

**UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ**

**Colegio de Arquitectura y Diseño Interior**

**Mercado Gastronómico Cumbayá**

**Joaquín Esteban Buitrón Álvarez**

**Arquitectura**

Trabajo de integración curricular presentado como requisito  
para la obtención del título de  
Arquitecto

Quito, 07 de enero de 2020

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ  
COLEGIO DE ARQUITECTURA Y DISEÑO INTERIOR

**HOJA DE CALIFICACIÓN  
DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR**

**Mercado Gastronómico Cumbayá**

**Joaquín Esteban Buitrón Álvarez**

**Calificación:**

**Nombre del profesor, Título académico**

**Pablo Dávalos, Arq.**

**Firma del profesor:**

---

Quito, 07 de enero de 2020

## 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 el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Firma del estudiante:

---

Nombres y apellidos:

Joaquín Esteban Buitrón Álvarez

Código:

00118752

Cédula de identidad:

1720439882

Lugar y fecha:

Quito, 07 de enero de 2020

## RESUMEN

A través de esta propuesta arquitectónica, se plantea un nuevo mercado central de Cumbayá enfocado en promover la cultura y gastronomía, al mismo tiempo que fomente la identidad colectiva de las personas, retomando las tradiciones del pasado donde el mercado era un lugar de encuentro y congregación. Los usuarios tendrán acceso a alimentos frescos y a espacios de integración colectiva. El objetivo principal es reactivar la zona urbana, invitando al peatón a sumergirse en una experiencia cultural a través de un proyecto permeable, fácil de acceder, que utiliza el elemento de la plaza como espacio conector.

Palabras clave: Mercado, cultura, tradición, integración, plaza, permeable

## **ABSTRACT**

Through this architectural proposal, a new central market of Cumbayá is proposed, focused on promoting culture and gastronomy, while promoting the collective identity of people, taking up the traditions of the past where the market was a meeting place and congregation. Users will have access to fresh food and collective integration spaces. The main objective is to reactivate the urban area, inviting the pedestrian to immerse themselves in a cultural experience through a permeable project, easy to access, which uses the element of the plaza as a connecting space.

Key words: Market, culture, tradition, integration, plaza, permeable.

## TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN .....	4
ABSTRACT .....	5
TABLA DE CONTENIDO.....	6
ÍNDICE DE FIGURAS.....	7
INTRODUCCIÓN.....	8
Modernismo y Tradición.....	8
Los mercados gastronómicos.....	9
CAPÍTULO 1 .....	10
1.1 Antecedentes Históricos.....	10
1.2 El mercado como un punto de interacción.....	10
CAPÍTULO 2 Análisis del Terreno.....	11
2.1 Historia de los Mercados en Ecuador.....	11
2.2 Abastecimiento y sistema de los mercados de Quito.....	12
2.3 Análisis del sector a intervenir.....	13
CAPÍTULO 3. Uso del espacio.....	15
3.1 Espacio según el programa.....	15
3.2 Importancia de la reactivación del uso del espacio en Cumbayá.....	16
3.3 Importancia de los mercados en la sociedad ecuatoriana.....	17
CAPÍTULO 4. Concepto Arquitectónico.....	17
4.1 La interacción del interior con el exterior.....	17
INFORMACIÓN PLANIMETRICA.....	19
CONCLUSIONES .....	26
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	27

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Hitos del sector a intervenir.....	13
Figura 2. Análisis del terreno a intervenir.....	14
Figura 3. Infogramas viales.....	14
Figura 4. Trama, orden y concepto.....	15
Figura 5. Plan masa – Figura Fondo.....	16
Figura 6. Diagramas Iluminación .....	17
Figura 7. Diagrama Ventilación.....	18
Figura 8. Implantación.....	19
Figura 9. Planta Baja.....	20
Figura 10. Planta Alta.....	21
Figura 11. Planta Subsuelo.....	22
Figura 12. Corte A-A’.....	23
Figura 13. Corte C-C’.....	23
Figura 14. Fachada Frontal – Fachada Lateral.....	23
Figura 15. Axonometría Explotada.....	24
Figura 16. Vistas (Renders).....	25

## INTRODUCCIÓN

### 1. Modernismo y Tradición

El modernismo ha establecido un gran desafío para la supervivencia de las prácticas tradicionales, porque trajo consigo revolucionarios cambios en los ámbitos económicos, políticos, sociales e incluso religiosos del país.

“El Modernismo representa la inquietud de una época. El final del siglo XIX, el cambio histórico que se refleja en el arte, la religión (...) llegó al Ecuador con considerable retraso respecto a los otros países, debido a las constantes guerras civiles en las cuales el país estaba sometido a causa de las disputas entre conservadores y liberales” (Criollo y Ortega, 2013, pág. 20-21).

A pesar de que el modernismo llegó de manera tardía al Ecuador, en comparación al resto de países latinoamericanos, actualmente ha cambiado considerablemente la cultura global, tomando como ejemplo a grandes ciudades y su comportamiento. De esta manera, la mayoría de prácticas culturales tradicionales han sido olvidadas con el tiempo, como se evidencia en la arquitectura de Quito.

“Se comienzan a abandonar los modelos castellanos para adoptar un sinnúmero de modelos fundamentados en múltiples influencias: desde el palacete italianizante o nouveau del rico hasta, ya entrado el siglo XX, la pequeña casa “higiénica” (town house) de los barrios de obreros o de burócratas (nueva clase media), que ya empezaban a ser necesarios para el desarrollo de la ciudad moderna” (Salgado, 2016, pág. 16).

Ante esta realidad, surge la necesidad de rescatar la cultura tradicional del país, por medio de mercados gastronómicos, para mantener la memoria histórica y no difuminarse en la globalización sin límites en la cual gira la vida en estos momentos.

## 2. Los mercados gastronómicos

La cultura permite apreciar las expresiones que hacen único a un lugar; es un conjunto de rasgos que diferencian un sitio de otro. Por este motivo, es importante rescatarla e intentar que forme parte del proceso de evolución o modernismo. Por lo tanto, este proyecto, que será situado en la parroquia de Cumbayá, tiene como objetivo generar un espacio donde se pueda experimentar la cultura ecuatoriana, como lo es la gastronomía

“A diferencia de países desarrollados, nuestro país está en una situación geográfica que le podría enmarcar como uno de los países más ricos en biodiversidad en espacios tanto vegetal como animal (...) La principal ventaja que tenemos frente a todos los países que nos rodean y ocupan el globo es la rica variedad de ingredientes. Y aun así nuestra gastronomía ha dejado de avanzar desde hace mucho tiempo” (Villagómez, 2010, pág. 26 y 29).

Una manera de impulsar la gastronomía del Ecuador es a través de un mercado que funcione también como un centro gastronómico, donde se pueda percibir, a través de todos los sentidos, lo más tradicional del país. Se trata de experimentar la cultura en un lugar de carácter público, donde se fomente el desarrollo social, incluyendo lugares para la interacción; en general, impulsando los circuitos de producción local.

## CAPÍTULO 1

### 1.1 Antecedentes Históricos

Desde los primeros asentamientos en la historia humana, los mercados han sido un elemento esencial para el crecimiento y desarrollo tanto económico como social de las mismas, por tanto, son de acceso a todo público “el espacio público se puede entender como un espacio físico y político que se obtiene en el desarrollo de las necesidades básicas de la ciudadanía creando un acto simbólico en la cultura urbana” (Bonilla, 2018, pág. 6).

En un principio, la plaza de mercado servía como un punto de venta del excedente de productos alimenticios de la producción agrícola. Con el transcurso del tiempo la plaza de mercado fue definiéndose como un elemento clave en la organización urbana de las ciudades.

“Las plazas, al igual que otros espacios urbanos, es donde se generó una cultura popular urbana, donde se encontraron las personas y donde se discutían temas de interés general (...) Pero el concepto de la plaza en Quito es muy anterior a la revolución liberal, éste nace con la colonia española, y anteriormente a ello existía el tiánguez, que al igual que la plaza de mercado, era un sitio de encuentro abierto al público, donde además de intercambiar mercadería, se realizaba un intercambio simbólico y cultural” (Granja, 2010, pág. 10).

De esta manera, las plazas de mercado no solo eran un punto de comercio y de intercambio mercantil, también era un lugar de integración social que fortalecía la cultura y la identidad de la gente.

### 1.2 El mercado como un punto de interacción

Los mercados siempre han sido determinados como espacios de carácter público que sirven como núcleos de actividad económica y grandes imanes para generar un centro de

intercambio y congregación. La importancia del mercado radica en que es un espacio idóneo para la interacción y para estar en contacto directo con la producción y cultura local,

“Una importante consecuencia del gran comercio y de la economía de mercado es la especialización del trabajo humano (...) El intercambio ya no es un acto voluntario; todos somos parte de él porque nadie produce por sí mismo lo indispensable para su subsistencia. Tampoco hay países que produzcan todo; unos elaboran unas mercancías y otros producen otras, unos venden unos servicios y no otros, y todos se ven precisados a intercambiar pocos o muchos de los productos básicos que necesita su población” (Castro, 2016, pág 23).

Es importante destacar que la memoria cultural gastronómica es un eje fundamental en el desarrollo de una comunidad, es tradición e identidad lo que la caracteriza y la plaza de los mercados es el lugar destinado para fortalecer la unión colectiva de las personas.

## **CAPÍTULO 2**

### **2.1 Historia de los mercados en Ecuador**

Partiendo de un análisis previo acerca de la historia de los mercados en las antiguas civilizaciones, se puede deducir que la plaza era el elemento principal donde se instaura el mercado y en general la actividad comercial. En Ecuador, la primera plaza mercado nace a partir de la colonización, con la llegada de Diego de Almagro en 1534, se define el trazado de la ciudad con las características del urbanismo español, estableciendo la plaza mayor también conocida como la plaza grande. Esta es la primera plaza mercado de la ciudad de Quito de donde partió el trazado del centro histórico de la ciudad.

“Uno de los usos principales en las plazas de Quito, era el comercial, que a su vez generaba otro tipo de intercambios. Es decir, la mayor parte del comercio en la colonia se lo realizaba en el tiánguez, que se ubicaba en la plaza, creada por los españoles. Las diversas plazas se

convirtieron en el espacio público de la ciudad y el intercambio comercial era parte de las actividades cotidianas que se realizaban en dichos espacios” (Granja, 2010, pág. 24).

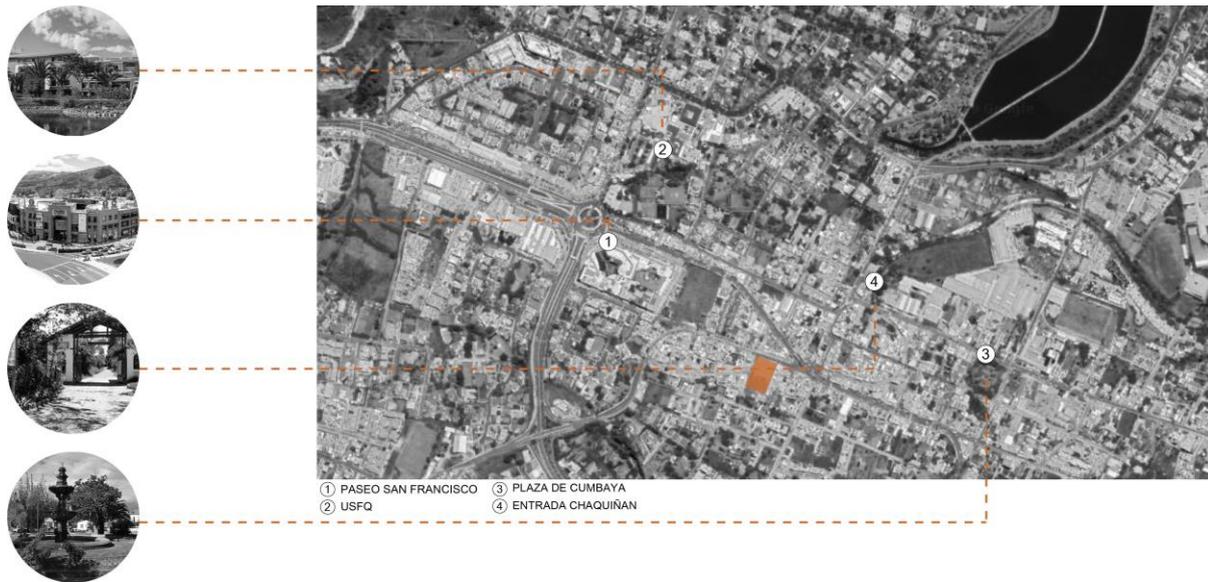
Posteriormente, se desarrollaron algunas plazas que también acogieron a los vendedores ambulantes como la plaza san francisco y santa clara que también funcionaron como plaza mercado para la ciudad. En 1902 se inició la construcción de la primera infraestructura para el mercado san francisco. A partir de este punto nacen los mercados municipales que se convirtieron en espacios cerrados estilo galpón.

## 2.2 Abastecimiento y sistema de los mercados de Quito

En el Distrito Metropolitano de Quito funcionan alrededor de 30 mercados municipales y ferias, los cuales pertenecen a una red de distribución de productos alimenticios abastecidos por tres mercados mayoristas: Camal, San Roque y Mercado Mayorista. Todos son elementos esenciales en el sistema de comercio dinámico que ayuda al crecimiento demográfico y social de la ciudad. Sin embargo, el proceso de abastecimiento siempre es más efectivo en la zona centro sur donde se encuentran estos mercados mayoristas cercanos a los principales mercados municipales de la ciudad que también se desarrollan en el centro y centro norte de Quito. El crecimiento espacial de la urbe establece nuevos puntos de ferias y mercados debido a la aparición de nuevos barrios que requieren de abastecimiento. La diversidad y abundancia de productos que se comercializan en los mercados dependen de la capacidad de abastecimiento del mismo. Existen dos tipos de zonas dentro del proceso de abastecimiento: La primera son las zonas de acopio, lugar donde se concentra la mercancía para luego ser redistribuida (Mayoristas). La segunda con las zonas productoras que abastecen directamente al lugar. Los mercados que se encuentran distantes al centro de la ciudad, como es el caso de los de los mercados que se encuentran en los valles aledaños a Quito generalmente se abastecen únicamente de las zonas productoras. Como es el caso del mercado municipal de Cumbayá.

Que se caracteriza por ser el único mercado de la zona que abastece a todo el centro de la parroquia, con productos frescos provenientes de productores locales y de las parroquias aledañas como Puenbo, Yaruqui y Pifo. Este mercado fue producto de la expansión urbana, la parroquia necesitaba un mercado para abastecer a su población. Por este motivo el mercado municipal de Cumbayá comenzó como un asentamiento informal, resultado de la ubicación de feriantes que trabajaban como vendedores ambulantes. Este asentamiento posteriormente formo parte de la planificación urbana. Sin embargo, su infraestructura se mantuvo intacta lo cual incide negativamente en la imagen urbana, en la calidad del espacio público y en la higiene de comercialización de los productos.

### 2.3 Análisis del sector a intervenir



*Figura 1*

El proyecto se encuentra emplazado en la parroquia de Cumbayá, valle aledaño al distrito metropolitano de Quito. En el lote a intervenir se encuentra ubicado el actual mercado municipal de Cumbayá, previamente mencionado.

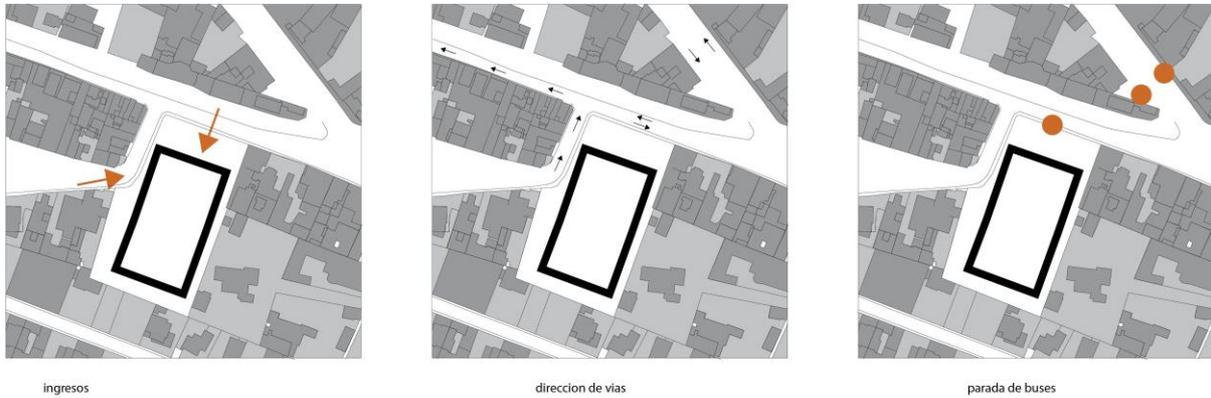


Figura 2

Este lugar se encuentra en una zona altamente transitada tanto vehicular como peatonal, que converge en el centro de esta parroquia, lugar donde se establece la zona comercial y áreas de esparcimiento como el parque central.

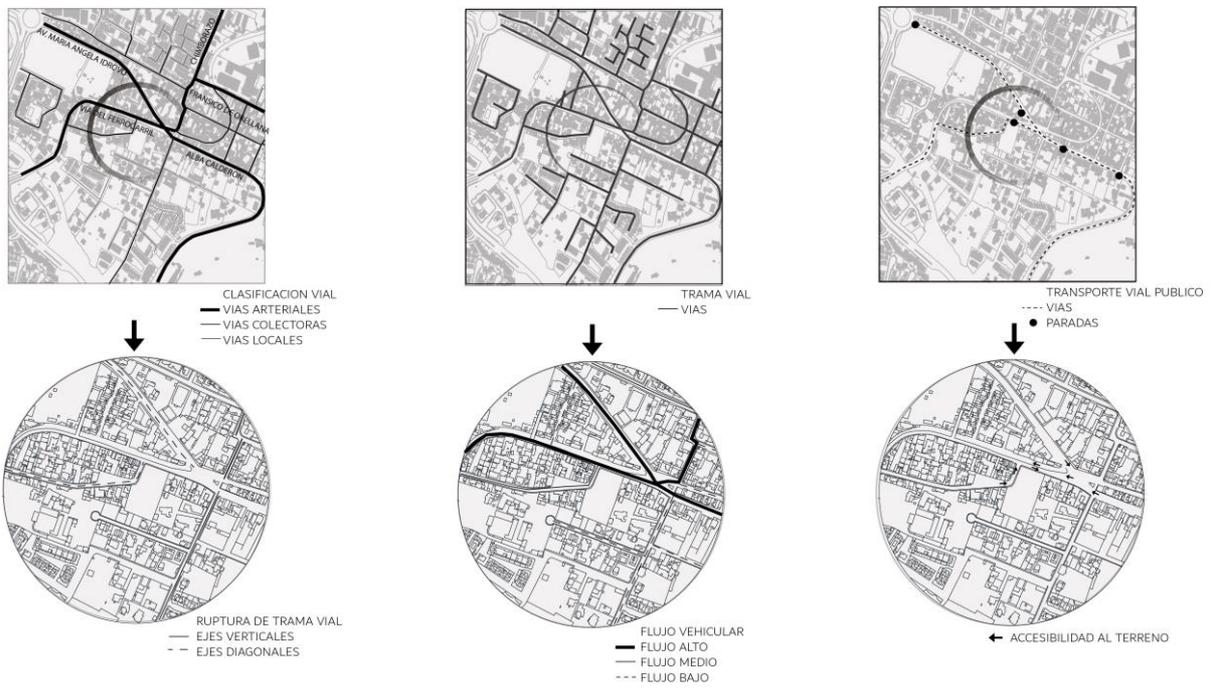


Figura 3

El lote, específicamente, se encuentra en la esquina frente a la antigua estación del ferrocarril, un punto histórico de la parroquia de la Cumbayá que ha perdido protagonismo a lo largo de los años y un elemento clave para la reactivación de la zona.

## CAPÍTULO 3

### 3.1 Espacio según el programa



Figura 4

Desde el punto de vista arquitectónico, el mercado, generalmente, se trata de una forma geométrica pura donde la estructura se encarga de establecer los diferentes espacios según el programa.

La naturaleza es la clave para el diseño de la cubierta o quinta fachada, una de las partes principales que conforman un mercado, partiendo de un diseño imaginativo que es inspirado en formas orgánicas, es decir en las curvas de la naturaleza. Esto rompe con el diseño en planta que se enfoca en utilizar únicamente los elementos esenciales, compuesta por una planta libre que representa la abstracción total, conformando un diseño menos aburrido, pero que de igual forma parte siempre de la simplicidad.

### 3.2 Importancia de la reactivación del uso del espacio en Cumbayá

La importancia de establecer un mercado que pueda promocionar la cultura va de la mano con la reactivación del uso del espacio. Se trata de invitar al usuario a experimentar la cultura en un lugar de carácter público y de fácil acceso.

“La integración con el entorno se puede lograr mediante los principios de diseño de la transformación, en la cual se maneja la adición, sustracción y cambios de la proporción para



*Figura 5*

de esta forma crear una arquitectura de contraste”. (Ching, 2004).

Esta estrategia de diseño permite generar un nodo urbano cultural que se caracteriza por su permeabilidad la cual proporciona el traspaso e intercambio de un elemento hacia otro lugar, en este caso, la relación del espacio exterior hacia el interior y viceversa.

La reactivación del del uso del espacio en la parroquia de Cumbayá a través de un mercado es una manera de integración social ya que permitirá una interacción directa con los alimentos y elementos más esenciales de la tradición ecuatoriana. La gastronomía de un país es una forma de expresión cultural natural que prevalece a través de los tiempos, siendo la esencia más pura de una sociedad. Ya que Cumbayá se ha convertido en una zona residencial donde los centros comerciales, restaurantes y conjuntos habitacionales han ganado protagonismo a lo largo de los años, las esencias de sus tradiciones han ido perdiendo valor en

las últimas décadas. La reactivación del lote establecido forma parte de un cambio necesario para conservar y mejorar la cultura de la zona. Además de ser un medio para promover el desarrollo socioeconómico, funciona como una alternativa de unión comunitaria que produce una identidad colectiva representativa.

### 3.3 Importancia de los mercados en la sociedad ecuatoriana

Los mercados en Ecuador representan más que un lugar de compra y venta de productos, es un lugar donde se aplica la acción de “regatear”, una tradición que ha prevalecido en la sociedad ecuatoriana a través de los años. A pesar que la cultura ha ido cambiando generación tras generación, la costumbre de regatear es una actividad que está inherente en el día a día de los ecuatorianos. Debido a que los mercados son establecimientos donde el precio establecido no es el definitivo, la acción de regatear se convierte en un proceder característico de los compradores y vendedores, actividad que mantiene viva la cultura ecuatoriana. De esta forma, el mercado es un punto de interacción cultural que sirve como representación de la tradición coloquial de hacer negocios en Ecuador.

## CAPÍTULO 4

### 4.1 La interacción del exterior con el interior

El concepto de permeabilidad en el proyecto es utilizado para generar un ambiente colectivo que introduce el espacio exterior o público en la intervención.

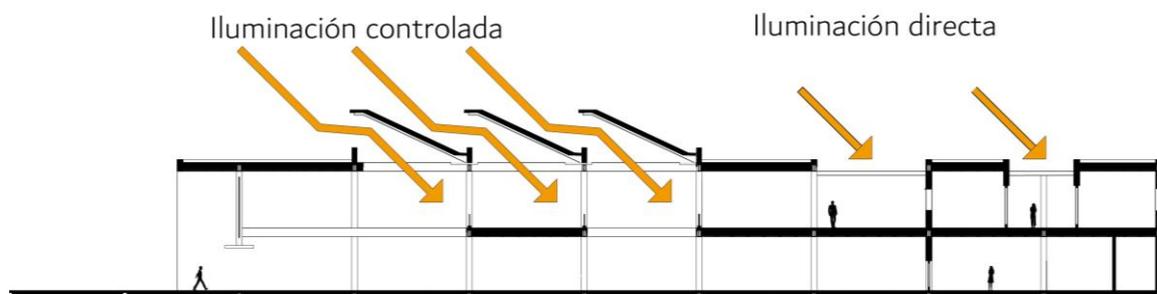
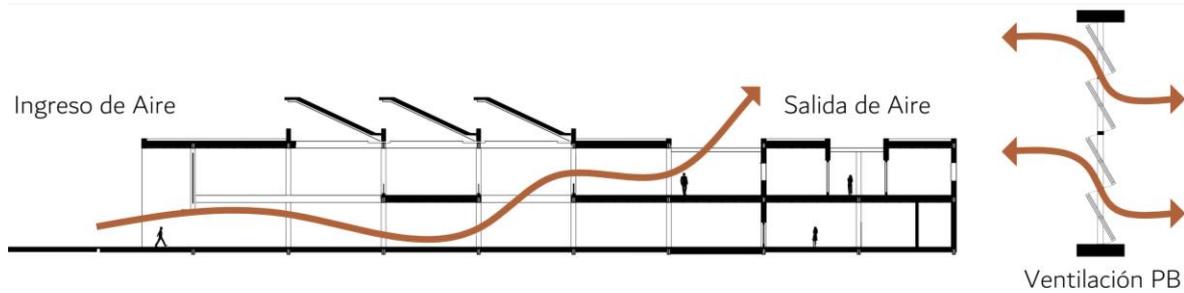
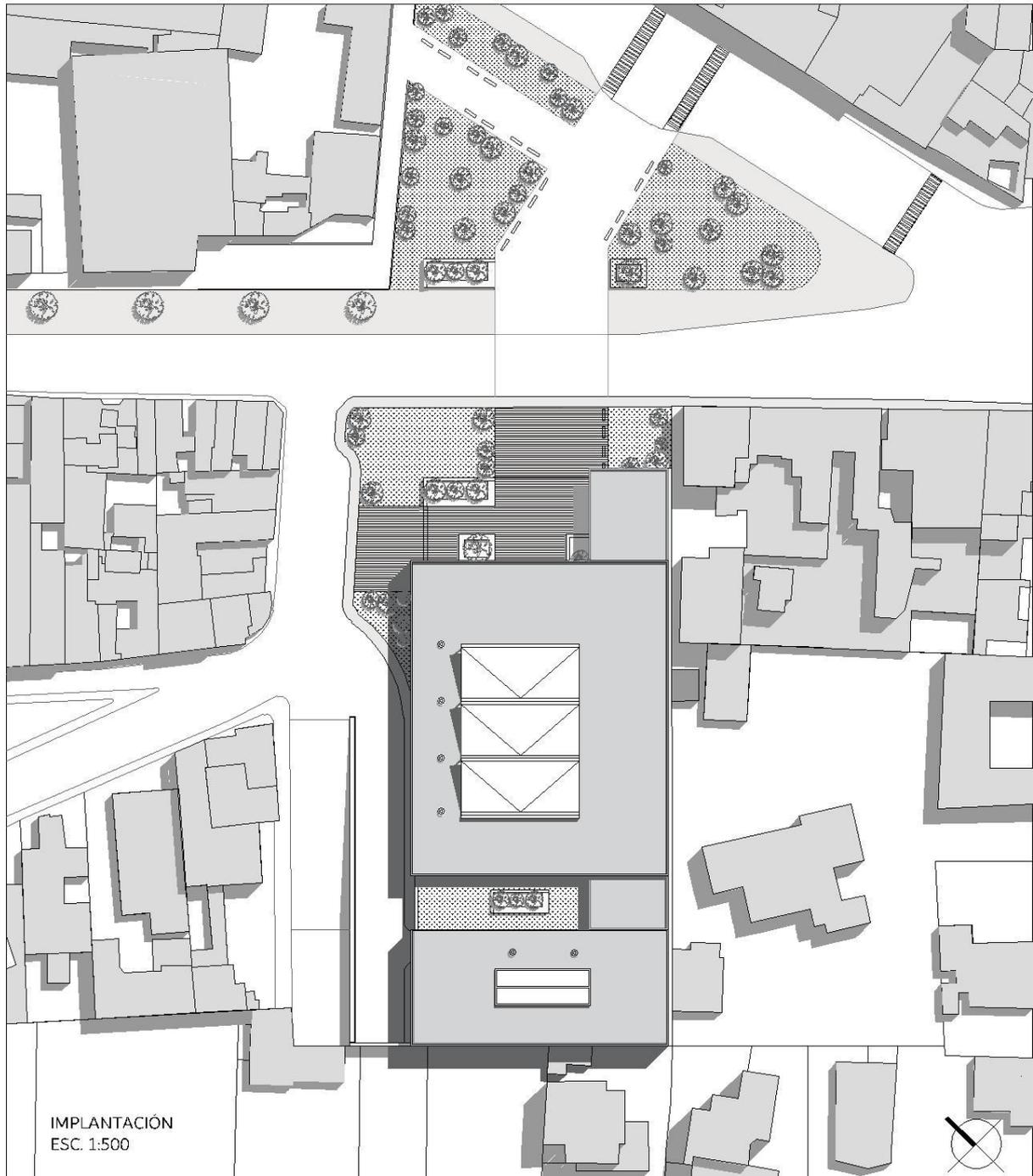


Figura 6



*Figura 7*

Esta idea de permeabilidad, además de generar movimiento que está dado por los accesos y las circulaciones dentro del lugar, también se utiliza en el proyecto específicamente en la cubierta (que anteriormente se mencionó su importancia) para lograr que exista la filtración de una correcta iluminación natural y ventilación que son los dos elementos claves a la hora de idear un mercado para que éste parta de un diseño lógico y funcional. Los tres parámetros a nivel lógico y funcional son: permeabilidad, porosidad y fluidez. Son estrategias para lograr la continuidad espacial entre el exterior e interior.

**INFORMACIÓN PLANIMÉTRICA**

*Figura 8: Implantación*

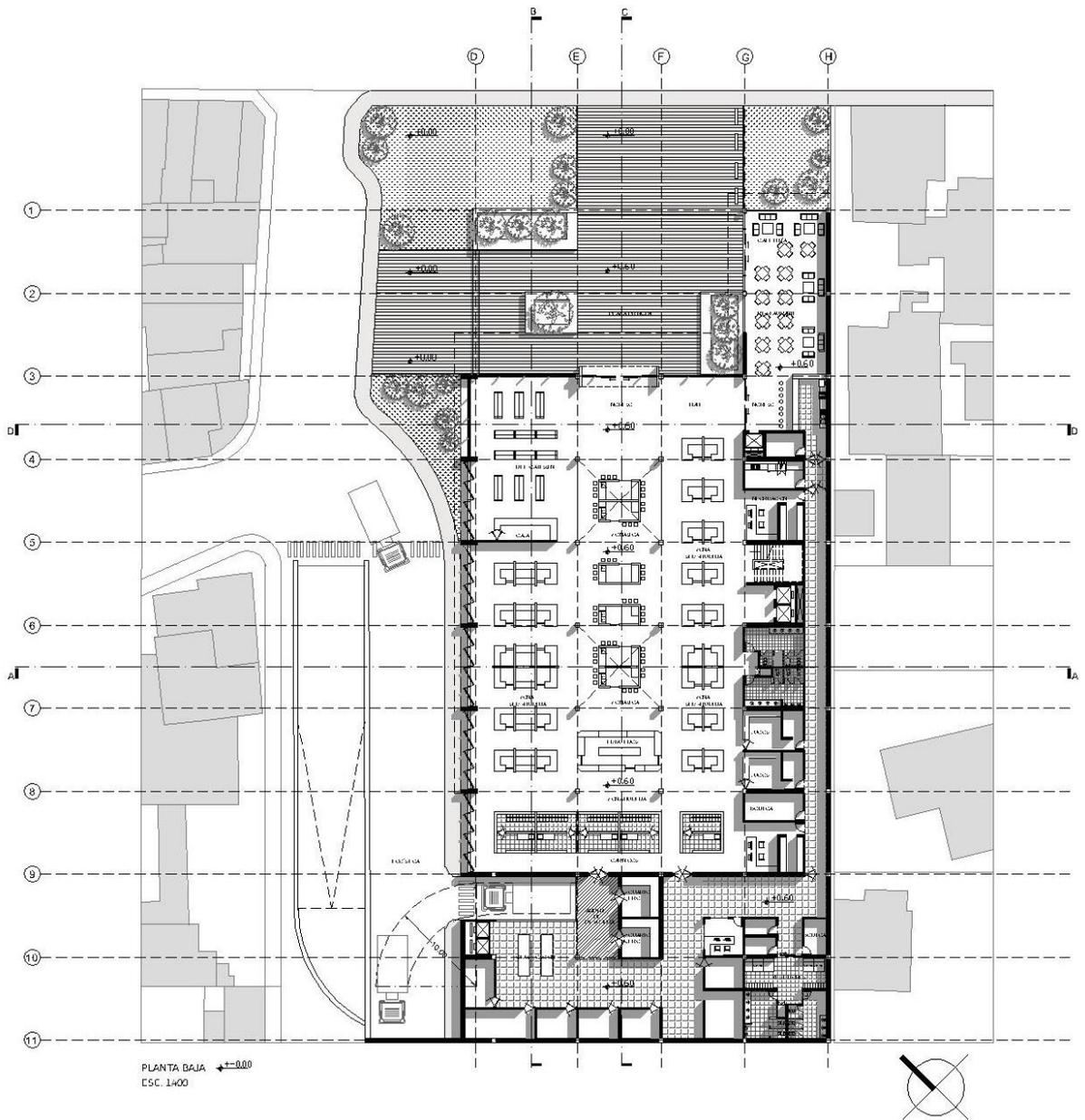


Figura 9: Planta Baja



Figura 10: Planta alta

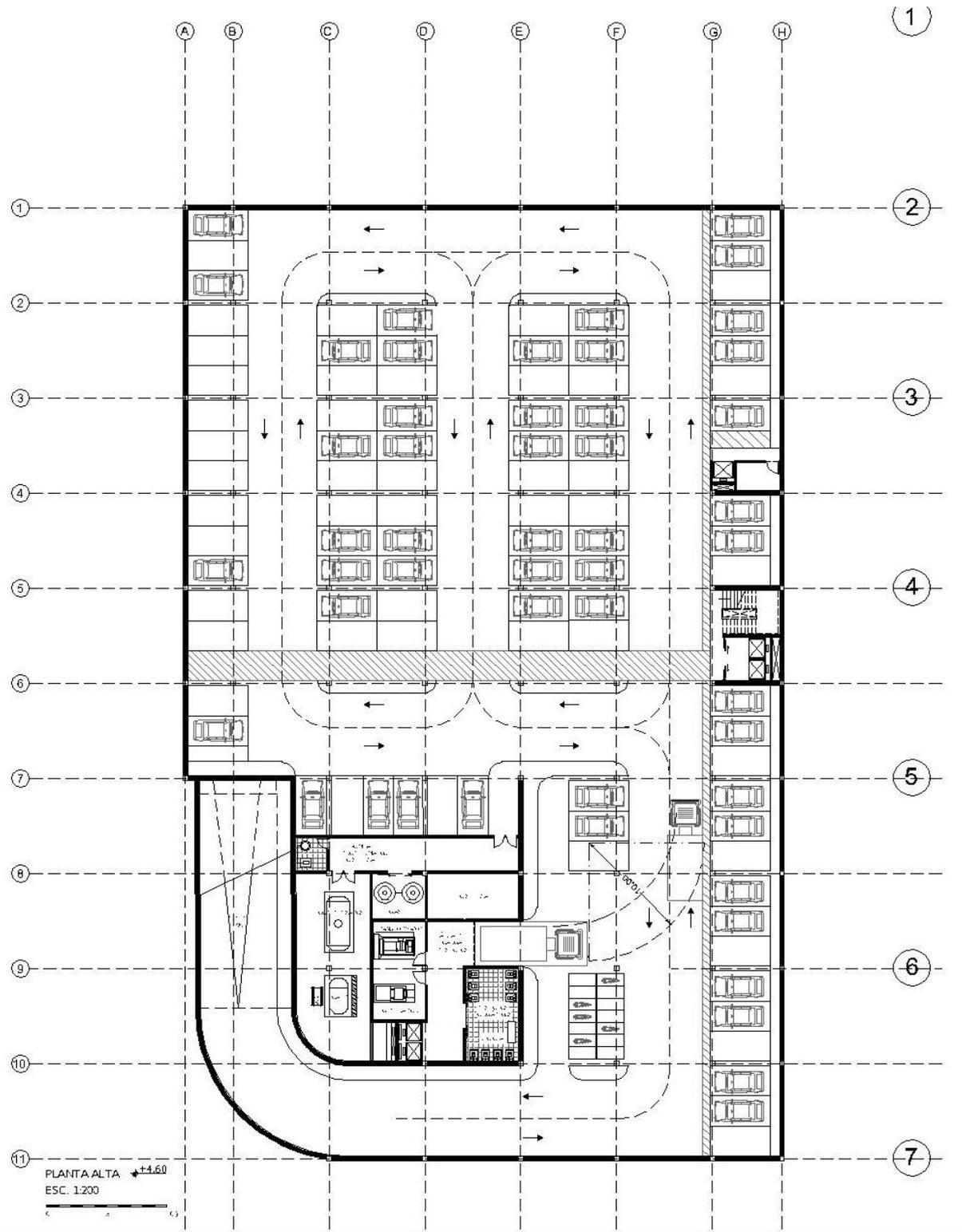


Figura 11: Planta subsuelo

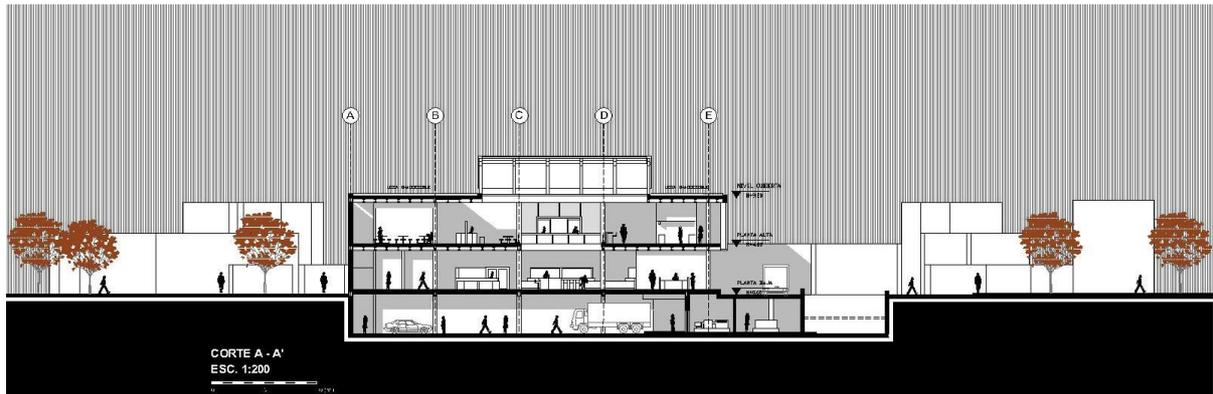


Figura 12: Corte A-A'

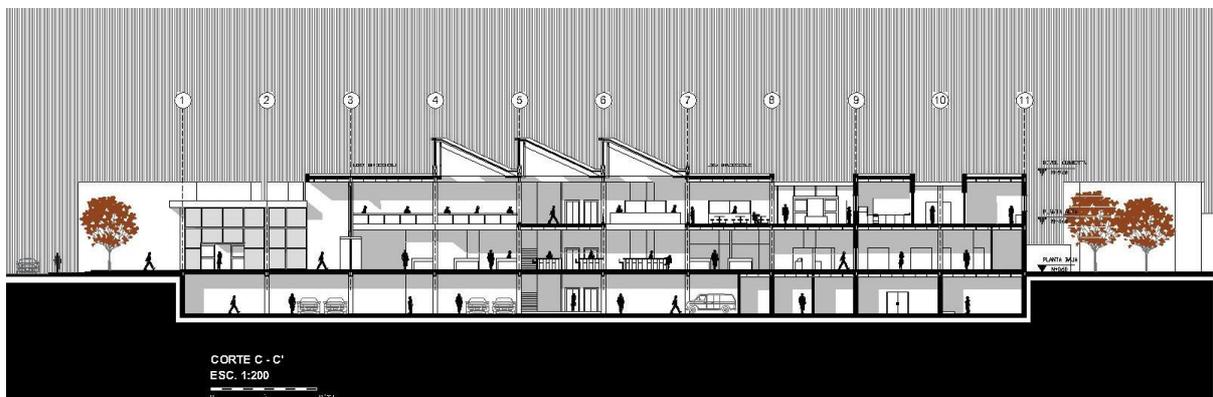


Figura 13: Corte C-C'

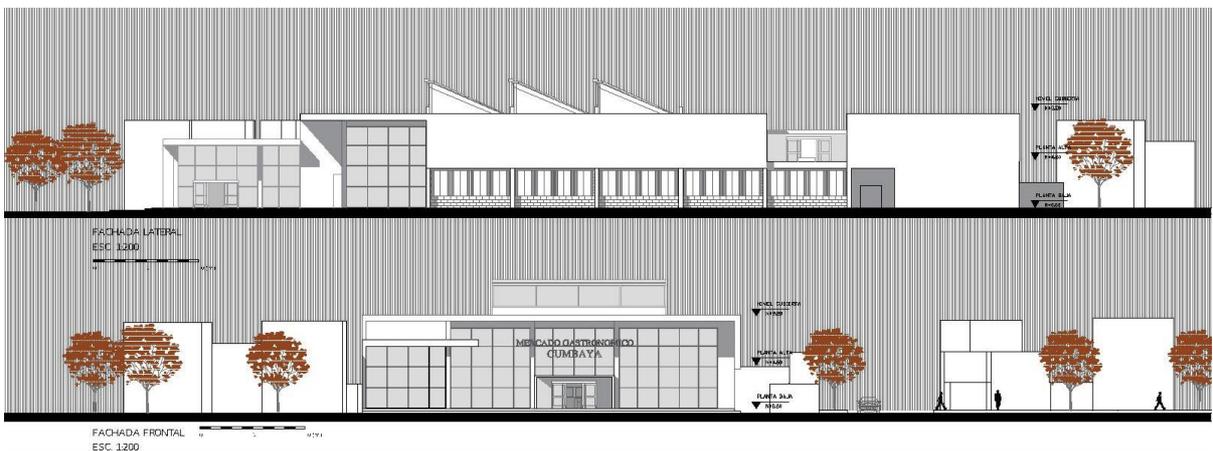


Figura 14: Fachada Lateral, Fachada Frontal

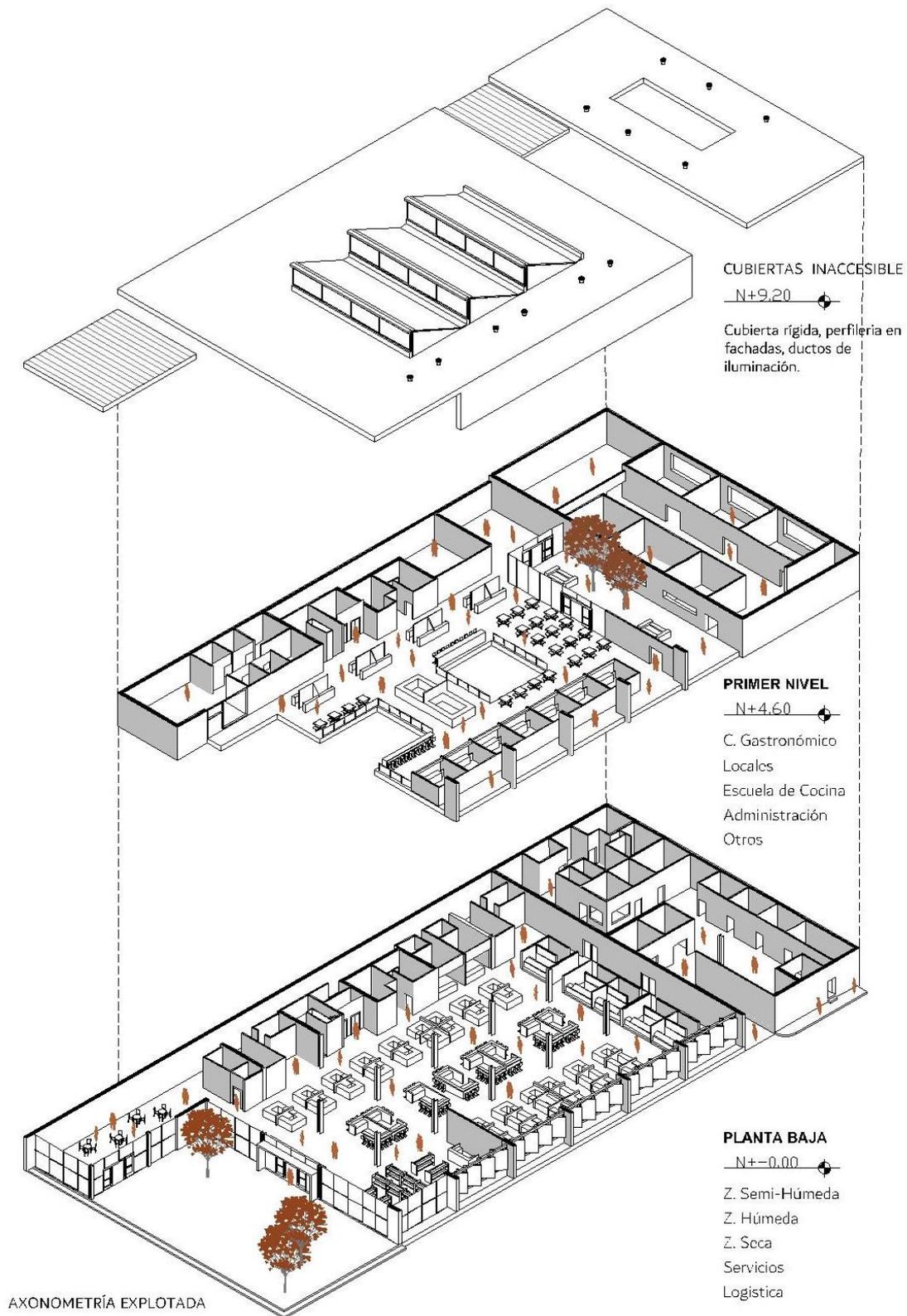


Figura 15: Axonometría explotada



Figura 16: Vistas (Renders)

## CONCLUSIÓN

A través de esta propuesta arquitectónica, se plantea un nuevo mercado central de Cumbayá enfocado en promover la cultura y gastronomía, al mismo tiempo que fomente la identidad colectiva de las personas, retomando las tradiciones del pasado donde el mercado era un lugar de encuentro y congregación. Los usuarios tendrán acceso a alimentos frescos y a espacios de integración colectiva. El objetivo principal es reactivar la zona urbana, invitando al peatón a sumergirse en una experiencia cultural a través de un proyecto permeable, fácil de acceder, que utiliza el elemento de la plaza como espacio conector. Se trata de crear un recorrido por el mercado donde los usuarios conocerán las tradiciones y costumbres gastronómicas ecuatorianas a través de una experimentación sensorial. El nuevo mercado municipal de Cumbayá servirá como vínculo para conocer las tradiciones y gastronomía de la región, incentivando una interacción social, generando de esta manera una identidad colectiva. Las personas no solo serán partícipes del proceso de compra y venta de productos, también serán parte de una experiencia de interacción gastronómica, potencializando los platos y productos alimentarios típicos del Ecuador. Por medio de la reactivación cultural, el mercado se convertirá en destino para la gente que quiere probar y sentir la esencia de la cultura y gastronomía ecuatoriana y del valle de Cumbayá de una manera interactiva y dinámica.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bonilla, Juan (2018). El Mercado como integrador del espacio público. Recuperado de: <https://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/16280/1/El%20Mercado%20como%20integrador%20del%20espacio%20p%C3%ABlico.pdf>
- Castro, Robinson (2016). Diseño del nuevo mercado minorista municipal mariscal para la ciudad de Puyo. Recuperado de: [www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/10079/1/T-UC-0001-0366.pdf](http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/10079/1/T-UC-0001-0366.pdf)
- CHING, F. (2010). Arquitectura, Forma, Espacio y Orden. Barcelona: Gustavo Gili.
- Criollo, Emma y Ortega, Carlos (2013). Imágenes de la muerte y la desolación en la Poesía de Medardo A. Silva: (El árbol del bien y del mal) y Santiago Vizcaíno: (En la penumbra). Recuperado de: <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/4648/3/TESIS.pdf>
- Granja, Angeles (2010). Análisis de la situación de los comerciantes informales del centro histórico de Quito, después de su reubicación en los centros comerciales del ahorro, vista desde la perspectiva de los propios comerciantes. Recuperado de: <http://repositorio.flacsoandes.edu.ec:8080/bitstream/10469/2025/7/TFLACSO-AGV2000.pdf>
- Salgado, Mauricio (2016). La arquitectura modernista a mediados del siglo XX en Quito como articulación preponderante del proceso de desarrollo de la imagen urbana de la ciudad. Recuperado de: <http://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/4814/1/T1824-MEC-Salgado-La%20arquitectura.pdf>
- Villagómez, Edgar (2004). Estilización de la gastronomía ecuatoriana de la región costa y la implementación de productos nuevos importados de otros países. Recuperado de: [http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/11555/1/41621\\_1.pdf](http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/11555/1/41621_1.pdf)