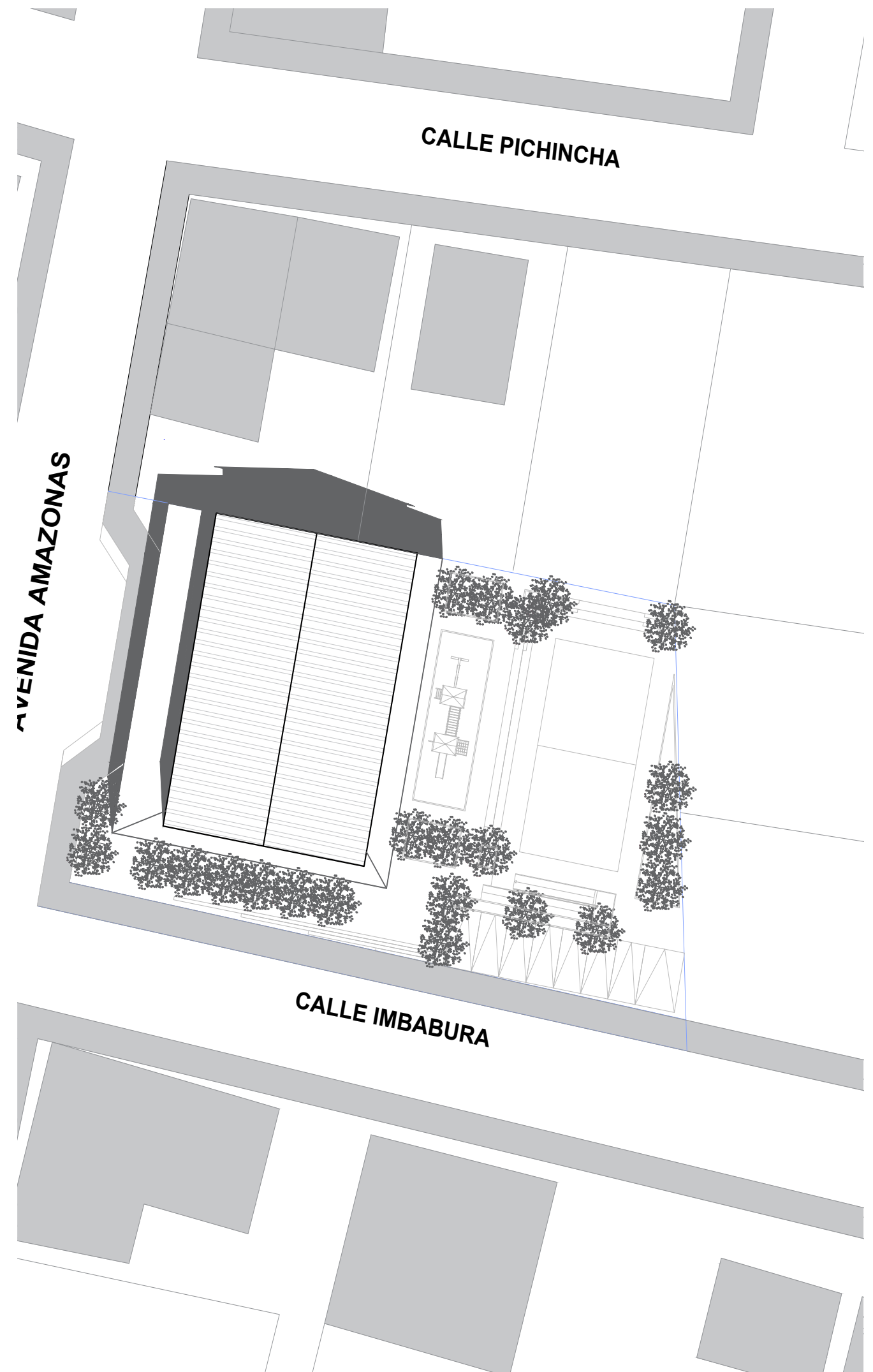
ANEXO 42

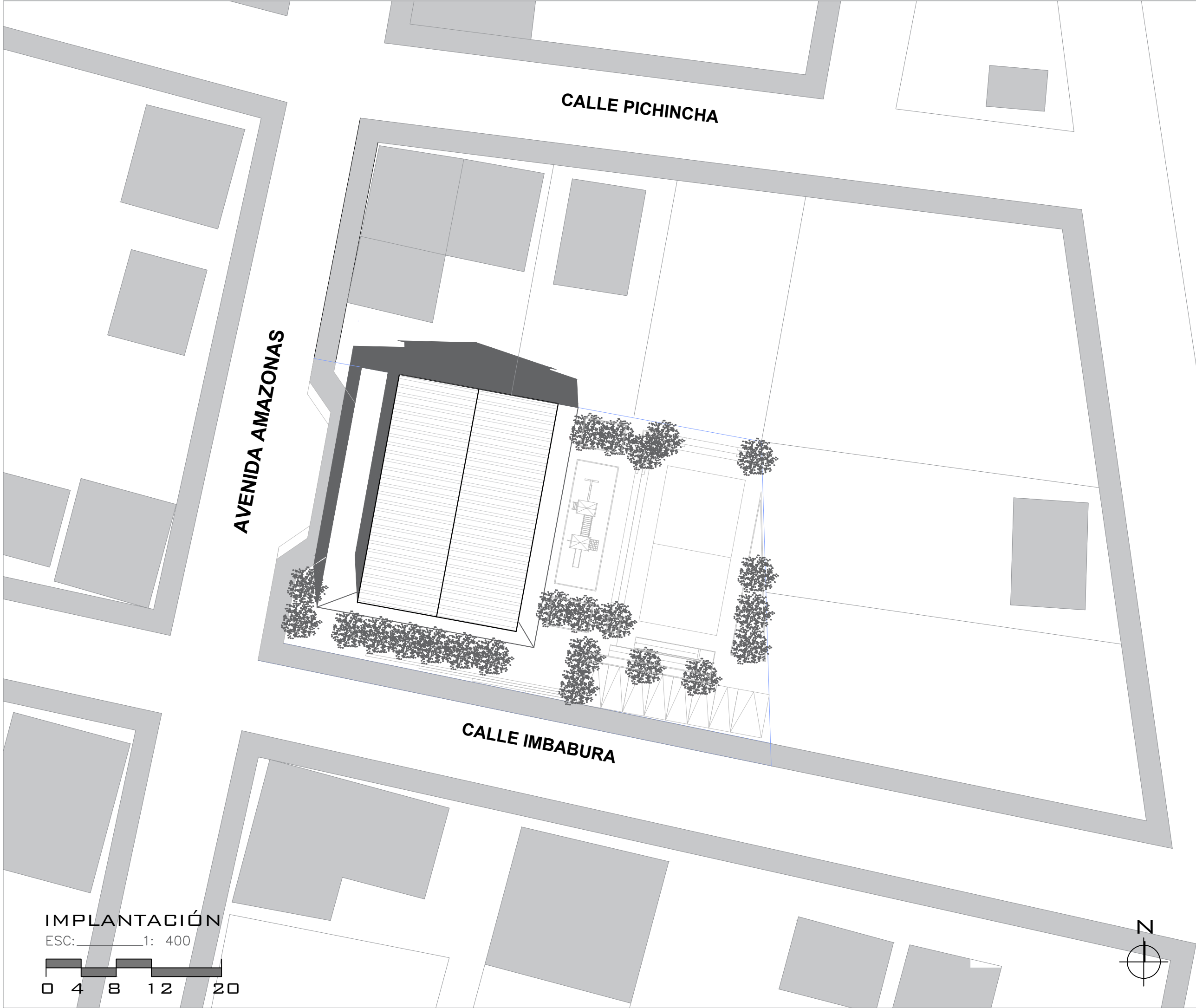
PROYECTO DE TITULACIÓN.

INTERVENCIÓN URBANO ARQUITECTÓNICA
DEL MERCADO MUNICIPAL DE CARLOS
JULIO AROSEMENA TOLA

CICLO ACADÉMICO 2023-2025.

PLANTAS, FACHADAS, CORTES, DETALLES Y RENDERS





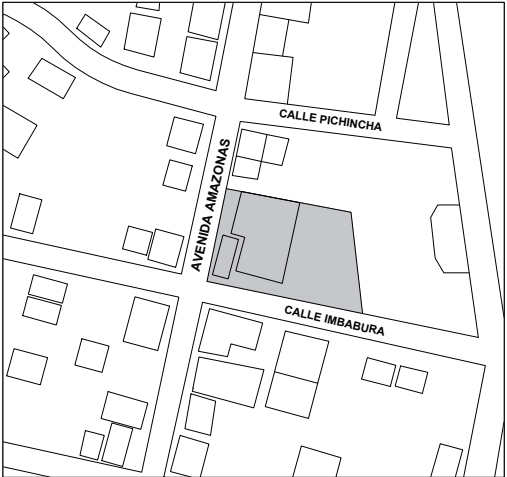
IMPLANTACIÓN
ESC: 1: 400
0 4 8 12 20



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE DISEÑO Y ARQUITECTURA

PROYECTO:
INTERVENCIÓN URBANO-ARQUITECTÓNICA DEL MERCADO
MUNICIPAL DE CARLOS JULIO AROSEMENA TOLA

UBICACIÓN:
AV. AMAZONAS ENTRE LAS CALLES IMBABURA Y
PICHINCHA



CONTIENE:
IMPLANTACIÓN

DISEÑO:
EDWIN CAYAMBE
ESTUDIANTE

REVISIÓN:
ARQ. VERÓNICA CASTRO
TUTORA DE TESIS

ESCALA:
1:400

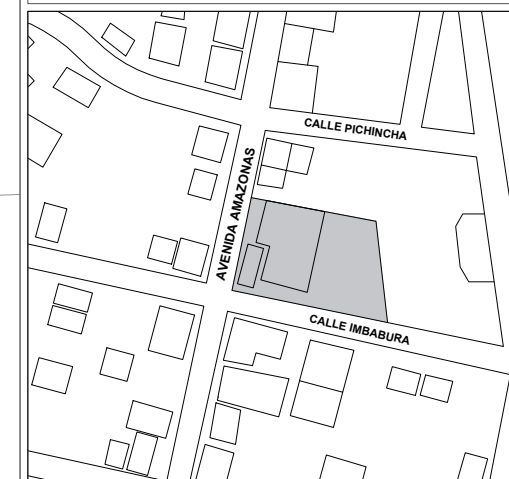
FECHA:
ENERO 2025

LÁMINA
01

SELLOS DE APROBACIÓN:

INTERVENCIÓN URBANO-ARQUITECTÓNICA DEL MERCADO
MUNICIPAL DE CARLOS JULIO AROSEMENA TOLA

AV. AMAZONAS ENTRE LAS CALLES IMBABURA Y
PICHINCHA



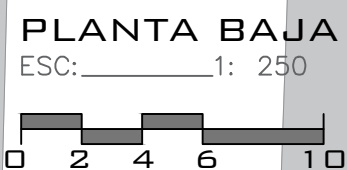
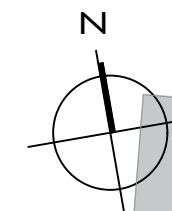
PLANTA GENERAL

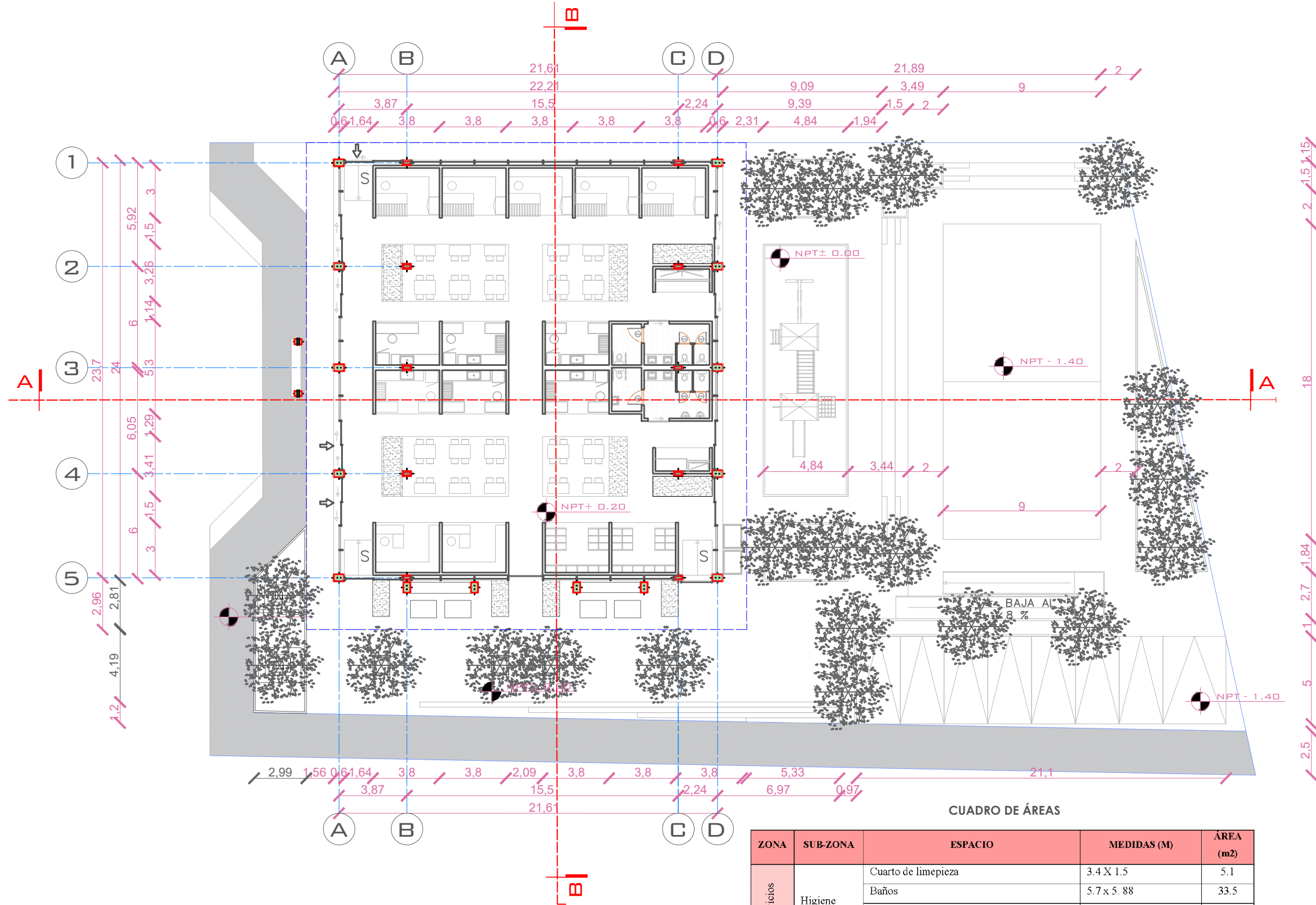
EDWIN CAYAMBE
ESTUDIANTE

ARQ. VERÓNICA CASTRO
TUTORA DE TESIS

LÁMINA
02

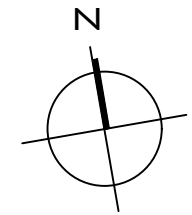
SELLOS DE APROBACIÓN:





PLANTA BAJA
ESC: 1: 250

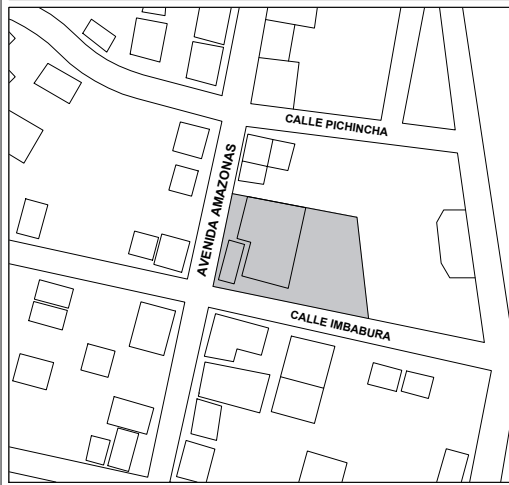
CUADRO DE ÁREAS				
ZONA	SUB-ZONA	ESPACIO	MEDIDAS (M)	ÁREA (m2)
Servicios	Higiene	Cuarto de limepieza	3.4 X 1.5	5.1
		Baños	5.7 x 5.88	33.5
		Cuarto de lavado de productos	3.4 X 1.5	5.1
		Manejo de basura	2.8 x 1	2.8
Gastronomía	Alimentos	Módulos de preparación y venta de alimentos	2.65 x 3.8	10.07
		Espacio para servirse los alimentos	2 AREAS DE 3.4 X 6 Y 2 AREAS DE 3.8 X 3.4	66,63
	Bebidas	Módulo de venta de jugos y batidos	2.65 x 3.8	10.07
Venta de productos	Frutas y verduras	Módulo de venta de frutas y verduras	3 x 3.8	11.4
	Abastos	Módulo de venta de productos alimenticios no perecibles	3 x 3.8	11.4
		Módulo de venta de productos del hogar	3 x 3.8	11.4
Espacio Público	Recreativa	Juegos infantiles	4.85 x 10.4	50.44
		Cancha deportiva	9 x 18	162
	vehicular	Plaza	34 x 7	238
		Parada de Bus	3.25 x 1.5	4.87
		Estacionamiento	21.5 x 5	105.5



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE DISEÑO Y ARQUITECTURA

PROYECTO:
INTERVENCIÓN URBANO-ARQUITECTÓNICA DEL MERCADO MUNICIPAL DE CARLOS JULIO AROSEMENA TOLA

UBICACIÓN:
AV. AMAZONAS ENTRE LAS CALLES IMBABURA Y PICHINCHA

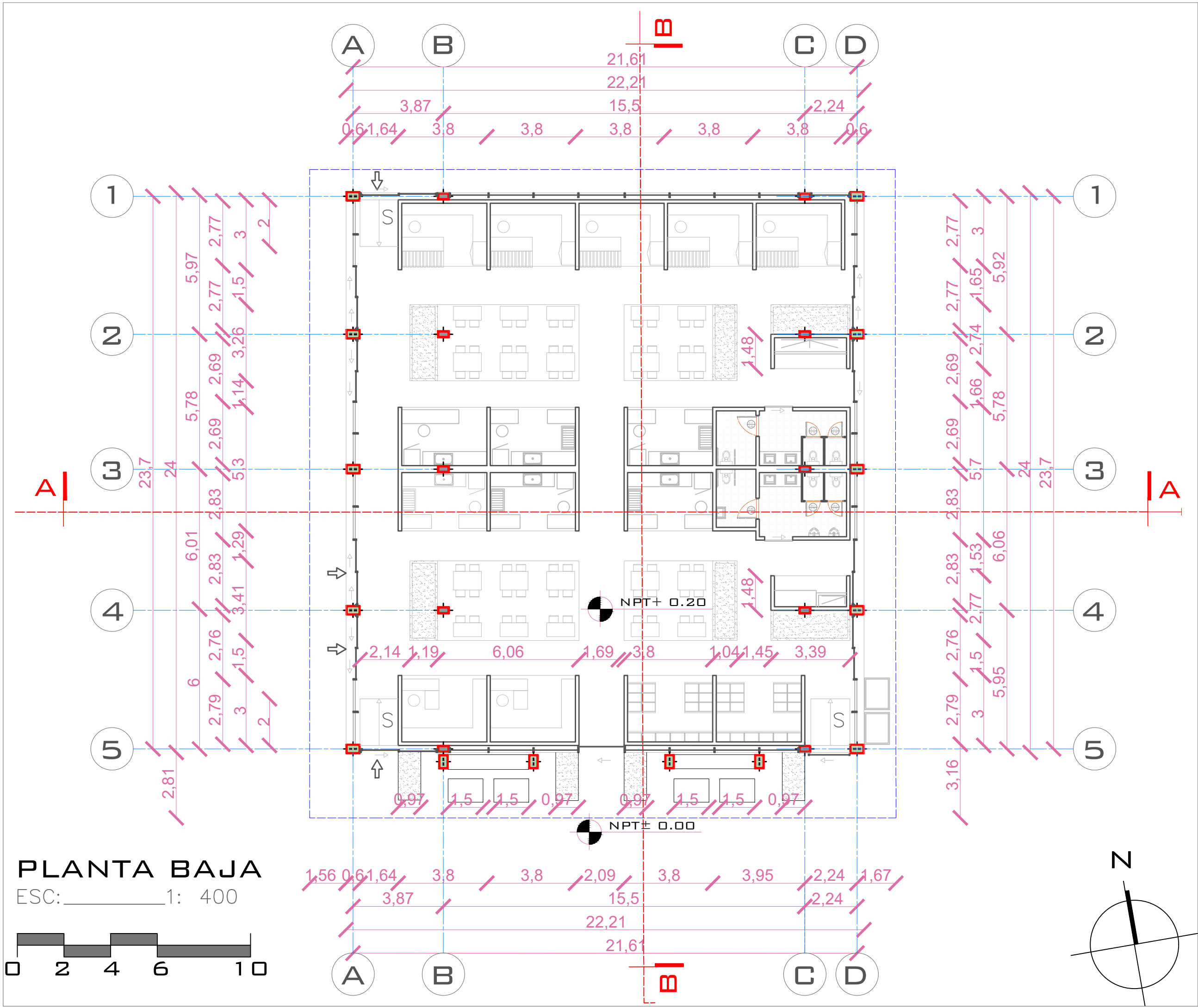


CONTIENE:
PLANTA BAJA

DISEÑO: EDWIN CAYAMBE ESTUDIANTE	REVISIÓN: ARQ. VERÓNICA CASTRO TUTORA DE TESIS
---	---

ESCALA: 1:250	FECHA: ENERO 2025	LÁMINA 03
-------------------------	-----------------------------	---------------------

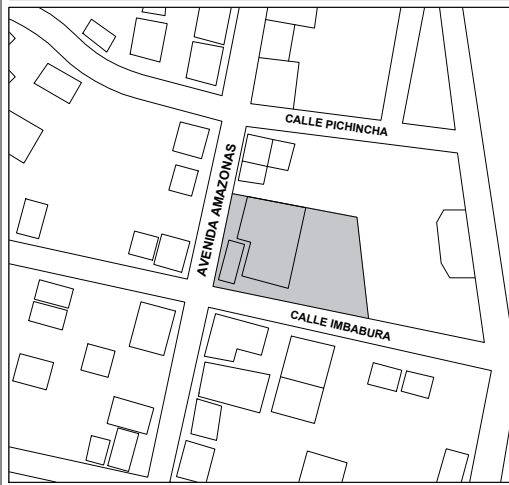
SELLOS DE APROBACIÓN:



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE DISEÑO Y ARQUITECTURA

PROYECTO:
INTERVENCIÓN URBANO-ARQUITECTÓNICA DEL MERCADO
MUNICIPAL DE CARLOS JULIO AROSEMENA TOLA

UBICACIÓN:
AV. AMAZONAS ENTRE LAS CALLES IMBABURA Y
PICHINCHA

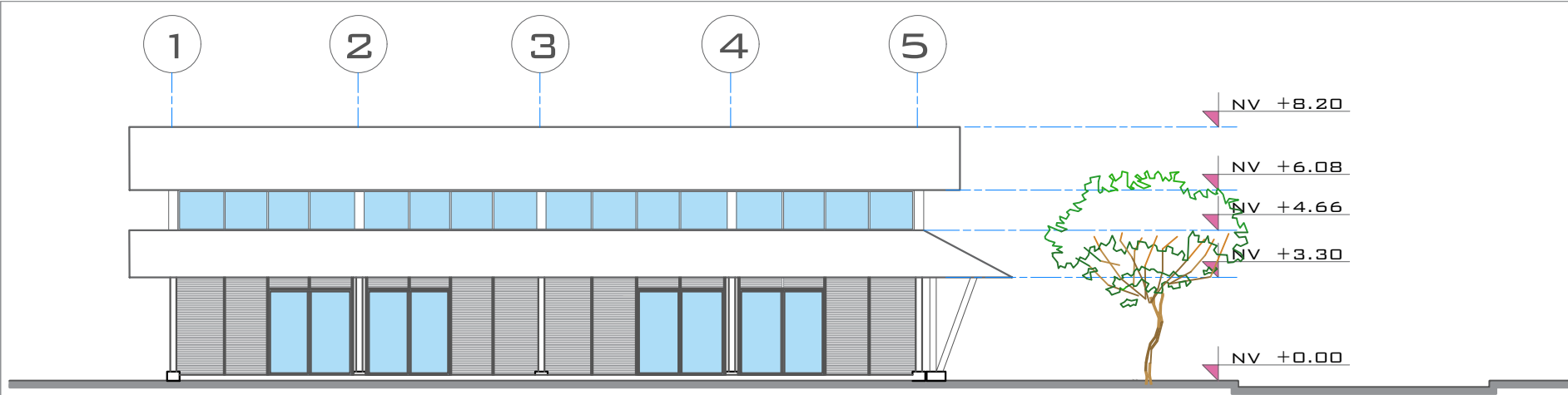


CONTIENE:
PLANTA DE LA EDIFICACIÓN DEL MERCADO

DISEÑO: EDWIN CAYAMBE ESTUDIANTE	REVISIÓN: ARQ. VERÓNICA CASTRO TUTORA DE TESIS
---	---

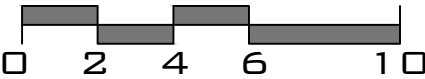
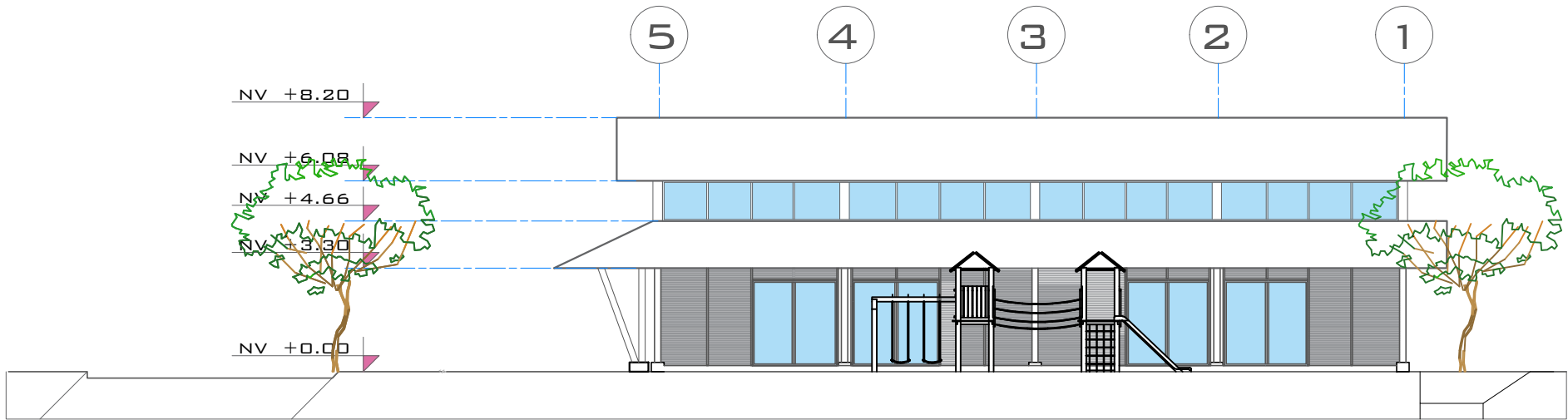
ESCALA: 1:250	FECHA: 1:250	LÁMINA 02
-------------------------	------------------------	---------------------

SELLOS DE APROBACIÓN:



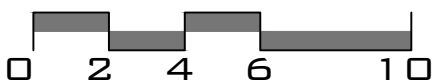
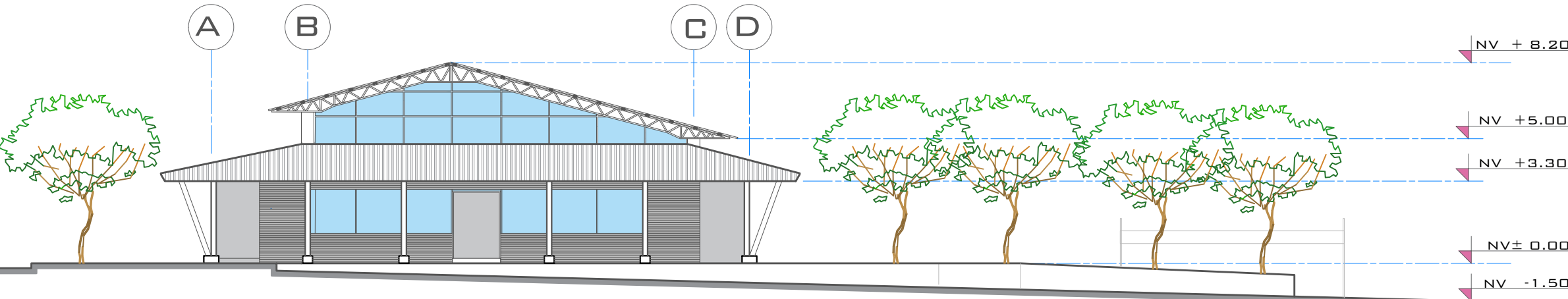
FACHADA FRONTAL A LA CALLE AMAZONAS

ESC: 1: 200



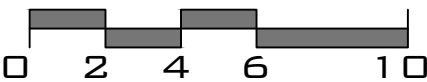
FACHADA POSTERIOR A LA CALLE AMAZONAS

ESC: 1: 200



FACHADA A LA CALLE IMABURA

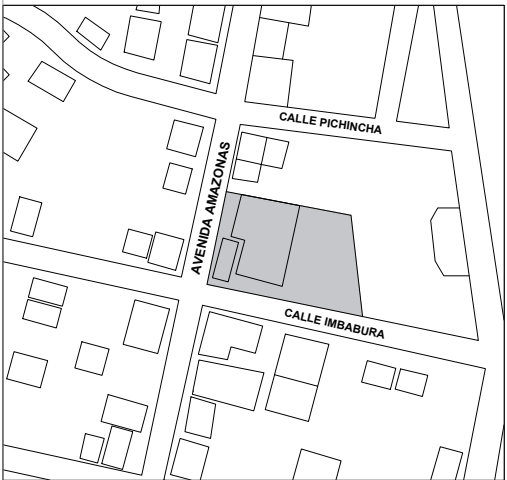
ESC: 1: 200



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE DISEÑO Y ARQUITECTURA

PROYECTO:
INTERVENCIÓN URBANO-ARQUITECTÓNICA DEL MERCADO
MUNICIPAL DE CARLOS JULIO AROSEMENA TOLA

UBICACIÓN:
AV. AMAZONAS ENTRE LAS CALLES IMBABURA Y
PICHINCHA



CONTIENE:
FACHADAS

DISEÑO:
EDWIN CAYAMBE
ESTUDIANTE

REVISIÓN:
ARQ. VERÓNICA CASTRO
TUTORA DE TESIS

ESCALA:
1:200

FECHA:
ENERO 2025

LÁMINA
02

SELLOS DE APROBACIÓN:



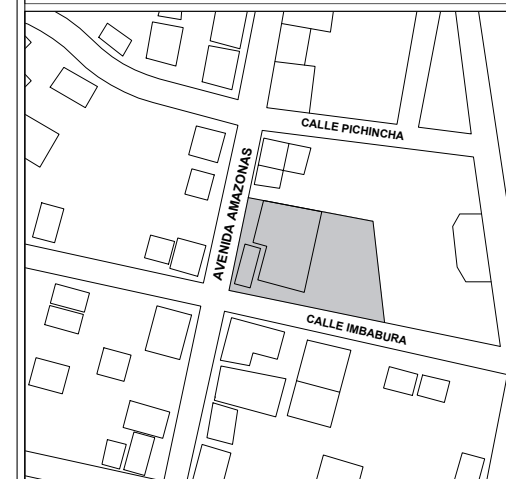
UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE DISEÑO Y ARQUITECTURA

PROYECTO:

INTERVENCIÓN URBANO-ARQUITECTÓNICA DEL MERCADO
MUNICIPAL DE CARLOS JULIO AROSEMENA TOLA

UBICACIÓN:

AV. AMAZONAS ENTRE LAS CALLES IMBABURA Y
PICHINCHA



CONTIENE:

CORTES

DISEÑO:

EDWIN CAYAMBE
ESTUDIANTE

REVISIÓN:

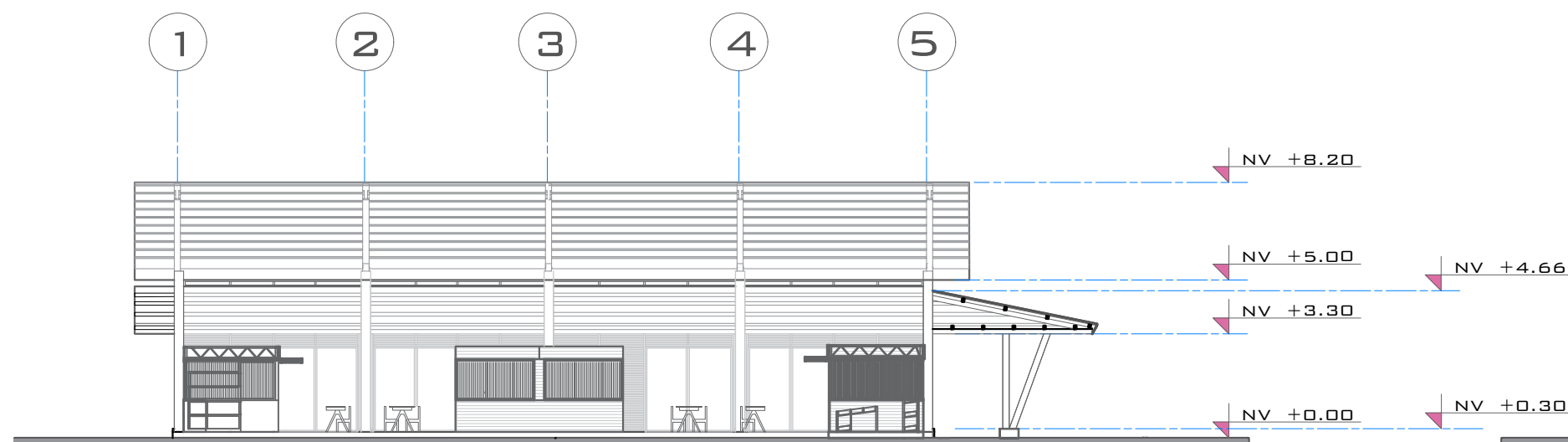
ARQ. VERÓNICA CASTRO
TUTORA DE TESIS

ESCALA:
1:200

FECHA:
ENERO 2025

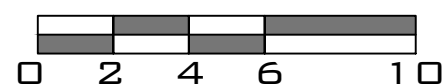
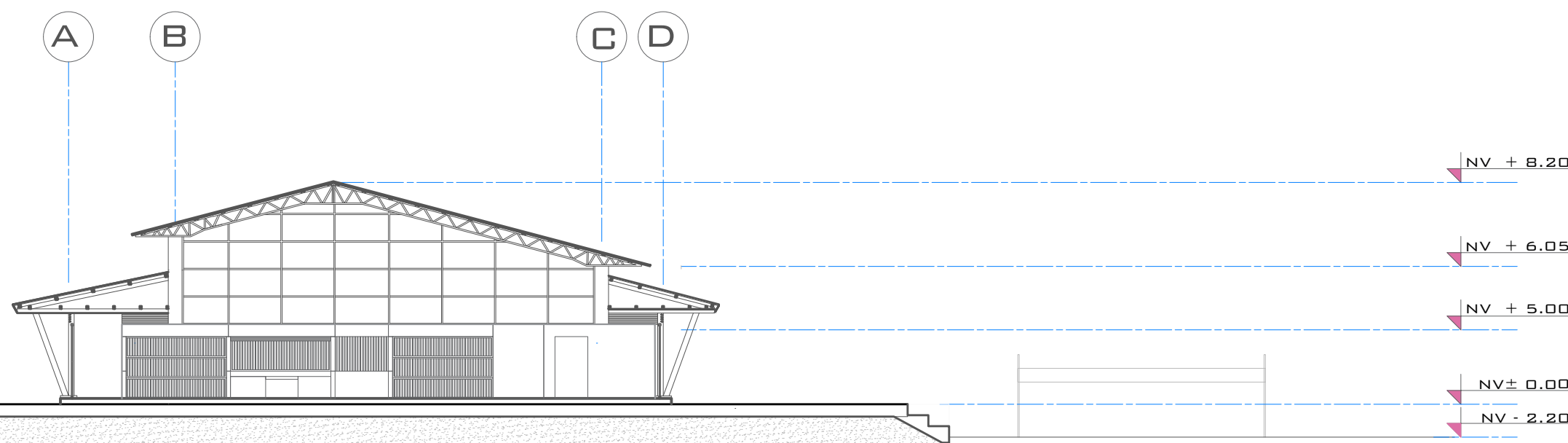
LÁMINA
02

SELLOS DE APROBACIÓN:



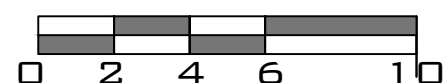
CORTE LONGITUDINAL

ESC: _____ 1: 200



CORTE TRANSVERSAL

ESC: _____ 1: 200





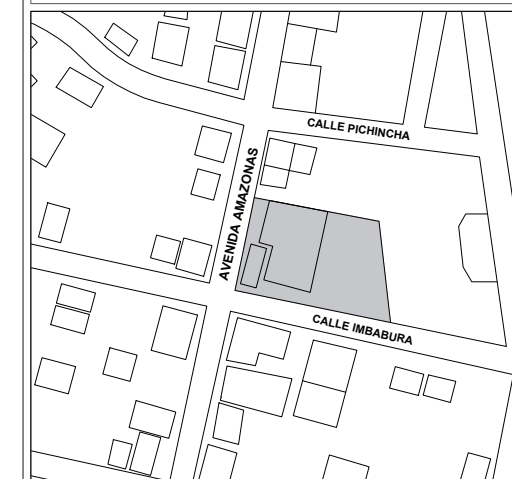
UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE DISEÑO Y ARQUITECTURA

PROYECTO:

INTERVENCIÓN URBANO-ARQUITECTÓNICA DEL MERCADO
MUNICIPAL DE CARLOS JULIO AROSEMENA TOLA

UBICACIÓN:

AV. AMAZONAS ENTRE LAS CALLES IMBABURA Y
PICHINCHA



CONTIENE:

CORTE FACHADA DE LA CUBIERTA ADOSADA A LA ESTRUCTURA
EXISTENTE

DISEÑO:

EDWIN CAYAMBE
ESTUDIANTE

REVISIÓN:

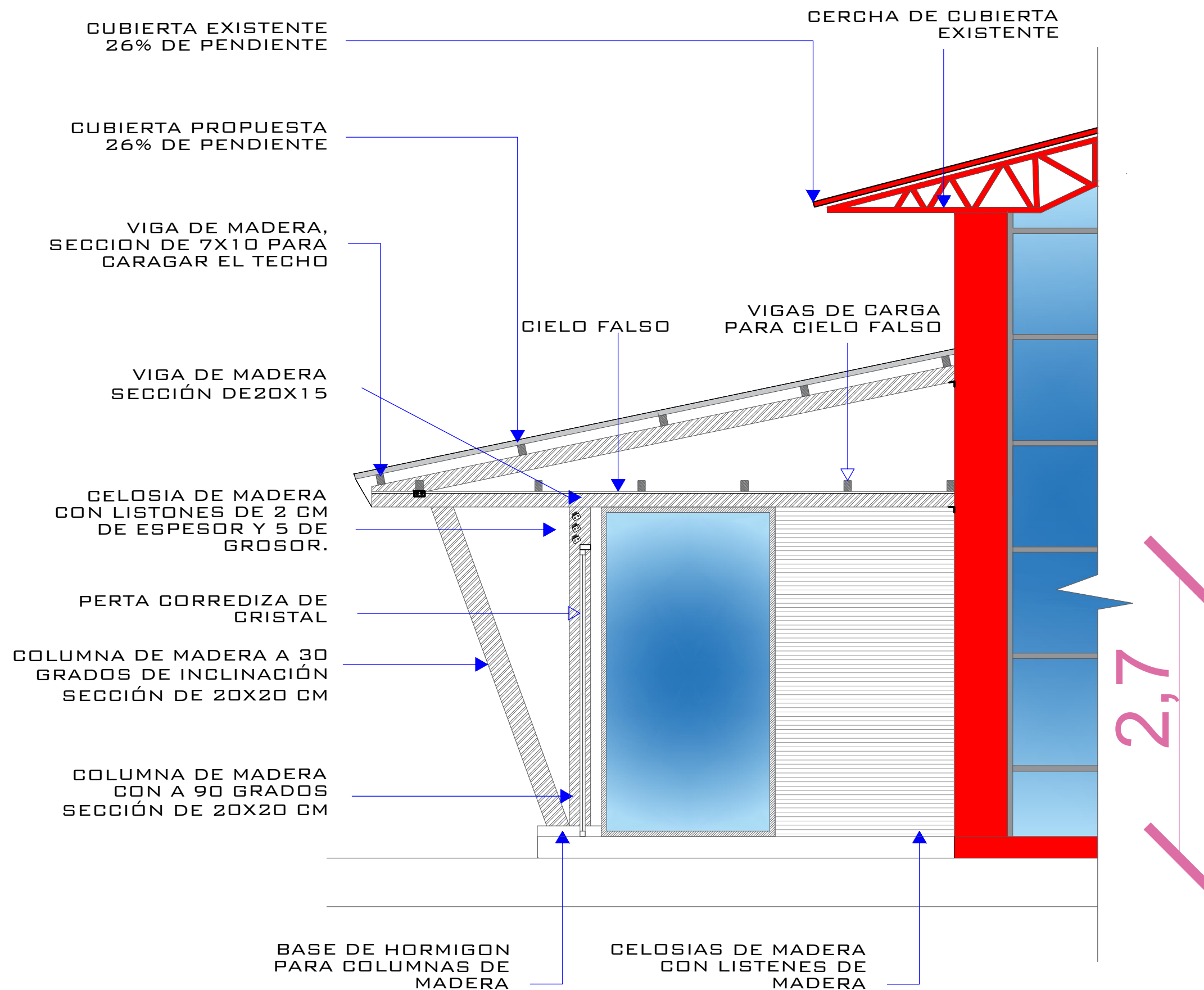
ARQ. VERÓNICA CASTRO
TUTORA DE TESIS

ESCALA:
1:40

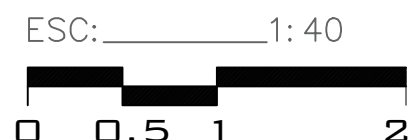
FECHA:
1:40

LÁMINA
07

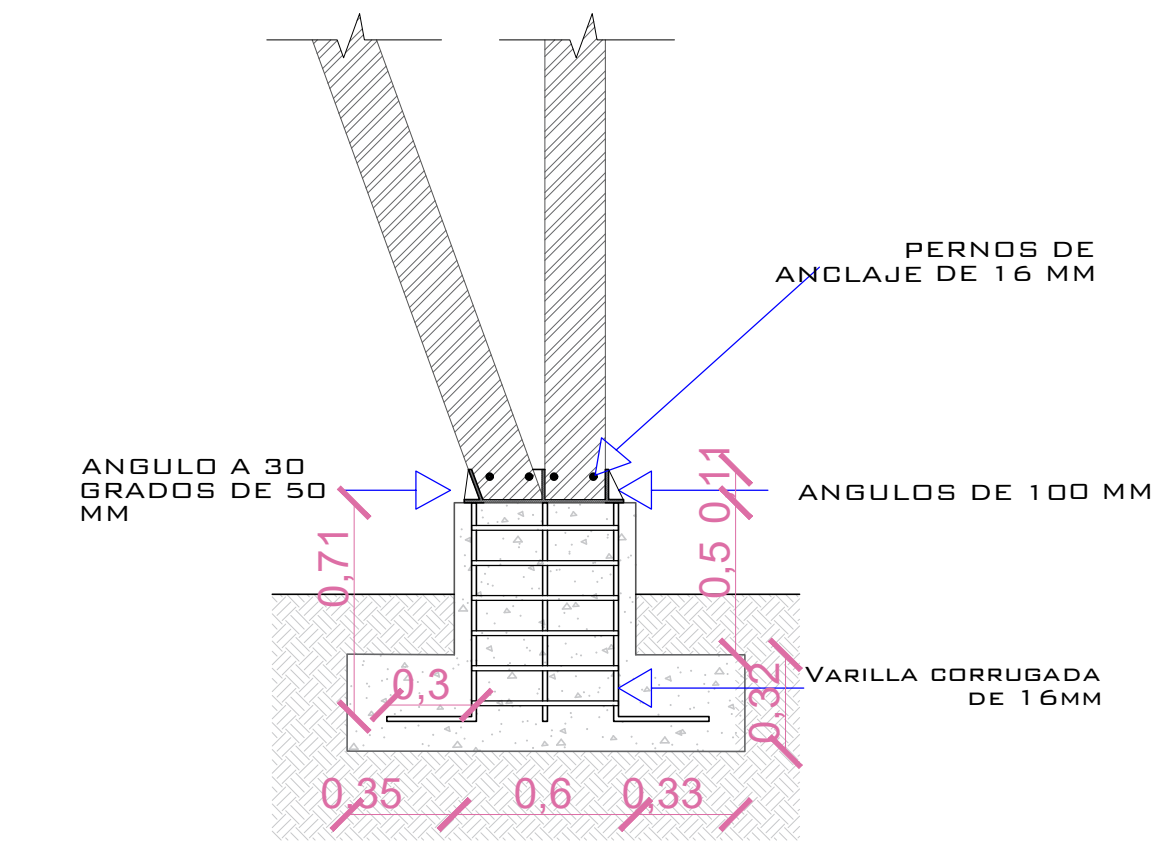
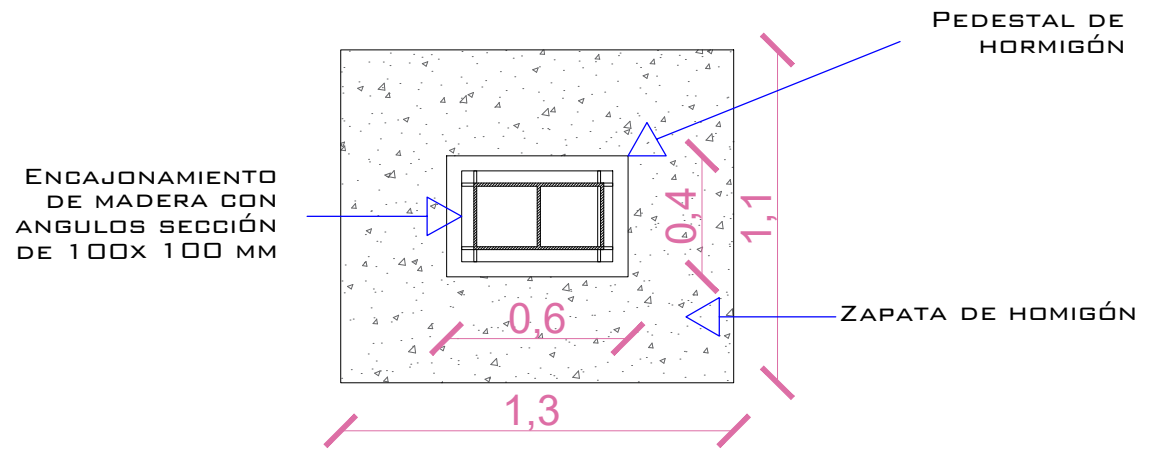
SELLOS DE APROBACIÓN:



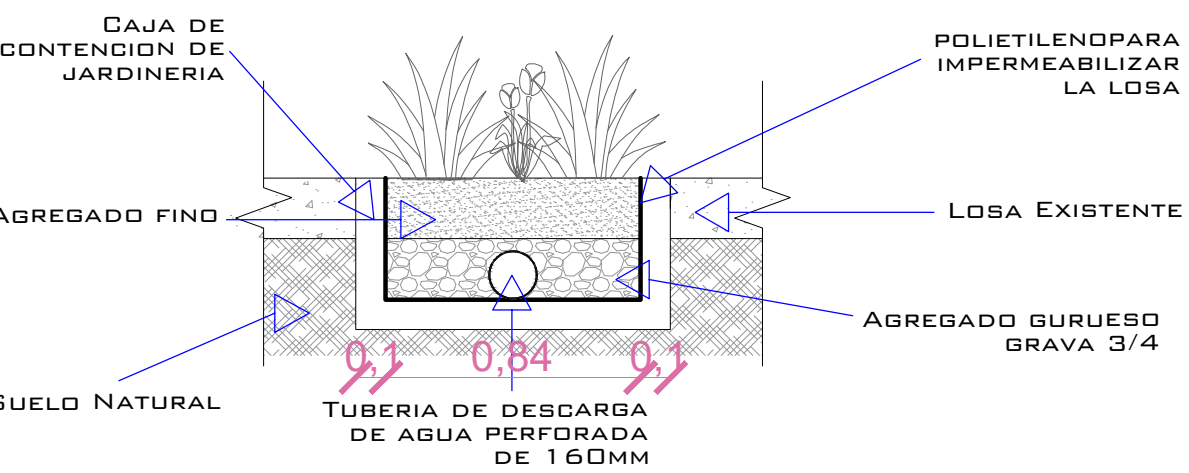
CORTE FACHADA



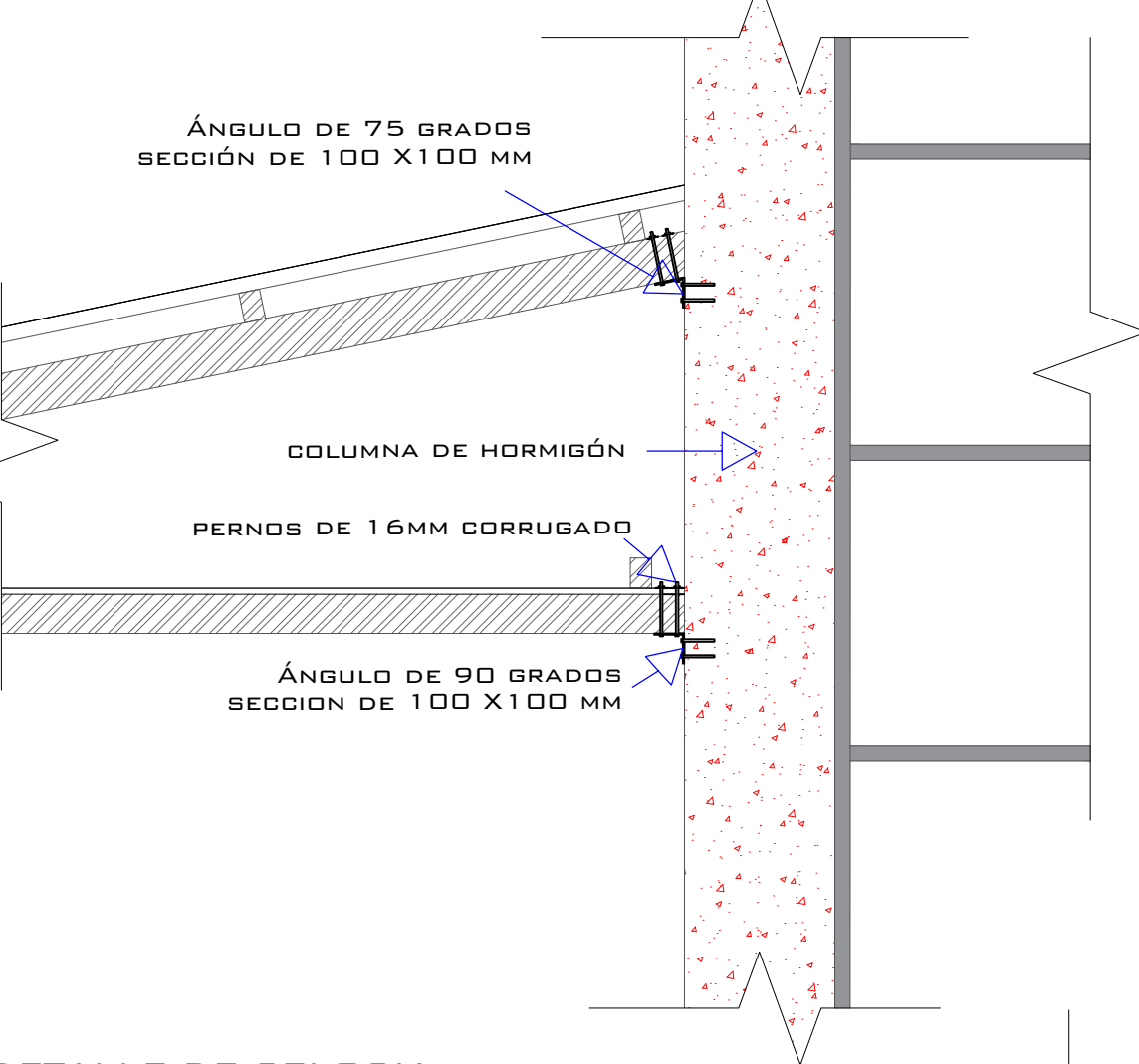
DETALLE COLUMNAS PROPUESTAS



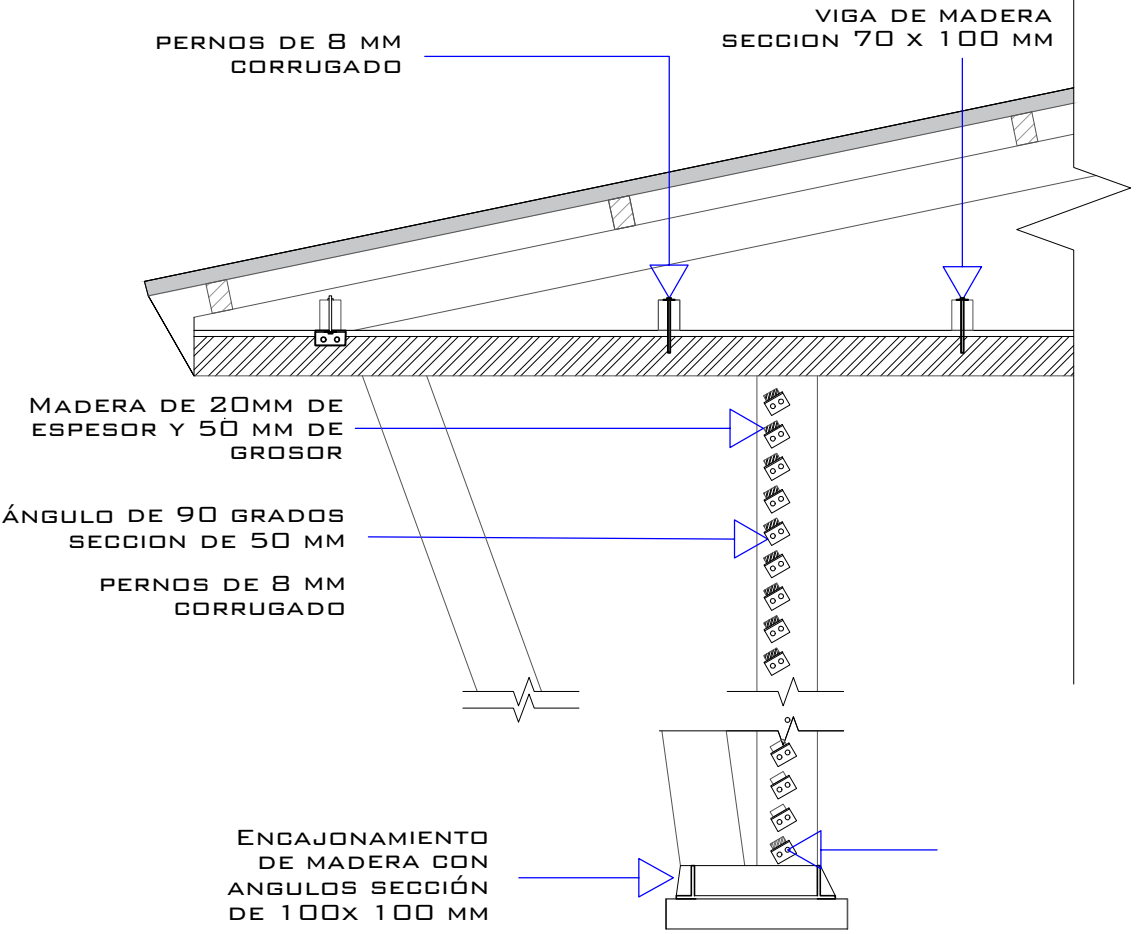
DETALLE JARDINES NTERIORES



DETALLE DE UNION DE ESTRUCTURA NUEVA Y ESTRUCTURA ATIGUA



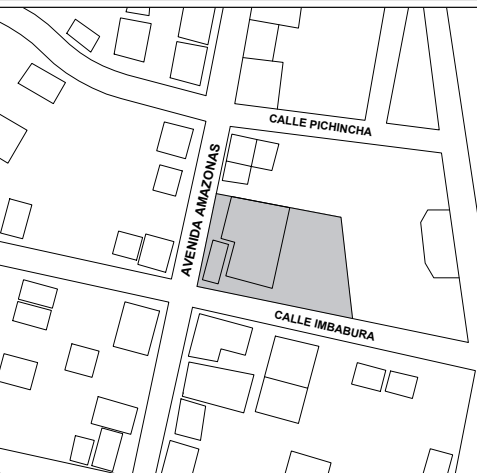
DETALLE DE CELOSIA



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE DISEÑO Y ARQUITECTURA

PROYECTO:
INTERVENCIÓN URBANO-ARQUITECTÓNICA DEL MERCADO MUNICIPAL DE CARLOS JULIO AROSEMENA TOLA

UBICACIÓN:
AV. AMAZONAS ENTRE LAS CALLES IMBABURA Y PICHINCHA



CONTIENE:
DETALLES CONSTRUCTIVOS

DISEÑO: EDWIN CAYAMBE ESTUDIANTE
REVISIÓN: ARQ. VERÓNICA CASTRO TUTORA DE TESIS

ESCALA: 1:250
FECHA: 1:25
LÁMINA 08

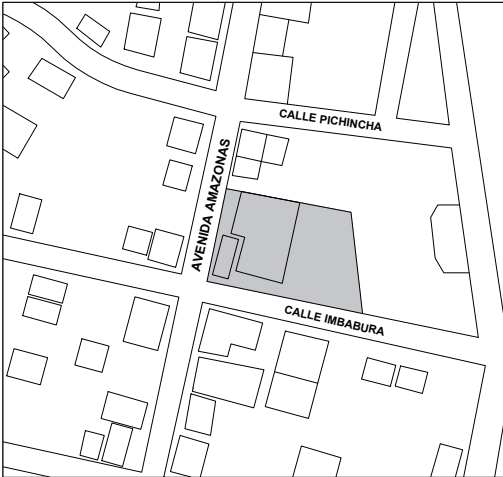
SELLOS DE APROBACIÓN:



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE DISEÑO Y ARQUITECTURA

PROYECTO:
INTERVENCIÓN URBANO-ARQUITECTÓNICA DEL MERCADO
MUNICIPAL DE CARLOS JULIO AROSEMENA TOLA

UBICACIÓN:
AV. AMAZONAS ENTRE LAS CALLES IMBABURA Y
PICHINCHA



CONTIENE:
RENDERS

DISEÑO:

EDWIN CAYAMBE
ESTUDIANTE

REVISIÓN:

ARQ. VERÓNICA CASTRO
TUTORA DE TESIS

ESCALA:
S/N

FECHA:
ENERO 2025

LÁMINA
09

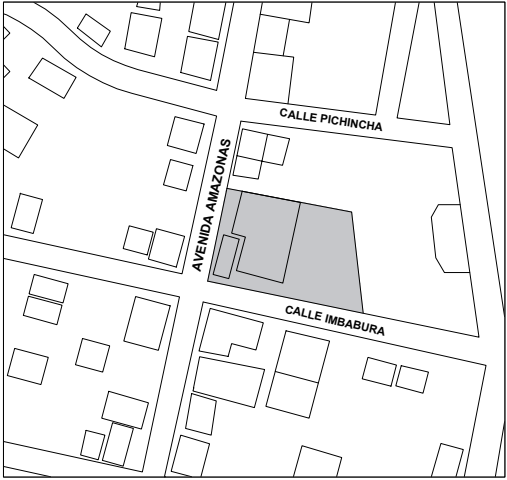
SELLOS DE APROBACIÓN:



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE DISEÑO Y ARQUITECTURA

PROYECTO:
INTERVENCIÓN URBANO-ARQUITECTÓNICA DEL MERCADO
MUNICIPAL DE CARLOS JULIO AROSEMENA TOLA

UBICACIÓN:
AV. AMAZONAS ENTRE LAS CALLES IMBABURA Y
PICHINCHA



CONTIENE:
RENDERS

DISEÑO:
EDWIN CAYAMBE
ESTUDIANTE

REVISIÓN:
ARQ. VERÓNICA CASTRO
TUTORA DE TESIS

ESCALA:
S/N

FECHA:
ENERO 2025

LÁMINA
10

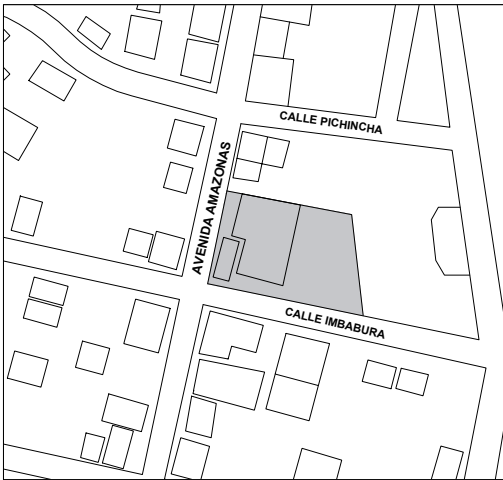
SELLOS DE APROBACIÓN:



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE DISEÑO Y ARQUITECTURA

PROYECTO:
INTERVENCIÓN URBANO-ARQUITECTÓNICA DEL MERCADO
MUNICIPAL DE CARLOS JULIO AROSEMENA TOLA

UBICACIÓN:
AV. AMAZONAS ENTRE LAS CALLES IMBABURA Y
PICHINCHA



CONTIENE:
RENDERS

DISEÑO:

EDWIN CAYAMBE
ESTUDIANTE

REVISIÓN:

ARQ. VERÓNICA CASTRO
TUTORA DE TESIS

ESCALA:
S/N

FECHA:
ENERO 2025

LÁMINA
11

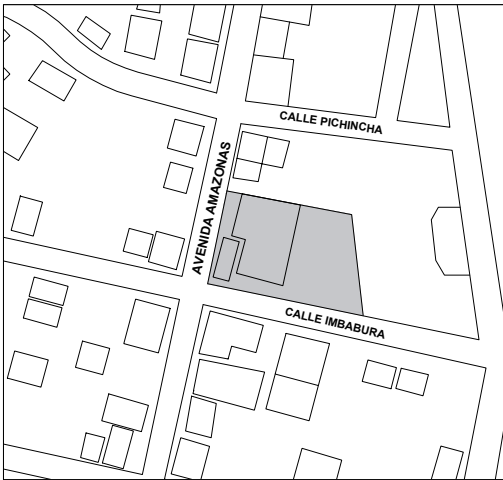
SELLOS DE APROBACIÓN:



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE DISEÑO Y ARQUITECTURA

PROYECTO:
INTERVENCIÓN URBANO-ARQUITECTÓNICA DEL MERCADO
MUNICIPAL DE CARLOS JULIO AROSEMENA TOLA

UBICACIÓN:
AV. AMAZONAS ENTRE LAS CALLES IMBABURA Y
PICHINCHA



CONTIENE:
RENDERS

DISEÑO:

EDWIN CAYAMBE
ESTUDIANTE

REVISIÓN:

ARQ. VERÓNICA CASTRO
TUTORA DE TESIS

ESCALA:
S/N

FECHA:
ENERO 2025

LÁMINA
12

SELLOS DE APROBACIÓN: