

**UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ**

**Colegio de Arquitectura y Diseño Interior**

**Mercado plaza Iñaquito  
Reinterpretación del “Catu”  
Proyecto de investigación**

**Karina Alejandra Fegan Espinosa**

**Arquitectura**

Trabajo de titulación presentado como requisito  
para la obtención del título de  
Arquitecto

Quito, 12 de Marzo de 2019

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

**HOJA DE CALIFICACIÓN  
DE TRABAJO DE TITULACIÓN**

**Mercado plaza Iñaquito  
Reinterpretación del “Catu”**

**Karina Alejandra Fegan Espinosa**

Calificación:

Nombre del profesor, Título académico:

Cristina Vargas Guarderas, Arq.

Firma del profesor:

---

Quito, 12 de marzo de 2019

## 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: Karina Alejandra Fegan Espinosa

Código: 00117258

Cédula de Identidad: 1715825038

Lugar y fecha: Quito, 12 de marzo de 2019

## **DEDICATORIA**

Este logro quiero dedicarle especialmente a mi padre por su esfuerzo y sacrificio que me han permitido alcanzar esta meta tan especial y a toda mi familia por ser mi apoyo incondicional siempre y motivarme a seguir adelante durante toda la carrera. En general a todas las personas que aportaron positivamente en esta trayectoria, a mis amigos, novio y tutora por sus enseñanzas.

## RESUMEN

El mercado Ñaquito se encuentra ubicado en el centro norte de la ciudad de Quito, en el sector de la Carolina. Este mercado tradicional acompaña a la ciudad más de 30 años. En los cuales el lugar no ha sido intervenido en cuanto a mantenimiento ni remodelación. Sin embargo, desde la fecha de su apertura la zona en la que se encuentra ubicado el mercado ha tenido un cambio significativo debido a un incremento en la densificación del sector que se ha poblado de edificios en altura, convirtiéndose en el centro financiero y comercial del norte de la ciudad. Por esta razón se genera un flujo peatonal significativo, que no interactúa con el lugar debido a que el mercado no se encuentra en óptimas condiciones para el usuario y por la falta de espacios complementarios al comercio que logren invitar a las personas hacer un uso continuo de este espacio.

Se propone un nuevo mercado, en lugar del existente a través de un ejercicio especulativo académico que responde a la incertidumbre de como luce y funciona un mercado en la actualidad y para el futuro de la ciudad de Quito. Se busca generar un proyecto que se encuentre acorde entre la arquitectura actual y que rescate la idea de intercambio tanto cultural como comercial que surgía en el "Catu" o mercado aborígen, espacio en particular que permitía el encuentro o congregación de los primeros habitantes de Quito. La aproximación arquitectónica toma el elemento de la plaza y su función para incluirla en la nueva propuesta. Utilizando el estudio del contexto para generar un vínculo entre la plaza y el objeto arquitectónico otorgando un espacio recreativo que vincula actividades comerciales, culturales y sociales.

Palabras clave: Plaza, mercado, catu, congregación, intercambio.

## ABSTRACT

The Iñaquito market is located in the northern center of the city of Quito, in the Carolina sector. This traditional market accompanies the city for more than 30 years. In which the place has not been intervened in terms of maintenance or remodeling. However, from the date of its opening the area in which the market is located has had a significant change in terms of an increase in the densification of the sector that has been populated by high-rise buildings, becoming the financial and commercial center from the north of the city. For this reason, a significant pedestrian flow is generated, which does not interact with the place due to the fact that the market is not in optimal conditions for the user and due to the lack of spaces complementary to the trade that they can invite people to make continuous use of This space.

A new market is proposed, instead of the existing one through an academic speculative exercise that responds to the uncertainty of how a market looks and works in the present and for the future of the city of Quito. It seeks to generate a project that is consistent between the current architecture and rescue the idea of both cultural and commercial exchange that arose in the "Catu" or aboriginal market, space in particular that allowed the meeting or congregation of the first inhabitants of Quito. The architectural approach takes the element of the square and its function to include it in the new proposal. Using the study of the context to generate a link between the plaza and the architectural object, providing a recreational space that links commercial, cultural and social activities.

*Key words:* Plaza, market, catu, congregation, Exchange.

## TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN .....	3
ABSTRACT .....	5
TABLA DE CONTENIDO.....	7
ÍNDICE FIGURAS.....	8
INTRODUCCIÓN.....	9
Historia de los mercados.....	9
Análisis actual mercado Iñaquito.....	10
Lugar.....	11
Problemática.....	12
Objetivos.....	13
Estrategia.....	14
Trama – Orden.....	15
INTERPRETACIÓN ARQUITECTÓNICA .....	16
PROGRAMA ARQUITECTÓNICO.....	17
PLAZA CENTRAL/ ESPACIO FLEXIBLE.....	18
ANÁLISIS DE SITIO .....	19
Relación contexto.....	19
Vías principales.....	19
Flujo peatonal.....	19
Equipamiento .....	18
INFORMACIÓN PLANIMÉTRICA.....	20
CONCLUSIONES .....	33
ANEXOS.....	34
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	37

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Historia evolución de los mercados. Elaboración propia.....	9
Figura 2. Ubicación mercados municipales de Quito. Elaboración propia.....	10
Figura 3. Evolución de “Catu” a mercado actual. Elaboración propia.....	12
Figura 4. Trama y orden. Elaboración propia.....	14
Figura 5. Plaza mercado. Elaboración propia.....	15
Figura 6. Sustración. Elaboración propia.....	16
Figura 7. Organigrama. Elaboración propia.....	17
Figura 8. Plaza central / espacio flexible. Elaboración propia.....	17
Figura 9. Figura fondo. Elaboración propia.....	18
Figura 10. Relación contexto. Elaboración propia.....	18
Figura 11. Contexto. Elaboración propia.....	19
Figura 12. Implantación. Elaboración propia.....	20
Figura 13. Planta Baja. Elaboración propia.....	21
Figura 14. Plant alta. Elaboración propia.....	22
Figura 15. Subsuelo. Elaboración propia.....	23
Figura 16. Cortes A-A'. Elaboración propia.....	24
Figura 17. Corte B-B'. Elaboración propia.....	24
Figura 18. Corte Fugado. Elaboración propia.....	25
Figura 19. Corte fugado. Elaboración propia.....	25
Figura 20. Fachada frontal. Elaboración propia.....	26
Figura 21. Fachada Posterior. Elaboración propia.....	26
Figura 22. Axonometría. Elaboración propia.....	27
Figura 23. Vista interna. Elaboración propia.....	28
Figura 24. Vista interna. Elaboración propia.....	28
Figura 25. Vistas interna. Elaboración propia.....	29
Figura 26. Vistas interna. Elaboración propia.....	29



# INTRODUCCIÓN

## Historia mercados de Quito

En Quito, los primeros habitantes originarios de la zona de pichincha eran los Quitus. Quienes se ubicaron estratégicamente en este lugar por su ubicación geográfica la cual representaba una ventaja para el ingreso de productos provenientes de la costa y el oriente. Esta civilización que se estableció en el periodo formativo, aproximadamente en el año 500 d.C. logro que esta ciudad se convierta en el centro de relaciones por medio del intercambio de productos con los asentamientos cercanos y las distintas regiones con las cuales tenían diferencias culturales, demográficas, políticas y lingüísticas. Dando inicio al intercambio en el centro de la ciudad que sería la base principal para el desarrollo de esta población y las que vendrían posteriormente en la historia. El intercambio se mantuvo en los distintos periodos de tiempo, donde poco a poco era más complejo.

A principios del siglo XV, los incas eran los habitantes que ocupaban el centro de la ciudad, donde el intercambio se convertiría en comercio, el cual se encontraba en la zona del "Catu" o "mercado aborigen". Este era el centro de relaciones sociales para adquirir los diversos productos frescos provenientes de distintos lugares. A finales del siglo XVI, cuando el comercio no solo había logrado un incremento de la población sino también una clara integración que logro que el catu se establezca en un punto fijo de la ciudad, la colonización dejo a este lugar sepultado por la inauguración de la primera plaza mercado

que existió en el centro de Quito. La plaza Grande, donde la influencia colonial y las tradiciones de intercambio del pasado lograron que este vuelva a ser el punto de intercambio y congregación. A partir de este punto en la historia nacen los mercados centrales públicos, como la primera estructura fija destinada para la compra y venta de productos.

#### HISTORIA MERCADOS DE QUITO

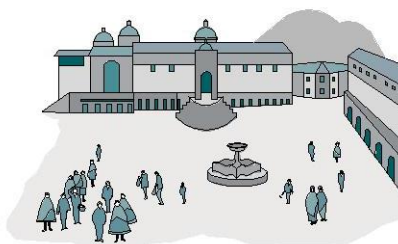
##### CATU / MERCADO INDIGENA



SIGLO XV

Los antiguos habitantes de Quito desarrollaron el primer mercado aborigen o 'CATU'. Lugar donde la comunidad realizaba el intercambio (trueque).

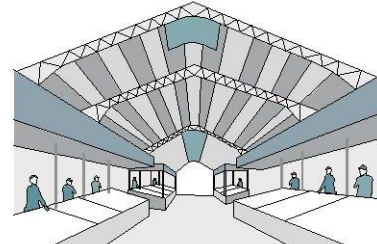
##### PLAZA MERCADO



1534

La plaza mayor, llamada plaza de la independencia y conocida como plaza grande, fue la primera plaza mercado de Quito.

##### PRIMER MERCADO



1904

El mercado-plaza San Francisco se desplazó a la plaza Santa Clara, donde posteriormente nace la primera infraestructura tipo galpón.

Figura 1

## Análisis actual mercado Iñaquito

Analizando previamente la historia para comprender como nacen los mercados en Quito, nos enfocamos unos años más tarde, cuando en 1985, abre las puertas al público el mercado más importante de la ciudad de Quito, por ser uno de los sitios más tradicionales del centro - norte, y ser el mercado más grande de la ciudad con más de 400 puestos para comerciantes. El mercado La Carolina, también conocido como "Iñaquito", lo cual significa "Quito chiquito" en quechua la lengua nativa de los Quitus. Este sobrenombre también tiene el sector en el que se encuentra ubicado el mercado, el cual trata de recordar a el primer asentamiento originario de nuestra ciudad y plasmar ese ambiente de intercambio cultural e interacción. El mercado inicio su construcción en el año 1977 por el arquitecto Mario Solís. La construcción abarca una manzana rectangular completa, que contiene un área de 18000m<sup>2</sup>.

Su ingreso principal se encuentra ubicado en la Av. Iñaquito. El proyecto se basa en una planta libre, donde los únicos espacios definidos por muros portantes de ladrillo, son los locales que tienen su propio ingreso y fachada dirigida hacia el exterior. Los cuales rodean el centro del mercado. La construcción cuenta con una sola planta de altura promedio sin ninguna variación. La planta libre desemboca en un galpón amplio de estructura metálica que fue posteriormente añadido, tomando en cuenta que este ha sido el único cambio que ha tenido el mercado en sus 33 años. El resto de la estructura se compone de concreto y el interior cuenta con una sucesión de tragaluces que permiten una iluminación cenital. Debido a que en el interior el mercado solo dispone de columnas, la organización espacial y la circulación está establecida por los puestos de venta que se disponen en el interior sin un orden específico ni un espacio que limite su expansión descontrolada. Es uno de los pocos mercados del centro de ciudad que cuenta con parqueadero lo cual eleva el flujo de visitantes a 1000 personas al día. Este mercado es el imán de la ciudad, es el centro de confluencia de una diversidad de personas que tienen interés en comprar o vender productos y mercancías.

## Lugar



Figura 2

## **Problemática**

El mercado Iñaquito fue construido inicialmente con la idea de reducir el número de vendedores ambulantes que se encontraban dispersos en el sector. Fue implantado en la ciudad cuando Quito se encontraba en el paso de ser una pequeña ciudad a una gran metrópolis, ya que esta construcción en su momento aportó a la historia en la que se destacan momentos y nombres de edificaciones por su contribución al desarrollo de la ciudad. En este caso un mercado siempre parte de la idea de generar un espacio destinado a la sociedad que abre nuevos caminos para entablar relaciones comerciales e intrapersonales, logrando una integración en la ciudad. Sin embargo, desde la fecha de su apertura la zona en la que se encuentra ubicado el mercado ha tenido un cambio significativo en cuanto a un incremento en la densificación del sector que se ha poblado de edificios en altura, convirtiéndose en el centro financiero y comercial del norte de la ciudad. Por esta razón se genera un flujo peatonal significativo, que no interactúa con el lugar debido a la falta de espacios complementarios al comercio que logren invitar a las personas hacer un uso continuo de áreas exteriores de interacción.

Los visitantes del mercado Iñaquito son en su mayoría personas que provienen de barrios aledaños en busca de productos frescos para abastecer sus comercios y en su mayoría personas que únicamente buscan adquirir productos para su consumo diario. Las personas que trabajan o se movilizan en el sector no son los principales visitantes del mercado, ya que existe escaso equipamiento que atraiga su presencia y escasas áreas públicas dispuestas para la interacción. Los consumidores ingresan al mercado con un objetivo fijo, que es simplemente comprar lo que necesitan, son escasas las personas que se quedan a interactuar en las instalaciones. Sin embargo, para todos los Quiteños además de aportar a la producción, el

mercado Iñaquito ha formado parte de la historia e identidad de la población.

Para el desarrollo que ha tenido la ciudad de Quito, sobre todo en el centro- norte donde se encuentra ubicado el mercado Iñaquito, en el aspecto arquitectónico de la ciudad, la mayoría de construcciones contemporáneas han dejado atrás los arquetipos tradicionales y se ha implementado la ejecución de obras a gran escala. La ciudad estuvo y continúa en su periodo de expansión bajo el esquema de la modernización. Donde la arquitectura tiene rasgos claros de funcionalismo y se busca la integración de la comunidad. A pesar de que el mercado Iñaquito impulsó el desarrollo de la zona norte de la ciudad debido al movimiento que genera en el lugar y a la cantidad de comerciantes y usuarios que alberga. La construcción se ha quedado en el pasado, son más de 30 años desde su inauguración, pero su infraestructura se ha mantenido intacta, a pesar de que el mercado ha tenido un notable incremento de puestos de venta su infraestructura permanece igual y simplemente ha variado su organización, lo que ha logrado que la funcionalidad dentro del mismo no sea la adecuada. Actualmente el mercado no cumple con las medidas estándares en ninguna de sus áreas, atribuyendo a la desorganización. Los servicios no cumplen con las condiciones espaciales necesarias para apoyar el comercio. El lugar carece de espacios complementarios al comercio que puedan promover la interacción y el desarrollo de actividades que inviten al usuario. El mercado Iñaquito no satisface las necesidades de infraestructura para los comerciantes y tampoco es adecuado para la demanda de sus habitantes.

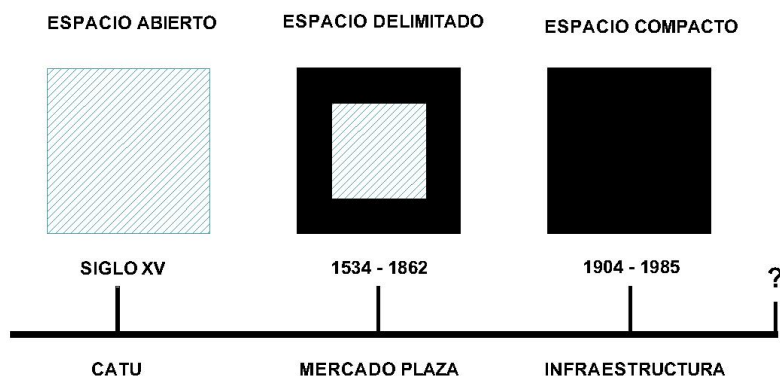
## **Objetivos**

Se propone, un proyecto que planea implantar un nuevo mercado en lugar del existente, tomando como herramienta el nombre "Iñaquito", para retomar las antiguas tradiciones y lograr que este lugar se convierta en un sitio de encuentro y congregación como lo era en el pasado. El nuevo mercado se enfoca en generar un nuevo funcionamiento y distribución espacial, tomando en cuenta las necesidades de las personas que actualmente trabajan en este lugar. Se

trata de activar este sitio, invitando a las personas a ingresar a un lugar que representa calidad y bienestar. La propuesta hace énfasis en espacios públicos que sirven para integrar las diferentes secciones que alberga un mercado, teniendo como objetivo principal la interacción social para quienes lo visitan. Para generar estos espacios de congregación también se toma en cuenta sucesos relevantes en la historia, como fue el primer mercado plaza que existió en Quito. Se trata de recuperar la historia y contribuir a la ciudad con una plaza vinculada al mercado que sea destinada como un lugar público donde las personas puedan realizar diferentes actividades y potenciar la interacción. En el interior se necesita disponer la distribución espacial y un diseño específico para los puestos de venta, solucionando los problemas de desorganización y conflictos entre los comerciantes por tener más espacio para exhibir sus productos, siendo únicamente un obstáculo en la circulación. Se trata de romper con la idea tradicional de los mercados que se basan en una infraestructura tipo “lonjas”, que es una resolución proveniente de Europa, la cual asume que los mercados deben lucir como grandes galpones donde los comerciantes simplemente tienen protección sobre las condiciones climáticas y su labor es únicamente disponerse en el lugar sin seguir ningún orden y teniendo como concepto la imagen de que un mercado debe ser desordenado y compacto.

## Estrategia

### EVOLUCIÓN DE CATU A MERCADO ACTUAL



Empezó en un espacio abierto que funcionaba como punto de encuentro para el intercambio. Con la llegada de la colonización el mercado abierto pasó a funcionar en el centro de la plaza, espacio delimitado. Como resultado los mercados se convirtieron en espacios compactos como galpones.

*Figura 3*

A partir del mercado Santa Clara, que precisamente es un galpón de estructura metálica, construida por los arquitectos Francisco Schimidit y Walberto Pérez, se optó tomar este primer modelo de mercado establecido en la ciudad como ejemplo e incluso se puede apreciar en el mercado Iñaquito que también mantiene estas características. Para generar un mercado que rompa con este estereotipo, se plantea definir el programa que otorga un espacio funcional donde las áreas de venta y compra de productos también se relacionan con espacios que convoquen diferentes actividades. De esta forma se trata de seccionar la edificación logrando una mayor interacción y al mismo tiempo delimitando una organización. Como estrategia se planea utilizar una trama que permita designar la ubicación específica para cada área y lograr un diseño para el ingreso del peatón quien será invitado al proyecto desde la plaza pública que se encontrara en el exterior. El diseño de áreas verdes también será primordial en este proyecto, ya que como mencione el mercado se encuentra rodeado de edificios en altura que carecen de áreas públicas y lugares verdes para fomentar actividades e interrelación entre las personas.

## Trama - Orden

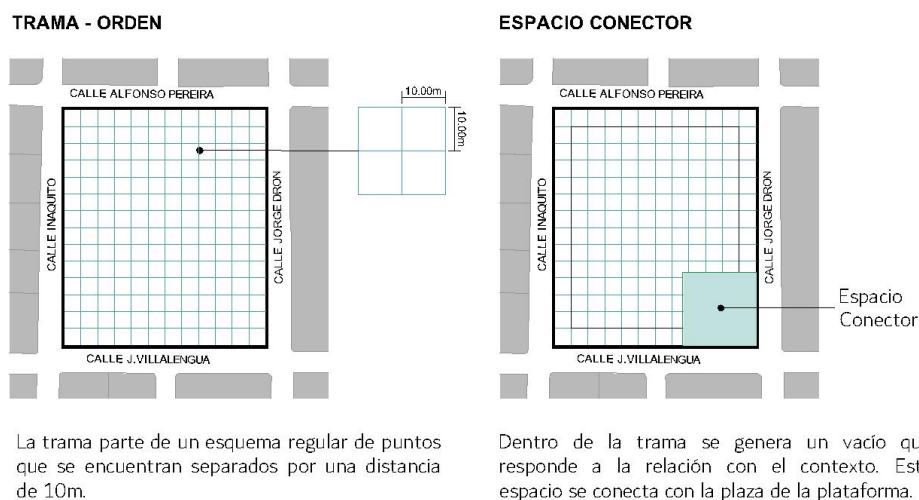


Figura 4

## INTERPRETACIÓN ARQUITECTÓNICA

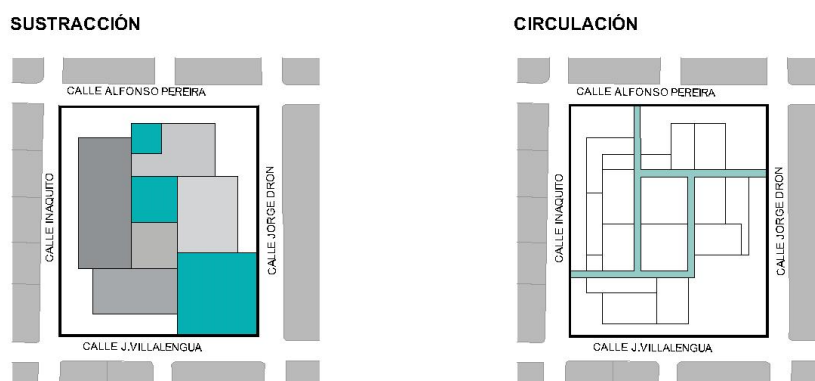


El siguiente vacío que se incorpora es una plaza central, su función será integrar las diferentes secciones del proyecto formando un todo.

Estos patios cuadrangulares de diverso tamaño y proporción, destinados a un fin establecen el orden y la separación de las distintas funciones.

Figura 5

Para realizar la interpretación arquitectónica se utiliza como estrategia la trama, que es importante en un mercado para establecer la circulación y la organización del mismo. Esta trama nos ayuda a generar los vacíos o plazas que contiene el proyecto. Estos patios cuadrangulares de distinta proporción, destinados a un fin establecen el orden y separación de las distintas funciones ayudando a ventilar e iluminar las estancias.



El proyecto se divide en distintas secciones de acuerdo a las diferentes funciones que requiere el programa.

La circulación trata de vincularse directamente con los vacíos o plazas, permitiendo que el proyecto se vuelva permeable.

Figura 6



## PROGRAMA ARQUITECTÓNICO

### ORGANIGRAMA

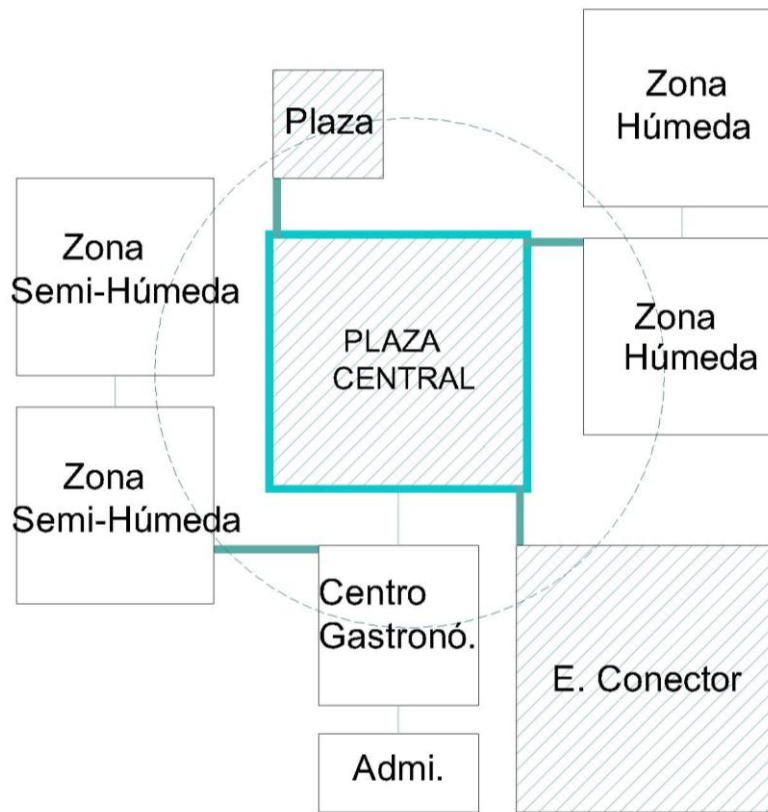


Figura 7

El programa arquitectónico empieza a tomar forma, se divide en diferentes zonas según la clasificación a la que pertenezca cada producto tomando en cuenta también las diferentes condiciones que estos necesitan para sobrevivir. El programa se desarrolla alrededor de la plaza central, espacio que también alberga un programa flexible y que se encarga de unificar todo el proyecto logrando que todos los espacios se relacionen. Las diferentes zonas forman una composición agrupada en torno a un elemento jerárquico central. Esta agrupación permite que existan varios accesos a las diferentes zonas para facilitar al usuario.

## PLAZA CENTRAL / ESPACIO FLEXIBLE

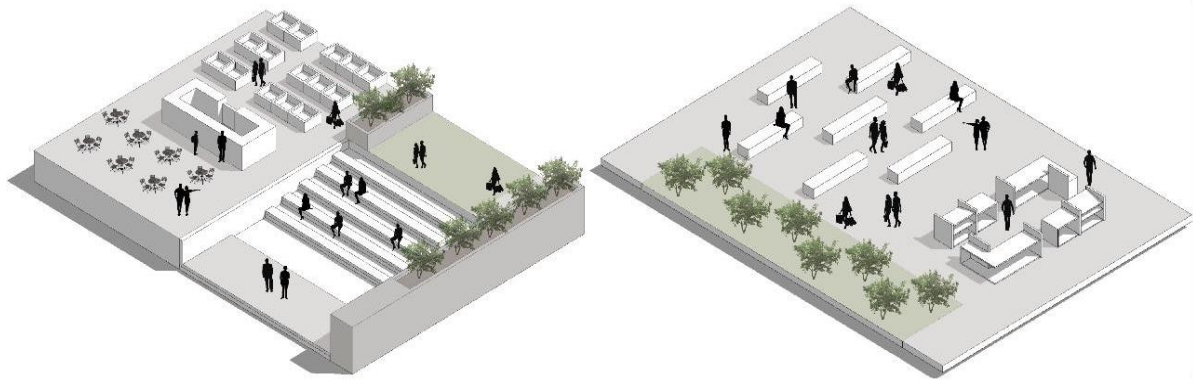


Figura 8

- Espacios para comer, relacionados con el centro gastronómico.
- Espectáculos públicos para promover el intercambio social.
- Promover el arte y eventos culturales.
- Espacio urbano para el intercambio y venta de productos. (Ferias temporales).
- Vincular la producción a los circuitos locales.
- Lugares para sentarse y espacios de recreación.

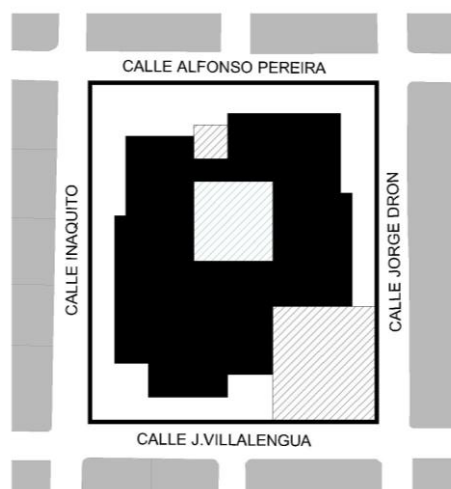


Figura 9

## ANÁLISIS DEL SITIO

El mercado Ñaquito el cual se encuentra ubicado en el centro norte de la ciudad de Quito, en el sector de la Carolina. Ocupando una manzana completa que tiene dos puntos de ingreso en la calle Ñaquito y José villa lengua. Este mercado tradicional acompaña a la ciudad más de 30 años.

### RELACIÓN CONTEXTO



Figura 10

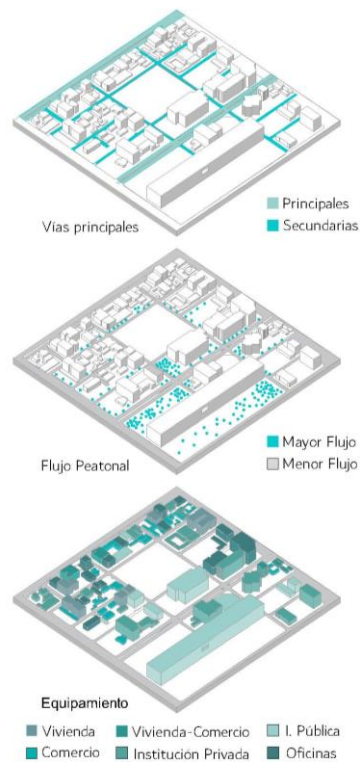


Figura 11

## INFORMACION PLANIMETRICA

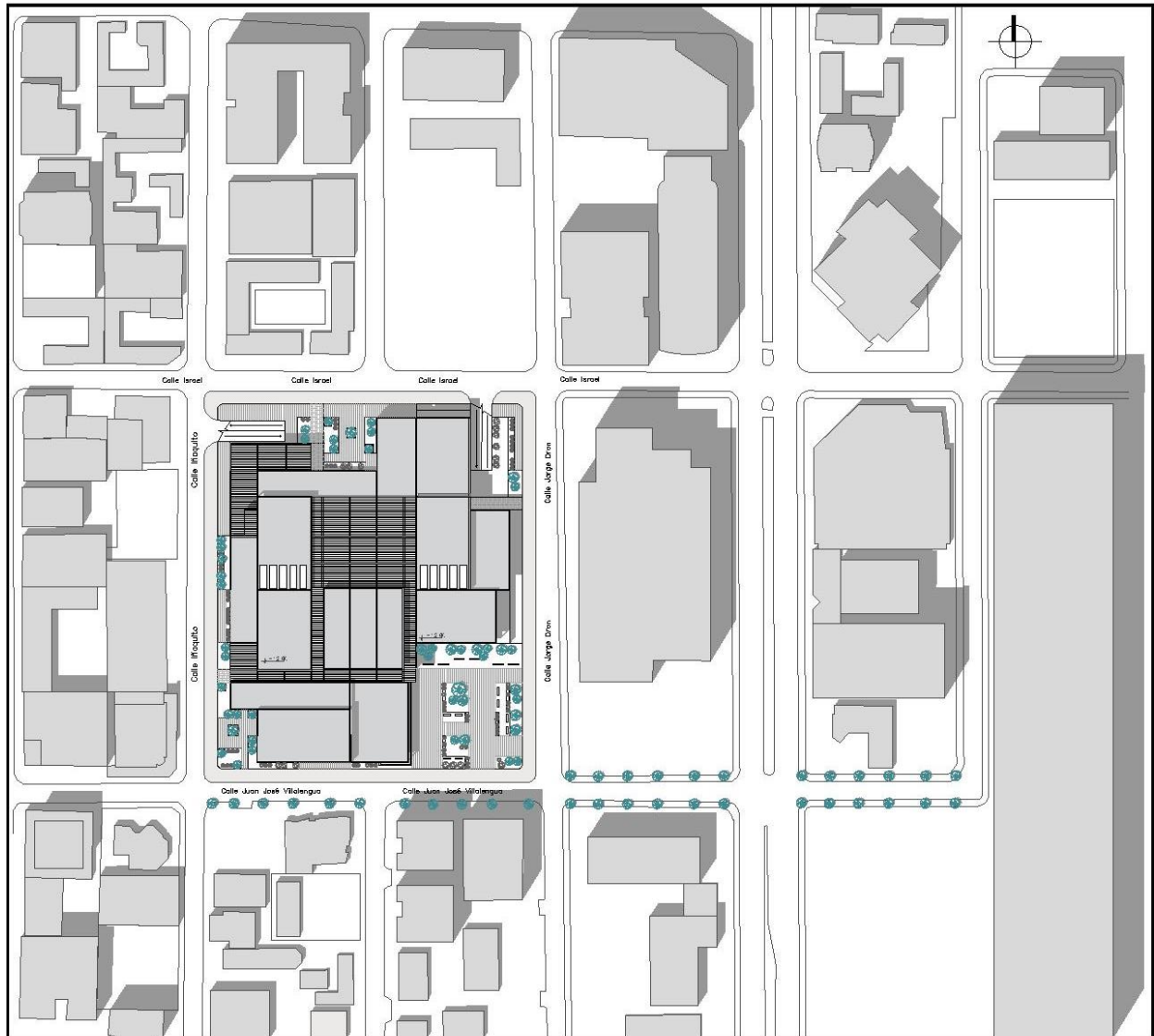


Figura 12: Implantación. Elaboración Propia.

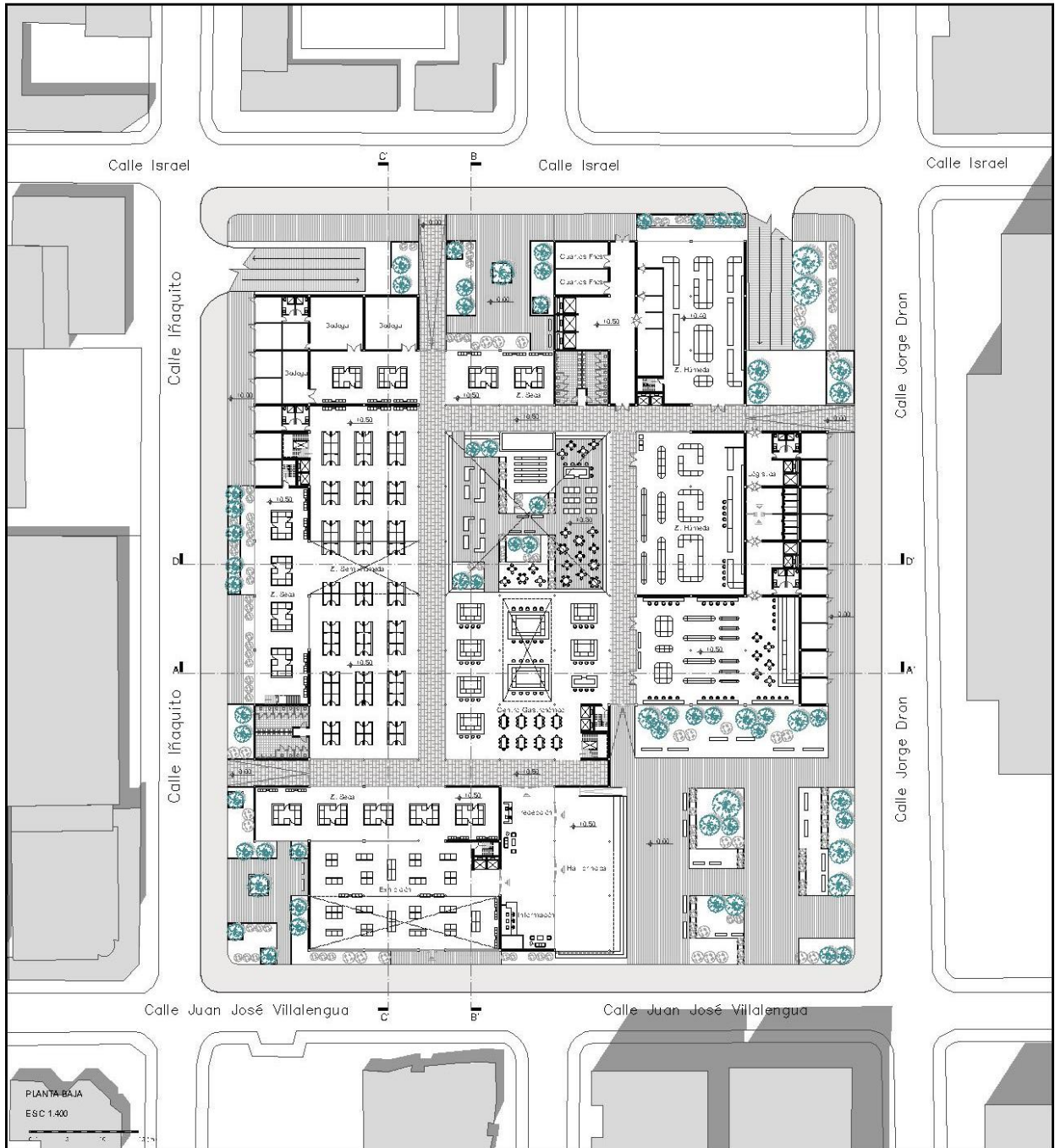


Figura 13: Planta baja. Elaboración Propia.

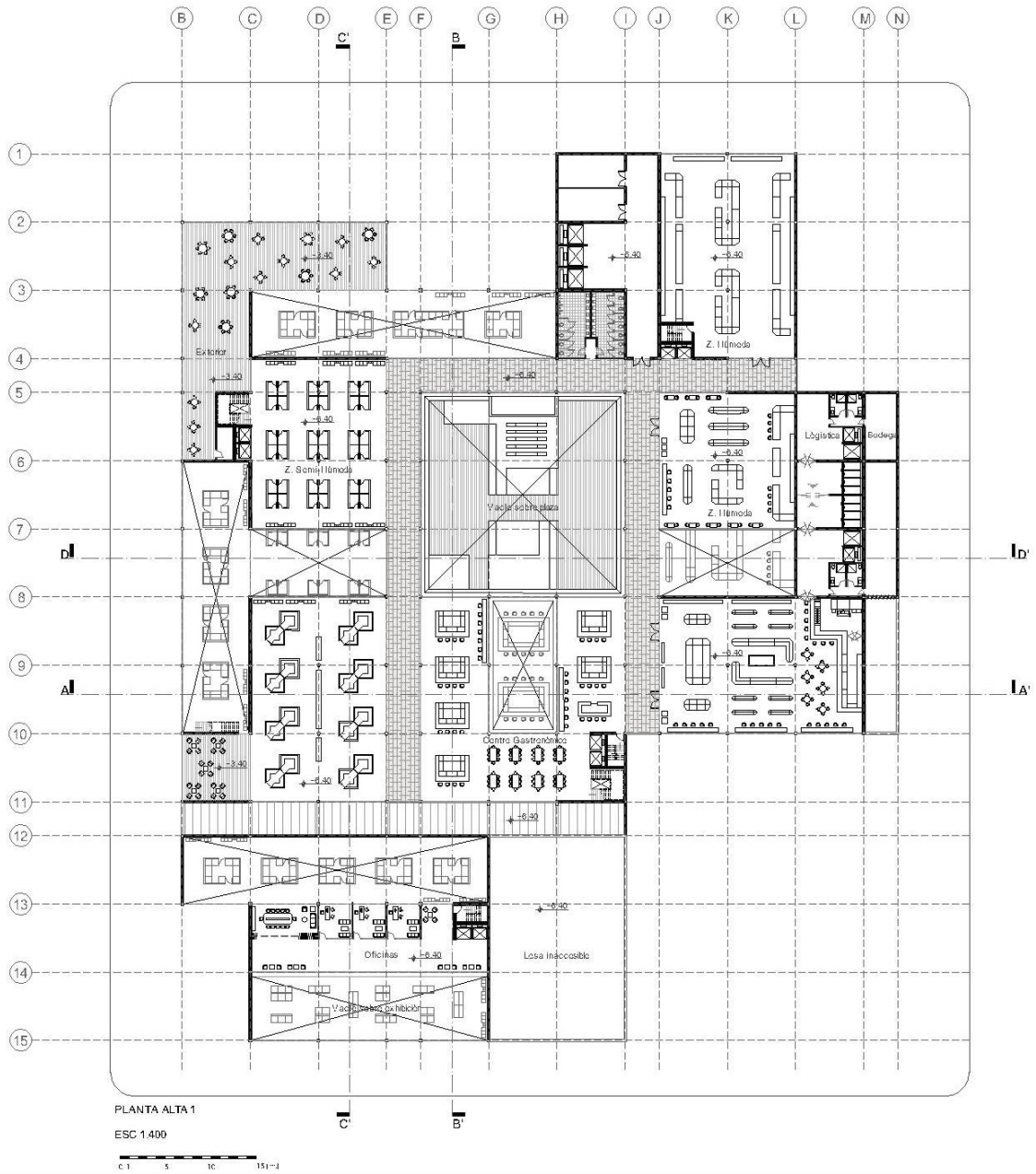


Figura 14: Segunda Planta. Elaboración Propia.

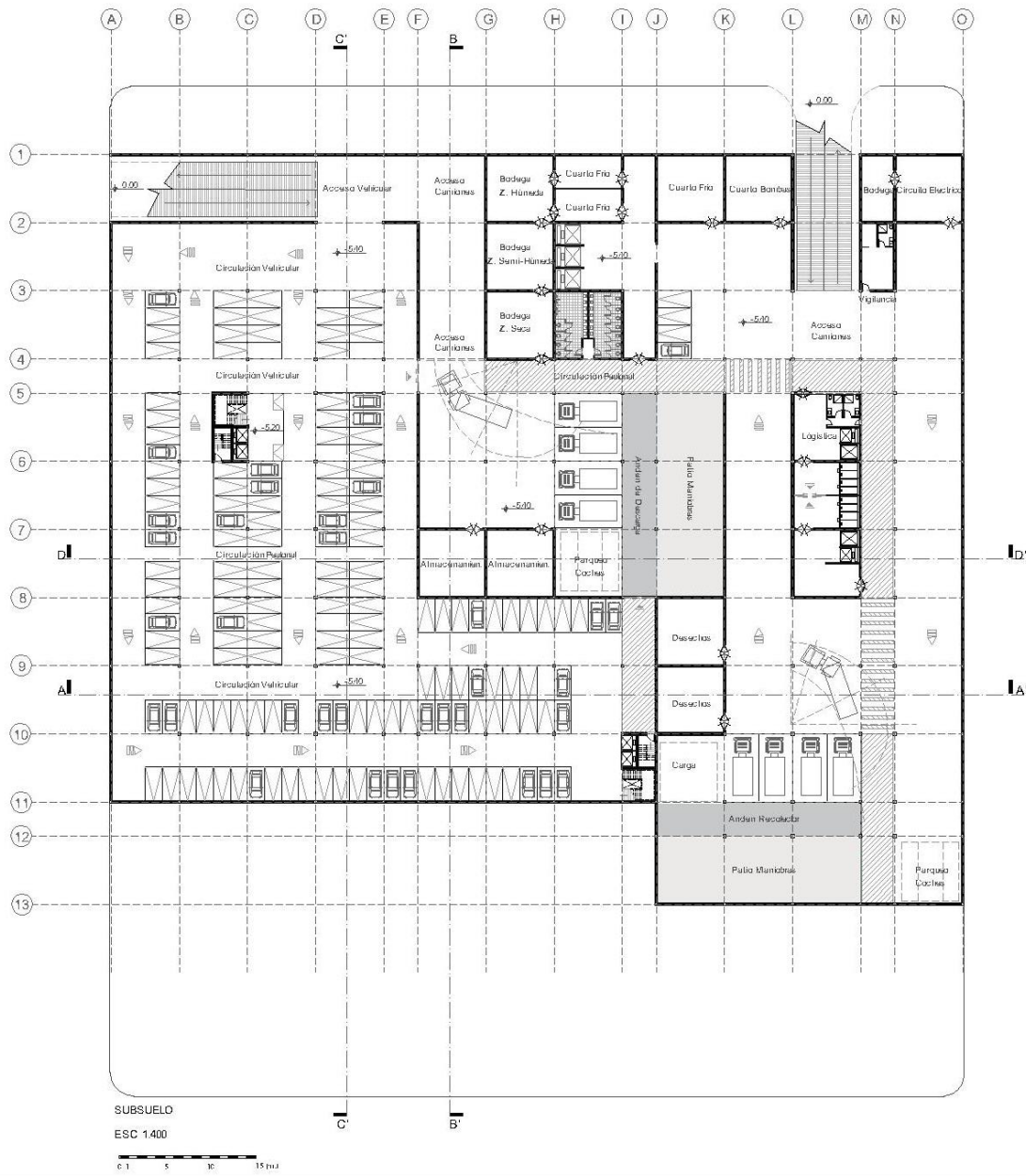


Figura 15: Subsuelo. Elaboración Propia.

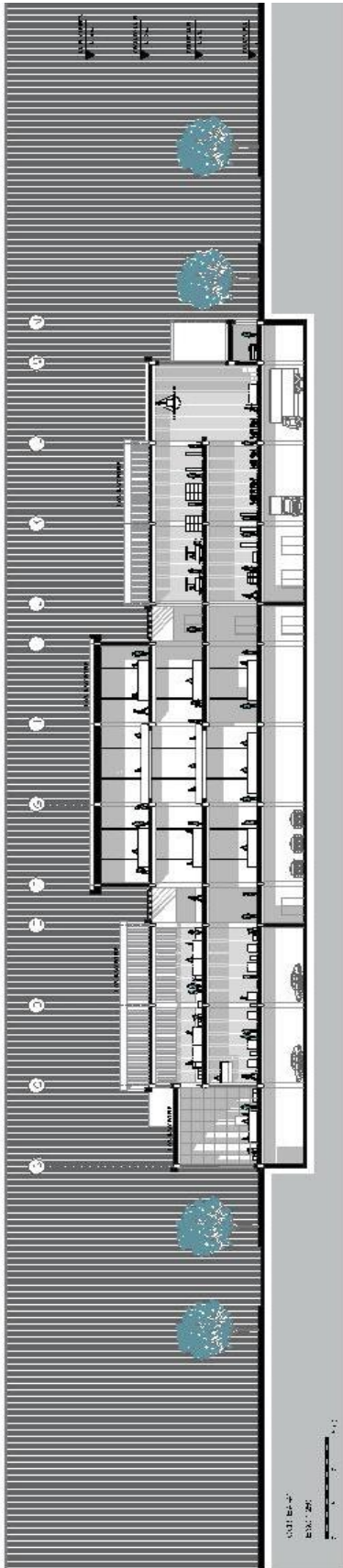


Figura 16: Corte A-A'. Elaboración Propia.

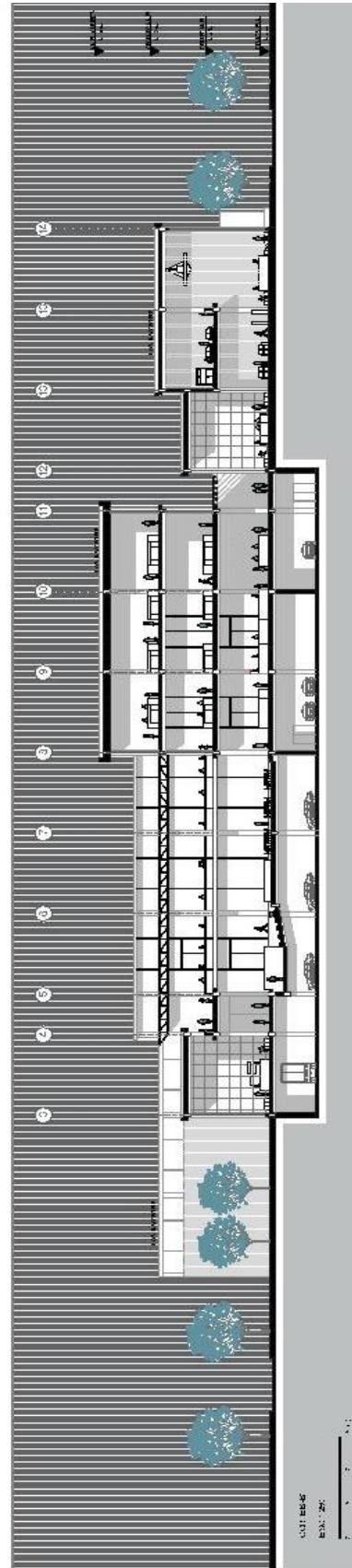


Figura 17: Corte B-B'. Elaboración Propia.



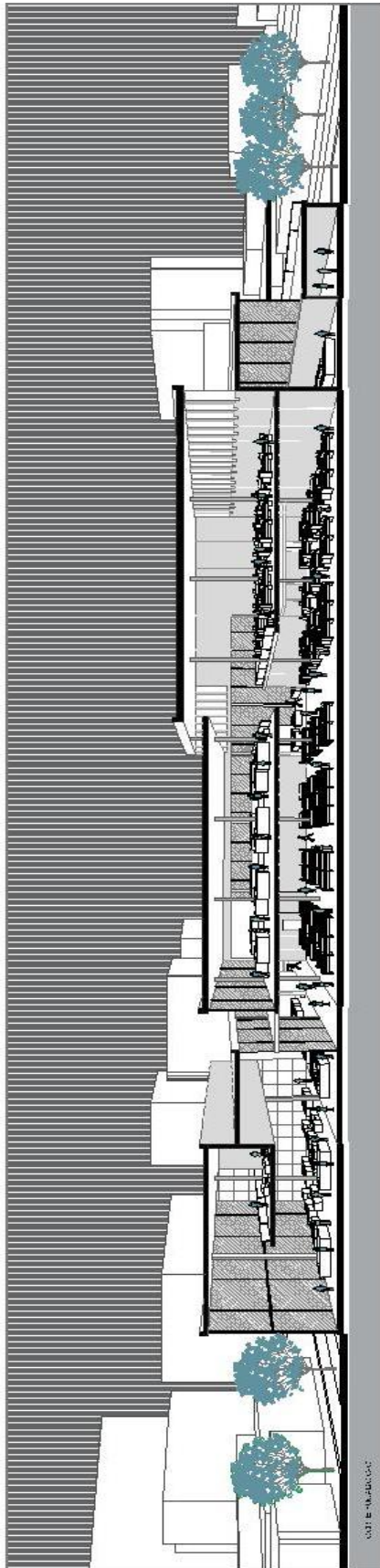


Figura 18: Corte Fugado. Elaboración Propia.

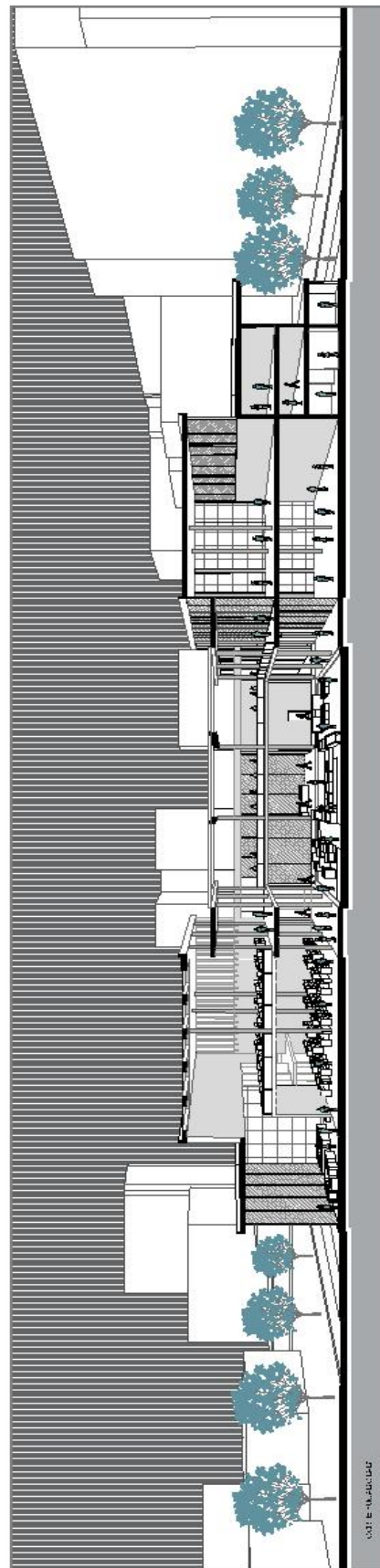


Figura 19: Corte Fugado. Elaboración Propia.

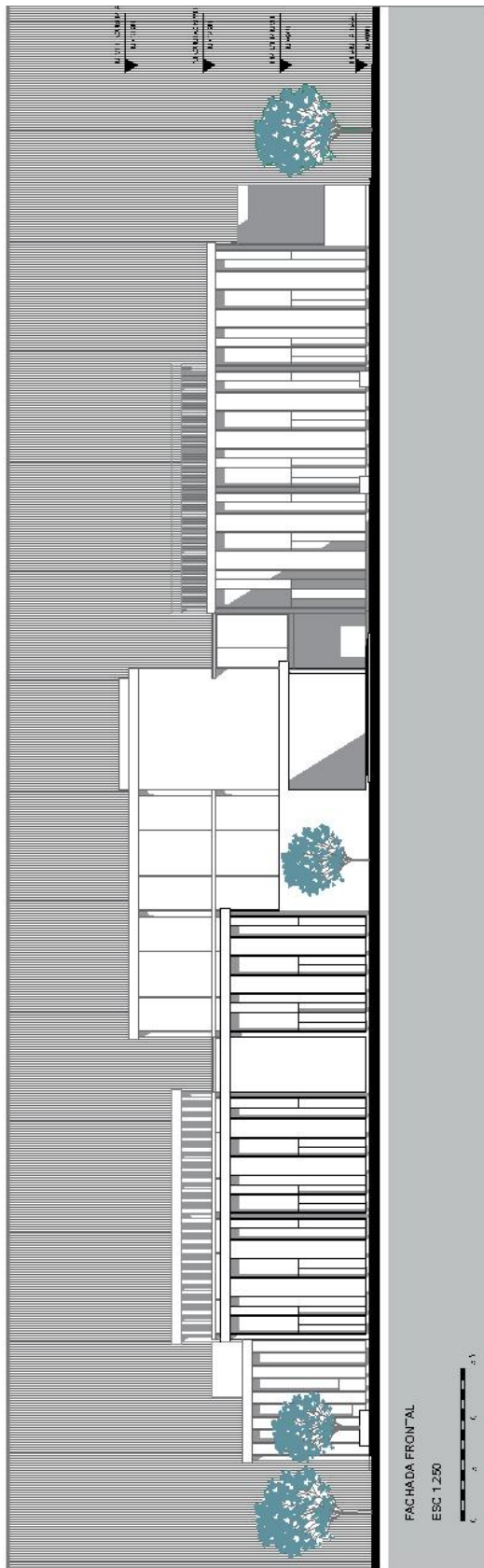


Figura 20: Fachada frontal. Elaboración Propia.

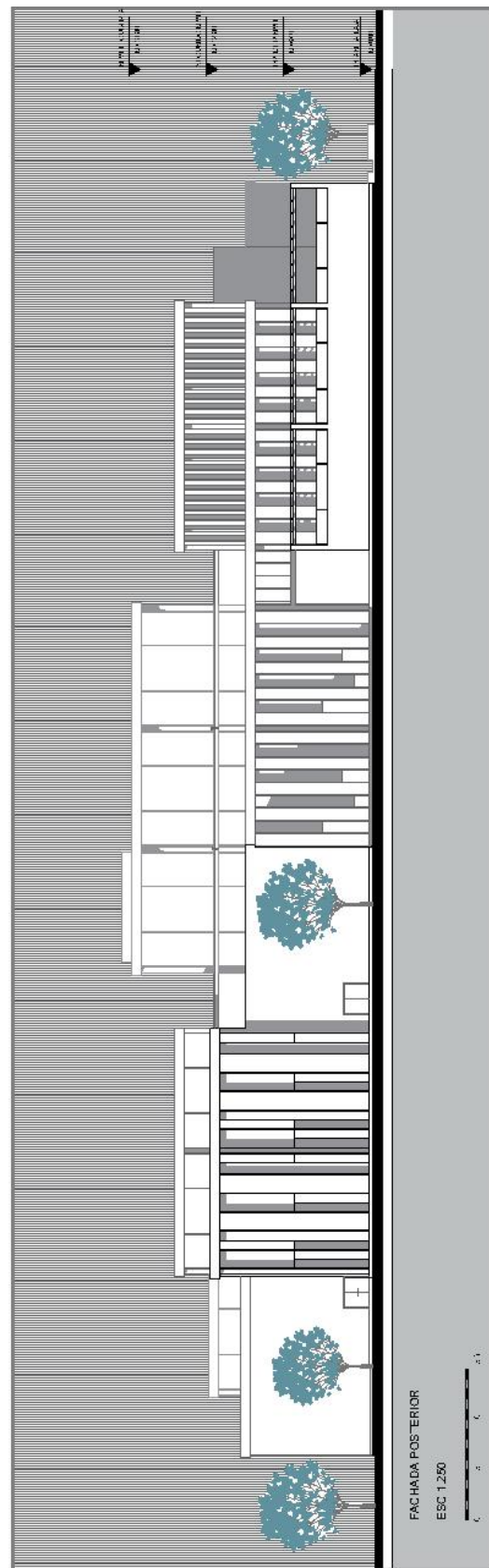


Figura 21: Fachada Posterior. Elaboración Propia.

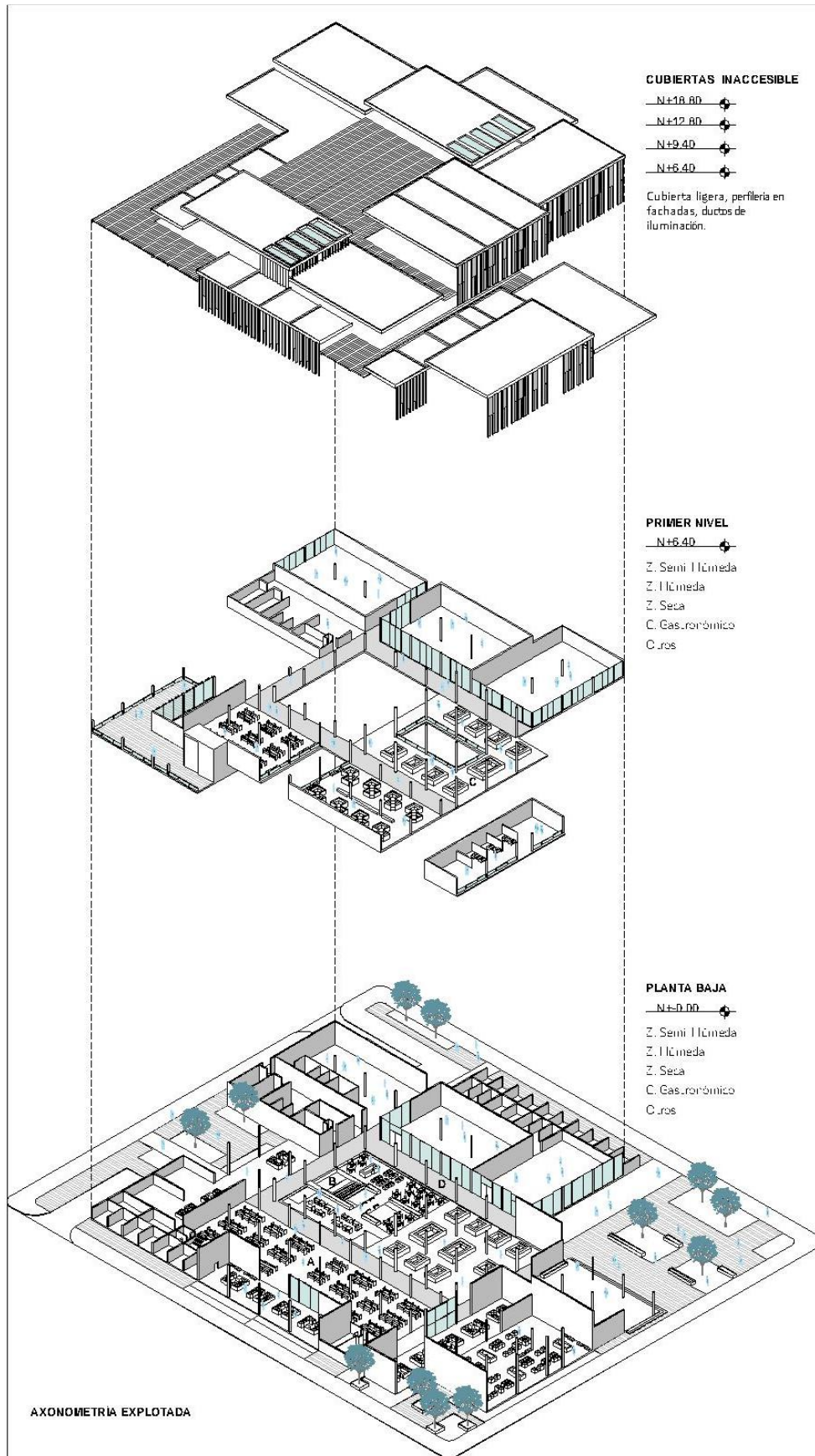


Figura 22: Axonometría explotada. Elaboración Propia.

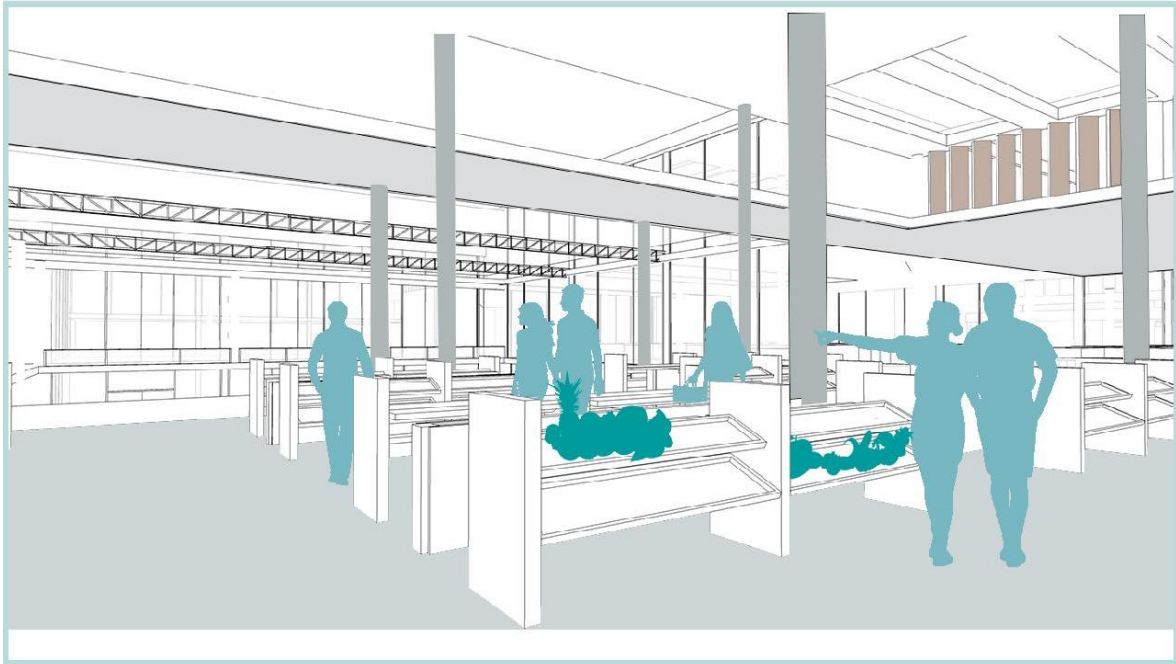


Figura 23: Vista interna mercado. Elaboración Propia.



Figura 24: Vista interna mercado. Elaboración Propia.

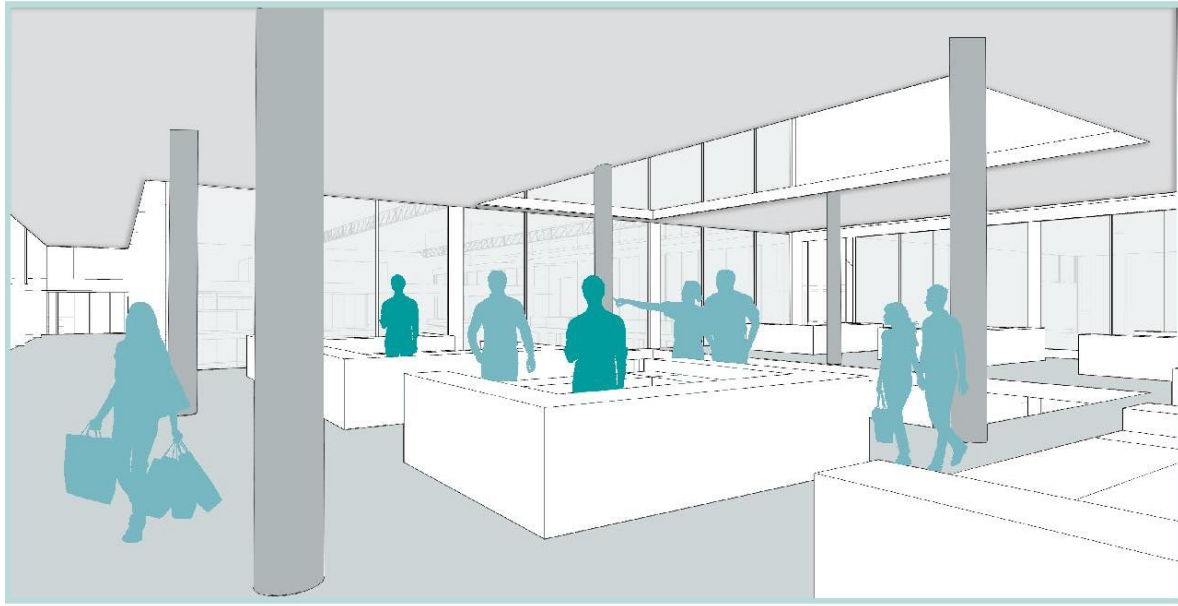


Figura 25: Vista interna mercado. Elaboración Propia.



Figura 26: Vista interna mercado. Elaboración Propia.



*Figura 27: Vista exterior. Elaboración Propia.*



*Figura 28: Vista Exterior. Elaboración Propia.*

## DETALLE CONSTRUCTIVO CORTE POR FACHADA

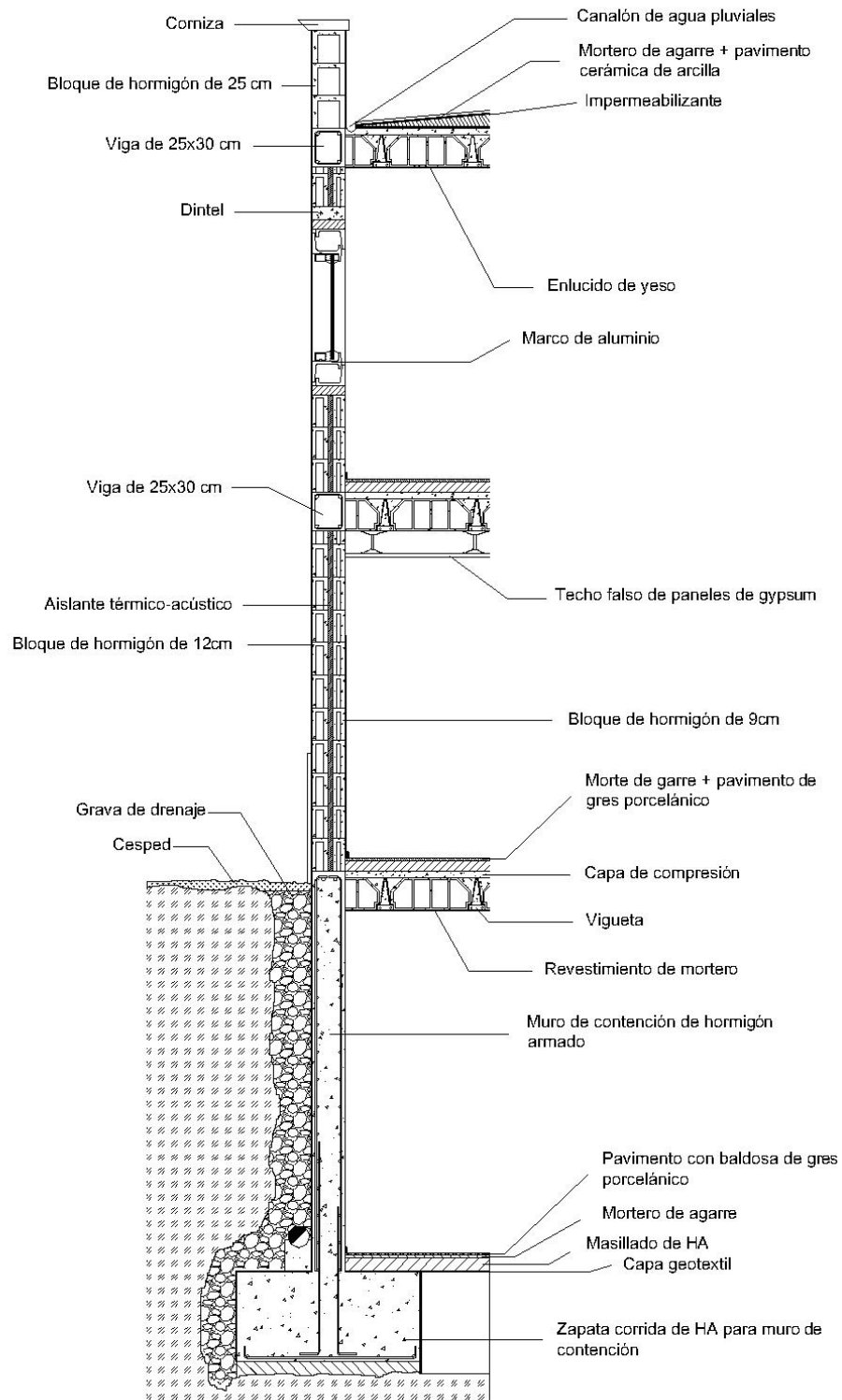


Figura 29: Corte por fachada. Elaboración Propia.

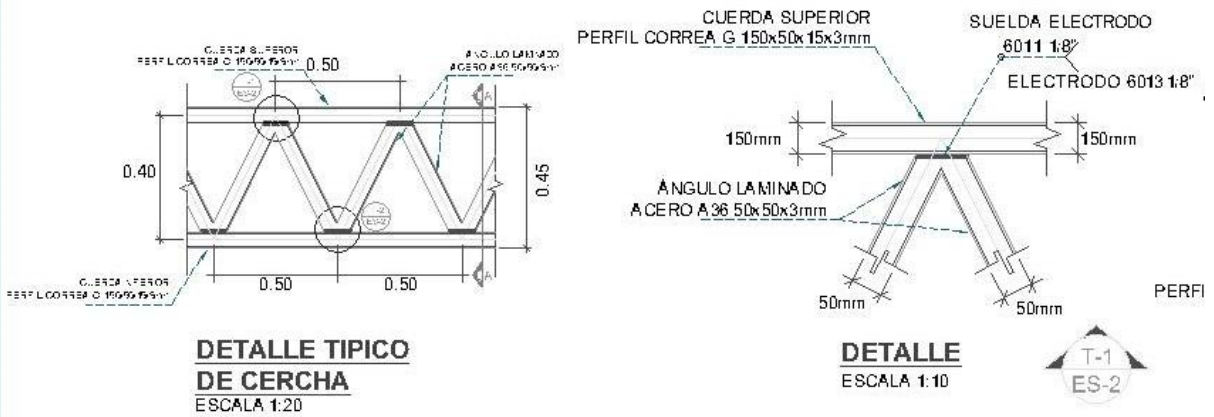


Figura 30: Detalle constructivo cercha. Elaboración Propia.

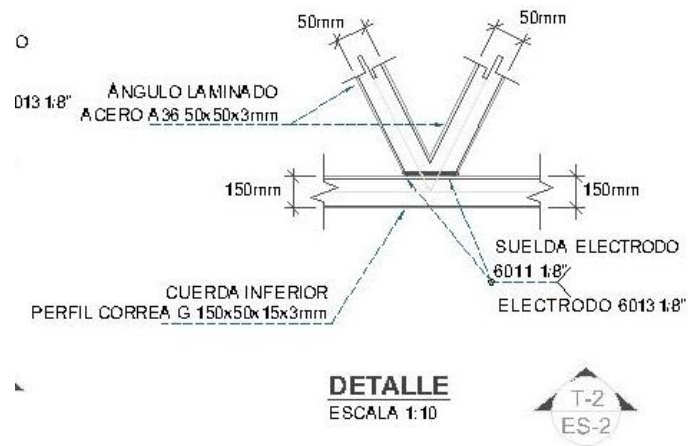


Figura 31: Detalle constructivo cercha. Elaboración Propia.

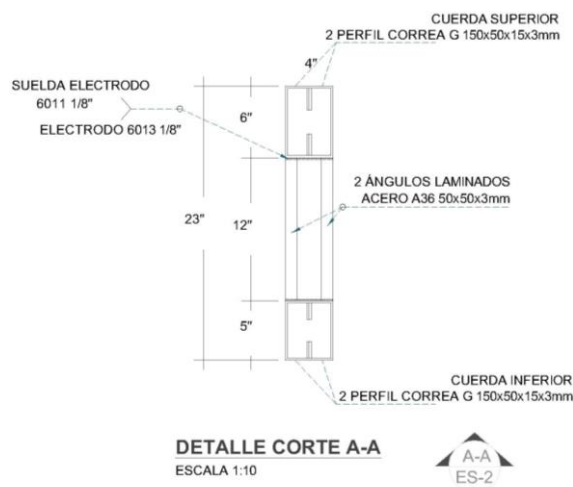


Figura 32: Detalle corte A-A. Elaboración Propia.



## CONCLUSIONES

Se propone un nuevo mercado en lugar del existente, a través de un ejercicio especulativo académico que responde a la incertidumbre de como luce y funciona un mercado en la actualidad y para el futuro en la ciudad de Quito. Se busca generar un proyecto que se encuentre acorde entre la arquitectura actual y que rescate la idea de intercambio tanto cultural como comercial que surgía en la plaza mercado, lugar que permitía el encuentro o congregación. La aproximación arquitectónica toma el elemento de la plaza y su función en el pasado, para incluirla en la nueva propuesta. Utilizando el estudio del contexto para generar un vínculo entre la plaza y el objeto arquitectónico. El previo análisis de la evolución de los mercados, rescata la idea de plaza mercado, para establecer un espacio recreativo que vincula actividades comerciales, culturales y sociales. Partiendo de un elemento clave en la historia.

## ANEXOS



Figura 33: Zonificación en planta baja. Elaboración propia.



Figura 34: Zonificación en planta alta 1. Elaboración Propia.

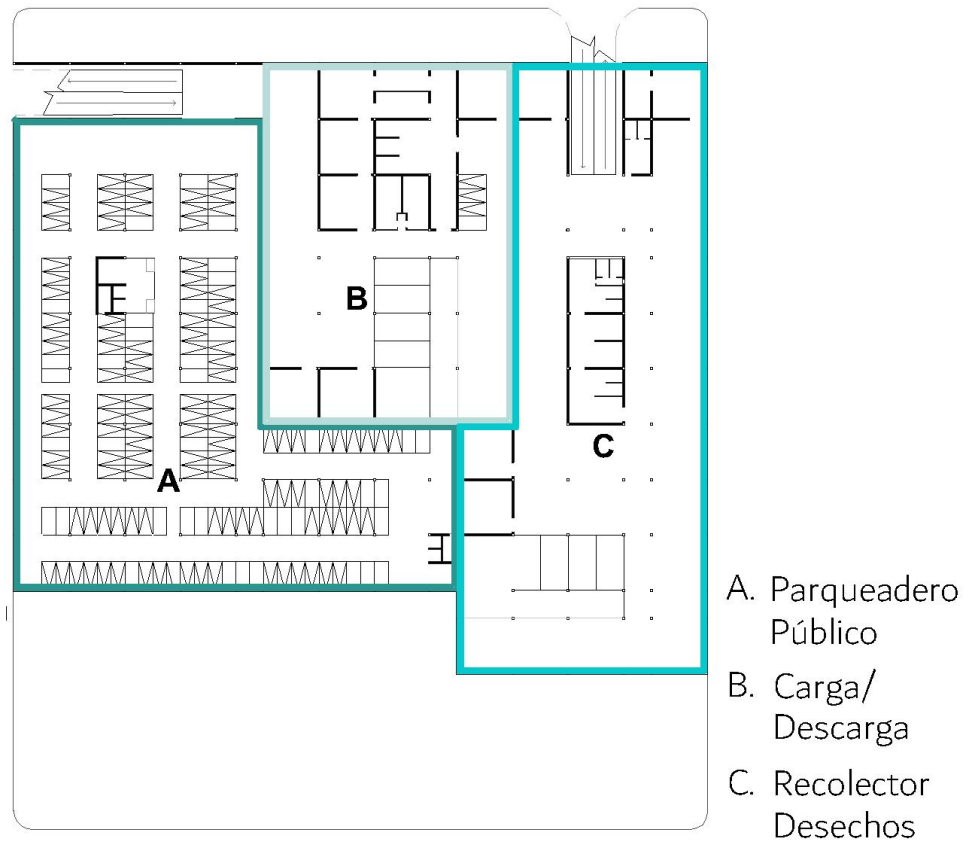


Figura 35: Zonificación Subsuelo. Elaboración Propia.

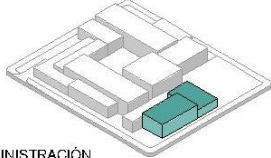
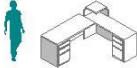
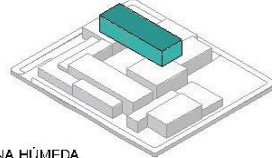
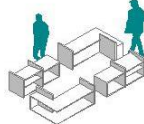
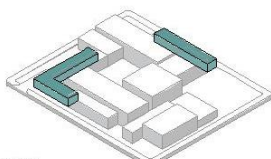
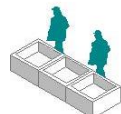
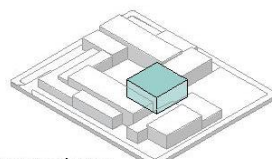
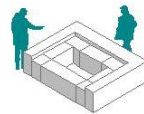
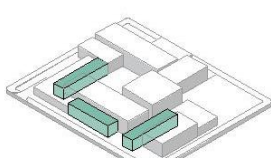

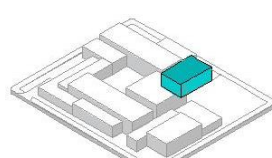
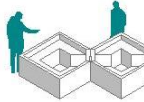
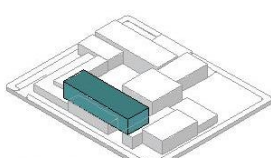

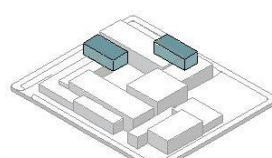

ZONIFICACIÓN	MOBILIARIO	ZONIFICACIÓN	MOBILIARIO
<p>1</p>  <p>■ ADMINISTRACIÓN</p>		<p>5</p>  <p>■ ZONA HÚMEDA</p>	
<p>2</p>  <p>■ LOCALES</p>	 <p>≈ 7 Locales</p>	<p>6</p>  <p>■ C. GASTRONÓMICO</p>	
<p>3</p>  <p>■ ZONA SECA</p>	 <p>30 Puestos</p>	<p>7</p>  <p>■ CAFETERÍA</p>	
<p>4</p>  <p>■ Z. SEMI-HÚMEDA</p>	 <p>≈ 40 Puestos</p>	<p>8</p>  <p>■ LOGÍSTICA</p>	

Figura 36: Zonificación. Elaboración Propia.

**PROGRAMA GENERAL**

**1. ADMINISTRACIÓN**

Recepción  
Información  
Oficinas  
Servicios

**2. LOCALES**

Ferretería  
Cerrajería  
Pinturas  
Jarcería  
Medicina N.

**4. Z. SEMI-HÚMEDA**

Hortalizas  
Legumbres  
Frutas  
Tuberculos  
Hierbas Frescas

**3. ZONA SECA**

Espicias  
Hierbas A  
Herbolaria  
Granos  
Semillas

**5. ZONA HÚMEDA**

Carnes Rojas  
Mariscos  
Pescados  
Pollos-huevos  
Lacteos

**6. C. GASTRONÓMICO**

Abarrotes  
Fondas  
Barra

**7. LOGÍSTICA**

Abarrotes  
Fondas  
Barra

**8. SERVICIOS**

Abarrotes  
Fondas  
Barra

**CUADRO DE ÁREAS**

ESPACIO	ÁREA
Hall de ingreso / Administración	618m <sup>2</sup>
Oficinas	100m <sup>2</sup>
Locales	340m <sup>2</sup>
Zona Seca	1270m <sup>2</sup>
Zona Semí - Húmeda	1770m <sup>2</sup>
Zona Húmeda	2038m <sup>2</sup>
Centro Gastronómico	2535m <sup>2</sup>
Plaza mercado	820m <sup>2</sup>
Logística	1710m <sup>2</sup>
Servicios	372m <sup>2</sup>
<b>ÁREA TOTAL</b>	<b>11573m<sup>2</sup></b>

Figura 37: Programa general. Elaboración Propia.

## BIBLIOGRAFÍA

- (2005). Trayectoria del sector inmobiliario en la historia del Ecuador. Desarrollo del sector, una mirada a la época. Sector Inmobiliario. <http://www.ekosnegocios.com/Inmobiliario/Articulos/1.pdf>
- E, Arauz. (2013). 120 años de historia guarda el mercado San Francisco. La Hora. Quito – Ecuador. <https://lahora.com.ec/noticia/1101546471/120-ac3b1os-de-historia-guarda-el-mercado-de-san-francisco->
- J, Paèz. (2011). Mercado Ñaquito, 35 años de tradición. La hora. Quito- Ecuador. <https://lahora.com.ec/noticia/1101156070/mercado-de-iaquito-35-aos-de-tradicin->
- P. Casamajor, L.Moya. (1984) Los Mercados y Ferias de Quito. Ecuador (versión en línea). Obtenido el 5 de noviembre del 2015, extraído de: [http://horizon.documentation.ird.fr/exl-doc/pleins\\_textes/cc-2010/26539.pdf](http://horizon.documentation.ird.fr/exl-doc/pleins_textes/cc-2010/26539.pdf)
- ONUAA. (2004) Planificación y Diseño de Mercados Rurales. (Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y Alimentación). Italia (versión en línea). <http://s3esoft.com.mx/esofthands/include/uploadfiles/4/Archivos/AN00117.pdf>
- MAGAP. (2014) Catalogo de Mercado Mayoristas Terminales, MMQ- EP. Ecuador. (versión en línea) Obtenido el 17 de febrero del 2018: [https://sinagap.aricultura.gob.ec/phocadownloadpap/zonificaciones/catalogos\\_mercados/mercados\\_quito.pdf](https://sinagap.aricultura.gob.ec/phocadownloadpap/zonificaciones/catalogos_mercados/mercados_quito.pdf)
- Entrevista: Alfonso Ortiz, Profesor de (Clase del centro histórico) de la Universidad San Francisco de Quito.
- Visita: Museo Rumipamba, introducción de los Quitus e incas.

