

**UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ**

**Colegio de Arquitectura y Diseño Interior**

**Mercado Ecuatoriano  
Proyecto Integrador**

**María José Alomía Bustillos**

**Diseño de Interiores**

Trabajo de fin de carrera presentado como requisito  
para la obtención del título de Licenciada en Diseño Interior

Quito, 12 de Junio de 2023

# **UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ**

**Colegio de Arquitectura y Diseño Interior**

## **HOJA DE CALIFICACIÓN DE TRABAJO DE FIN DE CARRERA**

**Mercado Ecuatoriano**

**María José Alomía Bustillos**

**Nombre del profesor, Título académico**

**Helena Garino, M S ARCH**

Quito, 12 de Junio de 2023

## © DERECHOS DE AUTOR

Por medio del presente documento certifico que he leído todas las Políticas y Manuales de la Universidad San Francisco de Quito USFQ, incluyendo la Política de Propiedad Intelectual USFQ, y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo quedan sujetos a lo dispuesto en esas Políticas.

Asimismo, autorizo a la USFQ para que realice la digitalización y publicación de este trabajo en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en la Ley Orgánica de Educación Superior del Ecuador.

Nombres y apellidos: María José Alomia Bustillos

Código: 00112425

Cédula de identidad: 17201601918

Lugar y fecha: Quito, 12 de junio de 2023

## **ACLARACIÓN PARA PUBLICACIÓN**

**Nota:** El presente trabajo, en su totalidad o cualquiera de sus partes, no debe ser considerado como una publicación, incluso a pesar de estar disponible sin restricciones a través de un repositorio institucional. Esta declaración se alinea con las prácticas y recomendaciones presentadas por el Committee on Publication Ethics COPE descritas por Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing, disponible en <http://bit.ly/COPETHeses>.

## **UNPUBLISHED DOCUMENT**

**Note:** The following capstone project is available through Universidad San Francisco de Quito USFQ institutional repository. Nonetheless, this project – in whole or in part – should not be considered a publication. This statement follows the recommendations presented by the Committee on Publication Ethics COPE described by Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing available on <http://bit.ly/COPETHeses>.

## **RESUMEN**

Mercado Público para turistas y ciudadanos; el cual será destinado en ser un lugar exclusivo para comercializar productos de origen locales, tales como productos de origen principalmente orgánicos, variedades de especialidades y alimentos preparados, así como restaurantes; artesanías hechas a mano. Fomentando y apoyando productos de origen nacional. Este pretende ser un espacio de entretenimiento y varias actividades para visitantes locales y extranjeros.

## **ABSTRACT**

Public Market for tourists and citizens; this will be the objective of an exclusive place to commercialize local origin products, products of mainly organic origin, varieties of specialties and prepared foods, as well as restaurants; handmade crafts. Promote and support products of national origin. This is intended as a space for entertainment and various activities for local and foreign visitors.

**TABLA DE CONTENIDO**

1. Introducción : .....	8
2. Tipos de mercado .....	9
3. Mercados en el ecuador .....	9
4. Precedentes .....	10
5. Desarrollo de la propuesta .....	11
6. Analisis del entorno .....	15
7. Análisis arquitectónico.....	18
referencias bibliográficas .....	21

## **1. INTRODUCCIÓN :**

### **INTRODUCCIÓN GENERAL.**

Ecuador es un país pequeño, pero es un país lleno de vida, famoso por su gran variedad de costumbres, culturas y tradiciones, así como de sus riquezas naturales. Es por esto que existen varios grupos y culturas aborígenes diferentes, las cuales permiten tener una variedad de mercados, que contribuyen hacer del Ecuador algo un país único.

Los productos ecuatorianos son varios, desde productos naturales como verduras, vegetales y frutas, hasta productos hechos por artesanos del país, estos incluyen artesanías y otros productos. También existen productos reconocidos, debido a su ubicación geológica, como el cacao, café y flores. Ecuador es considerado un país con abundante cultura gastronómica, que incluye la variedad de las distintas regiones; Costa, Sierra, Oriente, y Galápagos.

### **INTRODUCCIÓN AL TEMA**

Los mercados tienen su origen gracias al desarrollo del intercambio y comercio de productos, es decir funcionaban por medio del trueque. Tras la aparición del dinero, se desarrollaron códigos y establecimientos específicos de comercio, es por la cual dieron lugar al mercado.

Las definiciones de mercado se las pueden definir como:

- Un lugar público con puestos de venta donde se comercia, en especial con alimentos y otros productos de primera necesidad.
- Es un conjunto de transacciones de procesos o intercambio de bienes o servicios entre individuos. El mercado no hace referencia directa al lucro o a las empresas, sino simplemente al acuerdo mutuo en el marco de las transacciones.

### **HISTORIA**



Las primeras formas de comercio entre los hombres consistieron justamente en el intercambio de productos mano a mano: lo que uno tenía y no necesitaba se cambiaba por lo que el otro tenía y le sobraba. Esa forma de intercambio se denomina trueque.

Para resolver estos primeros problemas los hombres buscaron un producto de referencia: los valores de todas las mercaderías se establecerían en base a ese producto. Esa referencia es el primer paso en la historia de la moneda. Una moneda es, de hecho, un elemento intermedio que sirve para facilitar los intercambios. Si todas las personas establecían el valor de sus productos sobre la base de la misma mercancía, el intercambio era mucho más simple. Los primeros bienes de referencia fueron el trigo o el ganado.

## **2. TIPOS DE MERCADO**

- Mercados al por menor, por mayor o distribuidores
- Mercados de productos intermedios o de materias primas

**Mercado local.** Es el ámbito geográfico más reducido que existe. Este tipo de mercado engloba a los consumidores de un ámbito municipal o provincial. Aquí encontraríamos, por ejemplo, a la pequeña panadería que vende sus productos en la localidad en que se encuentra ubicada, así como a una empresa de construcción.

## **3. MERCADOS EN EL ECUADOR**

**Mercado de Iñaquito:** Está ubicado en el norte de la ciudad entre las calles Iñaquito y Villalengua, cerca de una de las zonas comerciales más importantes en la capital. El mercado de Iñaquito tiene más de 30 años de historia y es uno de los más grandes en el norte de la urbe.

### **FIGURA 1**



**Mercado de Santa Clara:** Santa Clara está en el centro norte de Quito entre las calles Ramírez Dávalos y Versalles, cerca de la Universidad Central. Por su cercanía con algunos colegios y la zona universitaria los estudiantes son los visitantes más frecuentes del lugar.

**FIGURA 2**



#### **4. PRECEDENTES**

##### **MERCADO DE SAN MIGUEL, BARCELONA**

El Mercado de San Miguel, está ubicado en la plaza del mismo nombre, junto a la Plaza Mayor de Madrid (España), es un mercado de titularidad privada cuya característica más remarcable es que conserva su estructura original de hierro de principios del siglo XX. Tiene dos plantas y una superficie de 1.200 metros cuadrados.

**FIGURA 3 Y 4**



## **5. DESARROLLO DE LA PROPUESTA**

### **PROPUESTA**

Mercado Público para turistas y ciudadanos; el cual será destinado en ser un lugar exclusivo para comercializar productos de origen locales, tales como productos de origen principalmente orgánicos, variedades de especialidades y alimentos preparados, así como restaurantes;

artesanías hechas a mano. Fomentando y apoyando productos de origen nacional. Este pretende ser un espacio de entretenimiento y varias actividades para visitantes locales y extranjeros.

## RAZÓN

Crear un espacio que se adapte al entorno sin renunciar a la tradición, con un programa flexible que complemente puestos de ventas con áreas de esparcimiento,

El objetivo es plantear un espacio de venta, reunión y unión, que sirva como un incentivo en el cual la comunidad se integre.

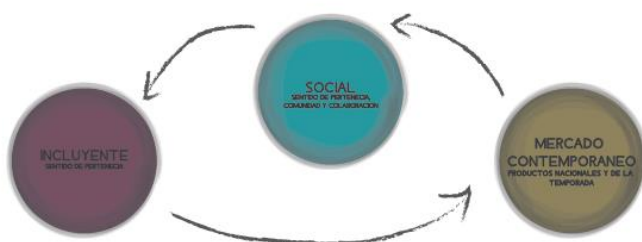
En el programa debe existir un gran espacio donde se promocionen los productos más atractivos del país, siendo este un lugar diverso que promueva el cambio y movimiento a través de: **ESPACIO INCLUYENTE, SOCIAL Y CONTEMPORANEO.**

El mercado busca integrar esfuerzos locales y lanzarlos desde una plataforma contemporánea enraizada en la tradición cultural y la historia colectiva de una nación.

Unos de los objetivos principales del proyecto son:

- Fomentar el turismo
- Reconocimiento local
- Innovación
- Funcionamiento

**FIGURA 5**



Los estudios realizados, muestran que la zona tiene gran acogida de visitantes locales como extranjeros, además de oficinistas y estudiantes. Lo cual permite que el lugar pueda tener muchas funciones, especialmente necesarias para el usuario local y extranjero.

## **PROGRAMACIÓN**

### **Zona de servicios:**

- Administración
- Despacho de productos
- Bodegas y Mantenimiento
- Baños públicos y de servicios
- Desechos y basura.

### **Zona Comercial:**

- Artesanías
- Productos nacionales como cacao, café, flores, dulces tradicionales.
- Libros y películas nacionales
- Cine ecuatoriano.

### **Zona de stands productos mercado:**

- Vegetales y verduras.
- Frutas
- Proteínas como carnes, embutidos.
- Lácteos
- Envases enlatados

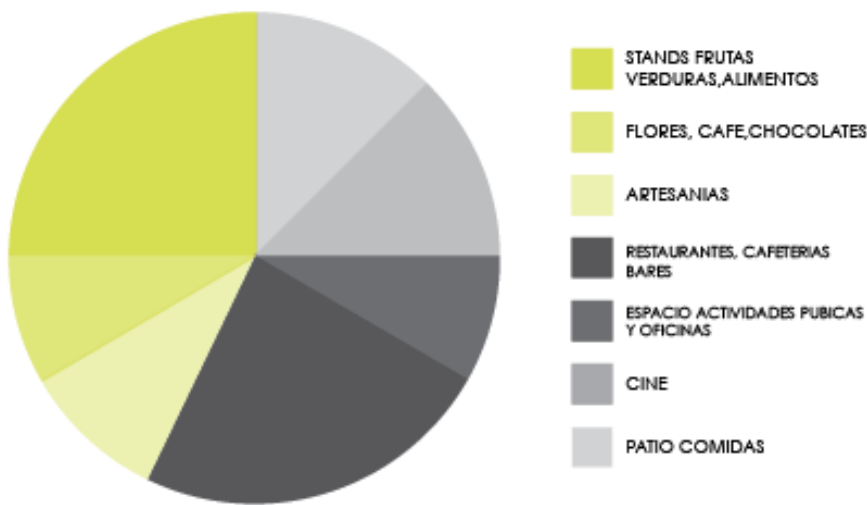
### **Zona Stands Restaurantes:**

- Restaurantes
- Bares
- Cafeterías

**Otros**

- Patio de comidas
- Cine para la exhibición de películas nacionales
- Espacio para actividades públicas

**FIGURA 6 ,PORCENTAJE DE AREAS UTILIZADAS**



**FIGURA 7, UTILIZACIÓN DE ÁREAS**



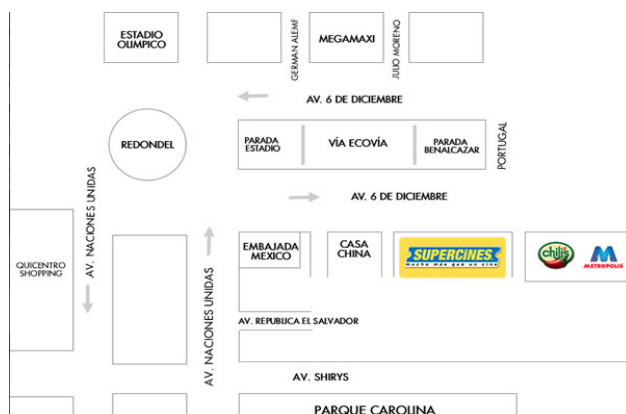
## 6. ANALISIS DEL ENTORNO

### UBICACIÓN:

El espacio se encuentra en el Centro Norte de Quito. Este está ubicado en la Av. 6 de diciembre y pasaje Jardín. Cerca de este espacio se encuentra el Estadio Olímpico Atahualpa, centros comerciales como el Quicentro Shopping, Megamaxí, así como centros de gestión financiera como el Ministerio de Salud Pública entre otros; y el Parque la Carolina. Adicionalmente existen edificios y casas residenciales.

- Zona céntrica, comercial, oficinas.
- Centro norte de Quito
- Escenarios donde el usuario busca entretenimiento.

### MAPA DE UBICACIÓN, FIGURA 8



### MAPA DE SERVICIOS

Debido a la ubicación del lugar cuenta con lugares de gran importancia, tales como el Estadio Olímpico Atahualpa, el Parque la Carolina, centro comercial el Quicentro, así como plataformas financieras como bancos, e identidades gubernamentales y privadas

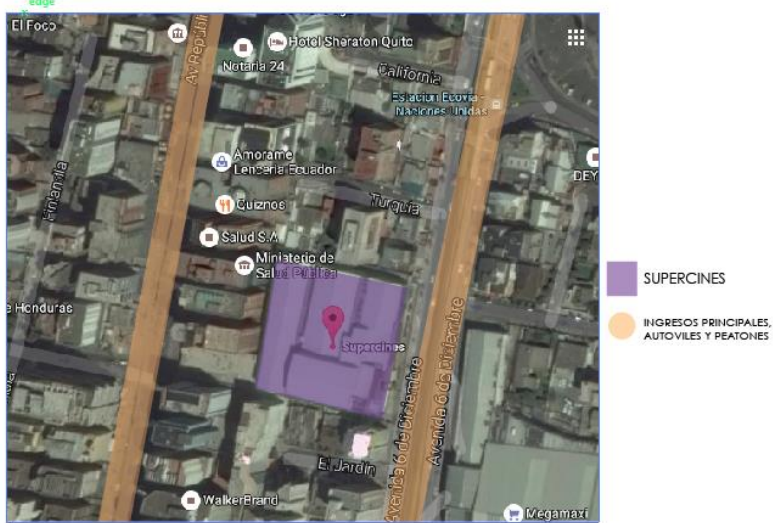
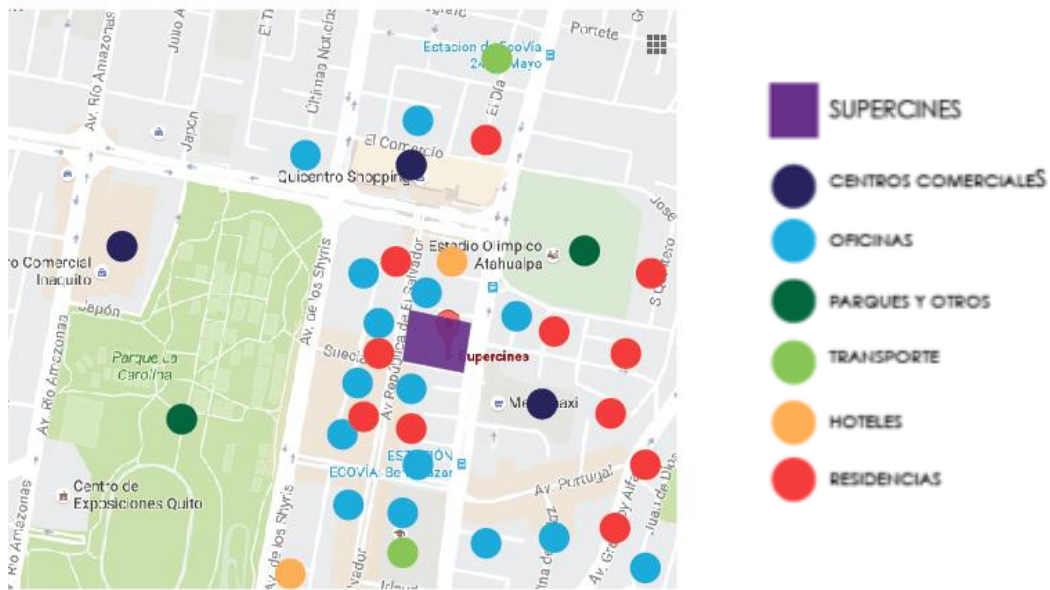


FIGURA 9



**ZONAS COMERCIALES:**

- Megamaxi
- Quicentro shopping

**HOTELES:**

- Hotel Sherraton



- Hotel Dawn Carlton

**RESTAURANTES:**

- EL HORNERO
- JUAN VALDEZ
- KFC
- KOBE

**OFICINAS**

- MINISTERIO DE SALUD
- NOTARIAS
- OTROS

**RESIDENCIAS**

- DEPARTAMENTOS Y CASAS

**TARGET**

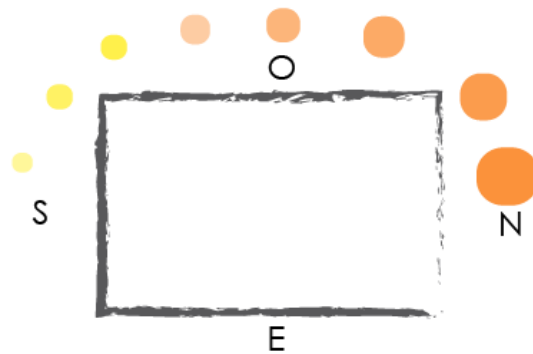
El Mercado está dirigido a todas las personas que realizan actividades como trabajo o entretenimiento, así también como las personas que habitan en el entorno de esta área. Serán personas de clase media- alta debido a que son lugares privados los que conformaran este espacio. Es importante tomar en cuenta también que el área financiera da mucha importancia a este tipo de espacios debido a que existe una concentración de personas por la ubicación de estos espacios.

**ASOLEAMIENTO Y CLIMA**

El clima de Quito corresponde a un clima subtropical, debido a que se encuentra a 2800 metros de altura. Durante el día, varía entre los 15 grados y los 27 grados centígrados, y durante la noche es entre los 7 grados hasta los 15 grados centígrados. Durante los meses de junio a septiembre las temperaturas son más cálidas, sobre todo en las tardes, mientras que el resto del

año la temperatura suele ser templada.

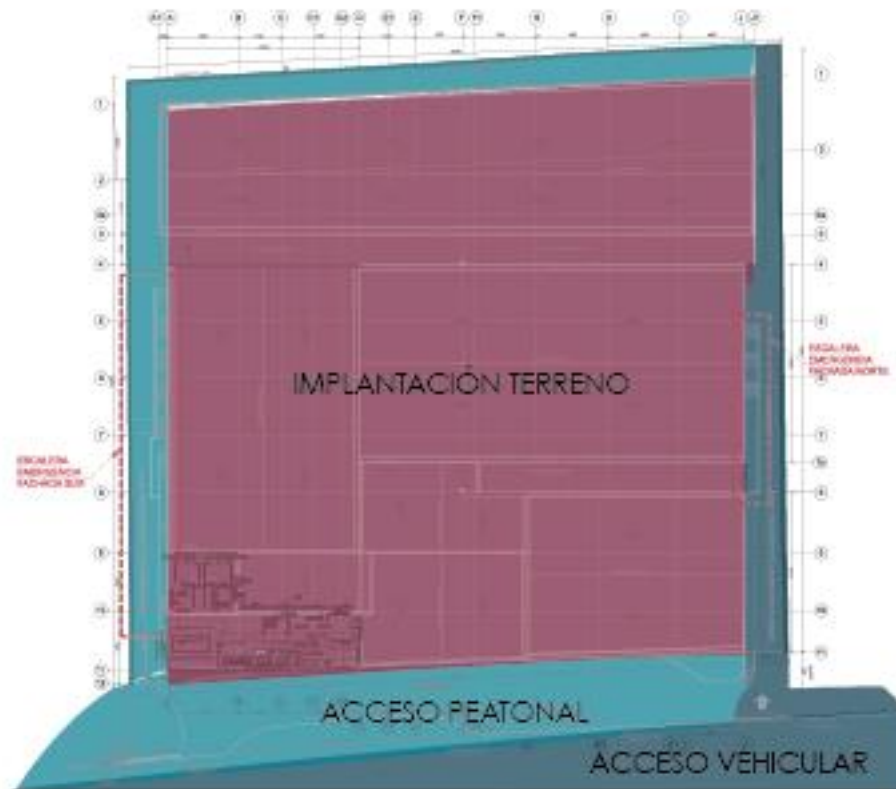
### DIAGRAMA ASOLEAMIENTO, FIGURA 10



## 7. ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO

El edificio escogido es una construcción relativamente nueva, ya que su inauguración fue en el año 2009, pero debido a problemas de parqueaderos y salidas de emergencias, este tuvo que cerrar y volver abrirlo en el año 2014. La construcción cuenta con aproximadamente 5900 m<sup>2</sup> de construcción, cuenta con una planta principal y con un mesanino, y con dos subsuelos para parqueaderos. En la primera planta se encuentran los cines, boletería y una tienda comercial. Tiene un mesanino que sirve para las salas VIP, y cuenta también con las oficinas. La implantación del lugar muestra los accesos principales tanto los accesos vehiculares como los peatonales.

**FIGURA IMPLANTACIÓN 11**



Los accesos de emergencia se encuentran a ambos lados, y los lleva directamente a salidas exteriores.

Supercines actualmente cuenta con salas de cine normales y VIP, y salas de cine IMAX. En cuanto a restaurantes cuenta con el Restaurante Chilis, el cual es él cuenta con dos plantas y dos ingresos exclusivos para este. Las oficinas se encuentran en la primera planta, cerca del área de venta del Bar.

FIGURA 12

# MERCADO ECUATORIANO CENTRO NORTE DE QUITO

### PROPUESTA

Proyecto de intervención urbana e inmobiliaria, el cual será destinado en un primer momento para comercializar productos del origen local, tanto como productos locales según procedimientos orgánicos, producción de especialidad y alimentos procesados, así como restaurantes, cafeterías, heladerías y actividades recreativas de recreación. Ello permitirá un espacio de interacción y conexión de los usuarios, tanto actuales como potenciales.

### PRECEDENTES

**Alameda San Antonio/Checa**



**Alameda de Efraim J. Jarama**



### RAZÓN

Crear un espacio que se adapte a entornos similares a la tradición, con un programa flexible que complementa de esta de ventas con áreas de esparcimiento. El objetivo es plantear un espacio de venta, reunión y unión, que sirva como un catalizador en el cual la comunidad se integra. En el programa debe existir un gran espacio donde se promocionen los productos más atractivos del país, siendo este un lugar diverso que promueva el cambio y movimiento a favor de: ESPACIO INCLUYENTE, SOCIAL Y CONTEMPORÁNEO.

- Fomentar el Autismo
- Reconocimiento local
- Innovación
- Funcionamiento



### CONCEPTO CONEXIONES SENSORIALES

La percepción sensorial responde a los estímulos ambientales ligados a través de los 5 sentidos: Vista, Olfato, Auditivo, Tacto, Gusto, estos proveen estímulos para crear lo realizable por medio de: interacciones, dinámicas, equilibrios, ritmo.




### ESTRATEGIA COMPOSITIVA: ENFOQUE MOVIMIENTO Y CONEXIÓN

Trata de reflejar la repetición de uno o más elementos en la composición de un diseño, esto con el fin de conectar entre sí elementos o partes, así como que eleven la jerarquía. El movimiento, que se cuando existe algún tipo de flujo entre los elementos.



### MOCKBOARD



### METAS DE DISEÑO

Asegurar exploraciones de la cultura gastronómica, comunidad y colaboración. Encuentros, intercambios en los espacios. En fomentar personalidades individuales de los comerciantes, así como de sus productos. Maximizar el área ventosa y fomentar la interacción entre usuarios/comerciantes. Fomentar la cultura ecuatoriana por medio de los materiales y texturas. Conectar entre el interior y el exterior. Permitir que la luz del día entre, a por la noche la luz ambiental desde adentro hacia fuera. Integrar las diferentes funciones del espacio.

### UBICACIÓN

Av. 6 de Octubre y Pasaje Jordán



### IMPLANTACIÓN



### ANÁLISIS DEL LUGAR

**ACOLAMBIEMO**



**IMÁGENES DEL LUGAR**



### PLANOS ORIGINALES



### PROGRAMACIÓN

ZONA DE SERVICIO	ZONA COMERCIAL	ZONA FONIC
Administración Deposito de productos Bodega y Mantenimiento Baños públicos y de servicio Desechos y basura.	Artesanías Productos nacionales Café y Café Bares	Vegetales y Verduras Frutas Proteínas como carnes y embutidos Lácteos Envasados en latas

**ZONA DE RESTAURANTES**

Restaurantes:  
Bares  
Cafeterías

**ZONA DE ENTERTAINMENT**

Paseo de Cometas  
Cine  
Espacio para Actividades Públicas

**PORCENTAJES DE ÁREAS**



**UTILIZACIÓN DE ÁREAS**





PROYECTO DE TITULACIÓN  
MERCADO ECUATORIANO

MARIA JOSE ALONSA  
00113405

PROFESORA: HELINA GAERIN

04 DE JULIO DE 2017

L1

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- American Association. (2016). *Trueque historia*. Obtenido el 18 de Julio 2017 de <http://el-truequehistori.blogspot.com/2013/04/la-historia-del-trueque-la-primer.html>
- Atlas Media. (2016). *Historia y referencias nacionales Ecuador*. Obtenido el 18 de Julio 2017 de <http://atlas.media.mit.edu/es/profile/country/ecu/>
- Mercado de San Miguel. (2015). *Historia mercado san miguel Madrid*. Obtenido el 18 de Julio 2017 de [https://es.wikipedia.org/wiki/Mercado\\_de\\_San\\_Miguel](https://es.wikipedia.org/wiki/Mercado_de_San_Miguel)
- Patrimonio Cultural. (2016). *Patrimonio y Cultura*. Obtenido el 18 de Julio 2017 de <http://www.culturaypatrimonio.gob.ec/patrimonio-cultural/>
- Turismo Ecuador. (2016). *Turismo Ecuador, ama la vida*. Obtenido el 18 de Julio 2017 de <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/portfolio/turismo-cifras>