



**UNIVERSIDAD
DEL AZUAY**

FACULTAD DE
**DISEÑO
ARQUITECTURA
Y ARTE**

ESCUELA DE DISEÑO DE INTERIORES

Trabajo de Graduación previo a la obtención del título de
LICENCIADA EN DISEÑO DE INTERIORES

DISEÑO INTERIOR COMO HERRAMIENTA PARA LA PUESTA EN VALOR DE LA IDENTIDAD CULTURAL EN EQUIPAMIENTOS COMERCIALES

Mercado 10 de Agosto de la ciudad de Cuenca

Autoras:

Manuela Cornejo Talbot
Martina Isabel Ortiz Llerena

Directora: Arq. Manuela Cayetana Cordero Salcedo

Cuenca – Ecuador

2022



ESCUELA DE DISEÑO DE INTERIORES

Trabajo de Graduación previo a la obtención del título de
LICENCIADA EN DISEÑO DE INTERIORES

**DISEÑO INTERIOR COMO HERRAMIENTA PARA LA PUESTA EN VALOR DE LA
IDENTIDAD CULTURAL EN EQUIPAMIENTOS COMERCIALES**

Mercado 10 de Agosto de la ciudad de Cuenca

Autoras:

Manuela Cornejo Talbot
Martina Isabel Ortiz Llerena

Directora: Arq. Manuela Cayetana Cordero Salcedo

Cuenca – Ecuador

2022

DEDICATORIA

Este proyecto está dedicado a todos quienes han formado parte de este largo camino, en especial a mi familia, a mis padres Fausto y Alexandra por su apoyo incondicional, por ser mi ejemplo a seguir y por incentivarne diariamente, a mis hermanos Fausto e Isabela por ser grandes amigos y apoyarme con todas mis ideas, a mis abuelos a quienes admiro y quienes han sido un pilar fundamental en mi vida.

A todos mis profesores, familiares y amigos que han estado presentes durante toda esta importante trayectoria y finalmente a mi amiga y compañera de tesis Martina, por haber compartido esta experiencia conmigo, por motivarme, acompañarme y enseñarme tanto en todo este tiempo.

Manuela.

Quiero dedicar este proyecto de graduación especialmente a mis padres Christian y Andrea y a mis hermanos, por su apoyo incondicional tanto en la vida académica como en la vida personal, por estar en mis momentos tanto buenos como malos, sin importar mis logros o mis derrotas, por ser un apoyo y por todo el amor que me han dado.

A mi familia, amigos y seres queridos, que han formado parte de mi vida y por ser una parte importante dentro de este proceso y en especial a Paola Serrano por estar en todo este proceso de diseño, por apoyarme y ayudarme en todos mis procesos académicos.

Y a mi compañera de proyecto de tesis Manuela, por ser parte de este largo proceso, por ser una persona auténtica, motivada y una gran amiga, gracias a su apoyo en estos años y en este proyecto, gracias por apoyar mis ideas y por estar ahí aún en mis momentos más difíciles y estresantes y por haber compartido conmigo este camino.

Martina.

AGRADECIMIENTOS

Queremos agradecer a la Universidad del Azuay por ser nuestro segundo hogar durante estos 4 años de carrera, especialmente a la Facultad de Diseño, Arquitectura y Arte y a la Escuela de Diseño de Interiores por ser nuestra guía durante este largo periodo de formación académica, el lugar en donde hemos formado grandes conocimientos, amistades y aprendizajes.

Dicho esto, queremos agradecer profundamente a nuestra directora de tesis de pregrado, la Arq. Manuela Cordero, por su gran apoyo y acogida durante este proceso, igualmente a los miembros del tribunal: la Arq. Veronica Heras y el Arq. Paul Ordoñez y a todos los demás docentes de la facultad especialmente al Dis. Christian Sigcha y al Dis. Felipe Valdez que nos han ayudado a forjar nuestro proyecto de graduación con su apoyo e ideas.

Un agradecimiento muy profundo a los distintos expertos que nos ayudaron con diversas entrevistas compartiendo sus conocimientos y de igual manera agradecemos a la Municipalidad de Cuenca en el área de planificación territorial por aportarnos toda la información técnica para la elaboración del proyecto de fin de carrera.

RESUMEN

El trabajo plantea el rediseño del Mercado 10 de Agosto de la ciudad de Cuenca, y basa su propuesta en el análisis histórico de la edificación y en los referentes culturales y tradicionales de la zona, el proyecto busca dar un nuevo concepto a este importante espacio comercial, realzando el valor identitario de la ciudad y de sus habitantes, al igual que, resolver problemas detectados en el diagnóstico realizado y brindar medidas de bioseguridad. Se aplican herramientas como el visual merchandising y el retail design que aportan nuevas estrategias para la venta de productos y una mejor experiencia del usuario.

Palabras clave: Diseño Interior, Equipamiento público, Mercado de Abastos, Cultura, Identidad.

ABSTRACT

The project proposes the redesign of the Mercado 10 de Agosto in the city of Cuenca, and bases its proposal on the historical analysis of the building and the cultural and traditional erentes of the area, the project seeks to give a new concept to this important commercial space enhancing the identity value of the city and its inhabitants, as well as, solve problems detected in the diagnosis made and provide biosecurity measures.

Tools such as visual merchandising and retail design are applied that provide new strategies for the sale of products and a better user experience.

Keywords: Interior Design, Public Equipment, Supplies Market, Culture, Identity.

ÍNDICE

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Proponer el rediseño de diferentes áreas del "Mercado 10 de Agosto" a partir de materiales que representen la cultura e identidad de la ciudad, en tiempos post-covid.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS



Evaluar el estado de conservación del espacio interior y su mobiliario para así brindar nuevas soluciones organizacionales, económicas y de bioseguridad.



Analizar e identificar los materiales locales que aporten en los principios de bioseguridad dentro del espacio interior de un mercado de abastos.



Implementar rasgos y símbolos característicos de la cultura cuencana por medio de soluciones y materiales tradicionales en los espacios interiores a ser intervenidos.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, el diseño interior juega un papel imprescindible en el día a día de todas las personas, tanto en el hogar, en colegios y oficinas, en lugares de ocio, lugares públicos, entre otros. Lo que busca el diseño es priorizar y mejorar la comodidad y la funcionalidad de los espacios, así como la atracción visual dentro de los mismos.

De igual manera, el diseño debe tener un enfoque estratégico a nivel de ciudad, generando una conexión entre los espacios públicos y los usuarios que se encuentran en el lugar, logrando así la creación de beneficios para la ciudad. Tal como menciona la Organización de las Naciones Unidas, un enfoque participativo centrado en las personas con la planificación urbana de las agencias municipales y metropolitanas logrará un desarrollo humano más duradero y más sostenible. (ONU Habitat, 2018)

En cuanto a equipamientos pertenecientes al Patrimonio como es el caso del Mercado 10 de Agosto, algunos de estos espacios han ido perdiendo su valor mientras que otros han sido mantenidos por su significado, su importancia cultural, religiosa, social e histórica. Aquí es donde el diseño interior puede brindar soluciones prácticas para el mantenimiento, la conservación y el nuevo uso de la edificación, tomando en cuenta los rasgos y las características culturales, además de los valores actuales para su protección y revalorización.

Es importante destacar que hoy en día la dificultad para identificar qué rasgos permanecen en la cultura de una ciudad ha aumentado debido a la globalización y a los cambios diarios, sin embargo, al hablar específicamente de la ciudad de Cuenca-Ecuador, el doctor e historiador Juan Martínez Borrero resalta que, para reconocer a la cultura cuencana, sus símbolos y rasgos, se puede mirar románticamente hacia el pasado y de la misma manera se puede realizar un diagnóstico de la contemporaneidad.

"La ciudad misma no deja de ser un elemento de valor, teniendo en cuenta que aquí se puede encontrar la cuádruple patrimonialidad: el centro histórico como patrimonio mundial, el tejido de sombreros de paja toquilla como patrimonio cultural, el Qhapaq Ñam como patrimonio mundial y el macizo del Cajas como patrimonio de la biosfera. A esto también se le puede sumar el trabajo de la gente local, resaltando la fuerza de trabajo femenina que ha sustentado de gran manera la economía no solo de su propio entorno familiar, sino también de distintos grupos sociales". (Borrero, 2022) Tal como es el caso específico de las trabajadoras de los mercados de abastos.

Sumada a esta información se debe recalcar la situación actual de la pandemia Covid-19 que obliga a tomar en cuenta distintos aspectos al momento de intervenir dentro de cualquier proyecto de diseño. Es así como se considera importante el uso de materiales antimicrobianos para mantener la higiene y las medidas de bioseguridad dentro de espacios públicos.

Dicho esto, el presente proyecto tiene como finalidad desarrollar una propuesta de diseño interior para brindar soluciones eficaces al problema de la organización, la funcionalidad y la calidad espacial, planteando desde esta disciplina estrategias que busquen revalorizar y rescatar la historia, la tradición los símbolos y rasgos característicos que prevalecen dentro del Mercado 10 de Agosto, por medio de herramientas como el retail design y el visual merchandising, que intenten mejorar la experiencia de compra de productos en donde se sustituye cantidad por calidad e igualmente donde la comunicación juega un papel importante en el punto de venta para dar respuesta a las necesidades evidentes de los clientes.

MARCO CONCEPTUAL

01

Este documento revisa conceptos e información relacionada a los mercados minoristas de abastos en contextos patrimoniales, estas edificaciones pueden entenderse como importantes centros de comercio y turismo de las ciudades, donde se logra apreciar la cultura y las tradiciones locales a través del intercambio de productos, el dinamismo de las actividades socioculturales, las particulares interacciones entre vendedores y compradores, las creencias, entre otros aspectos.

Como bienes del patrimonio cultural de las ciudades, los mercados de abastos son equipamientos públicos en donde se puede evidenciar historia, cultura, tradiciones, hábitos y costumbres de quienes conforman la ciudad, lo que da un valor agregado a estos espacios que generan interés tanto a propios como extraños.

Sin embargo, debido a la globalización, al aumento de consumo y demanda y a la llegada de centros comerciales de mayor tamaño, se le ha dado cada vez menos importancia a la conservación de los mercados minoristas de abastos, lo que ha causado graves daños en cuanto tanto a las infraestructuras de los mercados como a su organización, limpieza y seguridad, lo que da una mala imagen de estos lugares, así como afecta sobre la percepción de la calidad de los productos, generando una pérdida de visitantes y compradores.

Estos aspectos son muy importantes a tomar en cuenta hoy, dado el contexto actual de la Pandemia de la Covid 19 que obliga a tener presente distintas medidas de bioseguridad dentro de estos equipamientos públicos para brindar mejores condiciones sanitarias.

El tema resulta interesante debido a que el diseño interior puede resultar una herramienta esencial para brindar soluciones eficaces al problema de la organización, la funcionalidad y la calidad espacial, planteando desde esta disciplina soluciones que miren a rescatar la historia que prevalece dentro de los mercados por medio de estrategias como el Retail Design que busca mejorar la experiencia de compra de productos en donde se sustituye cantidad por calidad e igualmente donde la comunicación juega un papel importante en el punto de venta para dar respuesta a las necesidades evidentes de los clientes.

1.1 Un acercamiento al concepto de los Mercados de abastos

Los mercados de abastos se entienden, como lo señalan Briones y Heras (2021), como:

Equipamientos públicos que vinculan actividades comerciales y de intercambio cultural, los cuales interactúan con el tejido urbano en el que se insertan. Sus valores históricos y simbólicos los vuelven lugares susceptibles a transformaciones que replantean la estructura urbana. (p. 21)

Por su parte Robles (2014) señala que se puede definir a los mercados de abastos como una entidad que cumple un rol importante histórico y sociocultural, convirtiéndose en un espacio de socialización ya que forman parte del desarrollo de las ciudades y además la comercialización de alimentos tiene un papel muy importante sobre el campo de la sostenibilidad ya que los compradores pueden conocer el origen de los alimentos. (ver imagen 1)



Imagen 1: Mercado de Valencia
Fuente: Redacción E3, 2020

Para el caso de Ecuador, ya en 1984 señalan Cazamajor d'Artois y Moya. (1984) que:

"Los mercados y ferias constituyen el escenario básico de la comercialización de los productos alimenticios. En ellos se abastece directamente la mayoría de la población y se aprovisionan otros canales de distribución muy importantes en el país. (p.17)"

Y señalan los mismos autores, para el caso de la ciudad de Quito (ver imagen 2), que los mercados y ferias se pueden diferenciar entre sí por aspectos como el tamaño y el tipo de transacciones que en ellos se dan, por el papel que cumplen dentro de la red general de mercados de la ciudad, por las características físicas de sus edificaciones, evidenciándose tipologías y jerarquías que podrían, a criterio de Cazamajor, d'Artois y Moya (1984) ser los siguientes:

1. Mercado Mayorista + Minorista + Feria
2. Mercado Minorista + Feria
3. Mercado Minorista
4. Feria.

Los mercados minoristas siendo principales fuentes de abastecimiento, cultura y turismo, tal cual lo mencionan serían:

Aquellos mercados cubiertos y de carácter permanente, de alimentación fresca o perecedera, en el que el cliente es el consumidor final" (Alonso, Estrada y Sartorius, 2008, p.1).



Imagen 2: Mercado Central Quito
Fuente: Fabián, (s.f)

De igual modo, Alonso, Estrada y Sartorius (2008) ponen énfasis en el valor que han mantenido los mercados minoristas de abastos a lo largo del tiempo, en los que su punto clave para satisfacer las necesidades de los usuarios es su cadena de productos frescos en donde la calidad y la variedad hacen que la exposición de los productos brinden experiencias únicas. Esto sumado a un buen trato a los compradores con una atención grata y personalizada, estos se convierten

en los principales atractivos que ofrece un mercado minorista, como lo señalan Crespi y Domínguez (2016):

"Los mercados de abastos que atraen a un público tradicional también atraen a los turistas. Es esta la referencia que se hace a la sostenibilidad social, una de las dimensiones de la sostenibilidad, esto es, si el mercado atiende a la población local tradicional más los nuevos públicos como son las clases medias y los turistas.(p. 411)"

Al hablar de los mercados minoristas es necesario reconocer quienes los conforman. Autores como Guancha (2013) al referirse al caso del Ecuador, describe a quienes conforman los mercados como aquellas personas que se dedican a la agricultura y ganadería, enfocándose en obtener productos saludables y de calidad que realmente satisfagan continuamente las necesidades del Mercado. En Ecuador son muchos los Mercados Municipales que están integrados por pequeños comerciantes que generan un ingreso para sus familias.

1.1.1 Principales problemas en los mercados de abastos

Debido a la globalización, al aumento de consumo, demanda y a la llegada de centros comerciales de mayor tamaño.

"Algunos mercados minoristas están teniendo problemas de adaptación a la nueva realidad, habiendo reducido notablemente su actividad. Muchos de ellos han desaparecido, muchos otros requieren una modernización física, funcional y operativa" (Alonso, Estrada, y Sartorius, 2008, p.1).

Esto ha causado un deterioro en las edificaciones provocando daños no solo estructurales y estéticos (ver imagen 3) sino también la pérdida de clientes, visitas y sobre todo ventas, así como señalan Alonso, Estrada y Sartorius (2008):

"Es habitual la percepción de algunos mercados como edificios e instalaciones envejecidas y en mal estado de conservación. Estas deficiencias se refieren a aspectos tales como olores, residuos o carencias que afectan la movilidad dentro del mercado. Entre estas últimas se pueden mencionar problemas con escaleras inaccesibles, congestión del tráfico en la zona por las operaciones de carga y descarga, cruce de flujos de personas y mercancías, o temperaturas inadecuadas. Además, algunos mercados minoristas están mal dimensionados física y espacialmente. De esta forma, la obsolescencia de las instalaciones, la falta de dimensiones adecuadas de muchos



Imagen 3: Problemas que se abordan dentro de mercados de abastos
Fuente: Elaboración propia, 2021

de los puestos y las deficiencias higiénico-sanitarias, en muchos casos determinan un precario nivel de confort que contrasta enormemente con el de otros formatos comerciales competidores y producen en ciertos clientes fuertes rechazos (p. 5)

Otros problemas importantes que sufren los mercados están relacionados a la limpieza, el orden y la seguridad (ver figura 3), siguiendo a Alonso, Estrada y Sartorius (2008), estos aspectos son de gran exigencia dentro de lugares comerciales, ya que se busca disminuir los problemas causados por la suciedad y la falta de higiene sobretodo en zonas de uso común como por ejemplo, pasillos, escaleras y ascensores dado a que un espacio que mantiene su limpieza y es ordenado refleja seguridad y es agradable durante el acto de compra. Esto se puede apreciar especialmente en mercados de América Latina, donde sus consumidores también mencionan que una de las principales deficiencias de los mercados minoristas es la seguridad dentro de estos, como los robos a clientes, carteristas, etc. Lo cual puede provocar en los usuarios una sensación o imagen de inseguridad, alejando a muchas personas de los mercados tradicionales, prefiriendo realizar sus compras en otros establecimientos.

De forma similar, otros problemas que se pueden encontrar dentro de los mercados, citando a Hollenstein (2019, p.21) son:

- a) el gran potencial electoral de los mercados y ferias
- b) la invisibilización del sistema de mercados y ferias en las políticas públicas alimentarias, comerciales, sociales y culturales
- c) la inseguridad legal y administrativa respecto a la asignación de los puestos a los comerciantes

d) el abuso del poder administrativo de parte de funcionarios municipales

e) el aprovechamiento del vacío de control municipal de parte de grupos de poder para establecer relaciones clientelares entre los propios comerciantes.

Adicional a esto Reig. (2013) señala que se puede determinar que las ventajas relacionadas con la ubicación, la agrupación de comercios principalmente de frescos y el trato familiar están perdiendo fuerza frente a la falta de competitividad en precios, la rotura de una mezcla comercial variada y completa, la falta de servicios básicos (como los limitados horarios de apertura o posibilidad de pagar con tarjeta de crédito) y la obsolescencia y atractivo de las instalaciones.

1.1.2 ¿Cómo entender los mercados minoristas de abastos?

Los autores Elguera (2018), Salinas (2016) y Crespi y Domínguez (2016) coinciden que los mercados minoristas tradicionales son equipamientos estratégicos de la ciudad ya que además de ser fuentes económicas y de distribución comercial, son considerados espacios esenciales para el desarrollo de actividades sociales donde se pueden apreciar relaciones de proximidad, amistad y convivencia, lo que siempre resulta de gran importancia tanto para el consumidor como el vendedor porque de igual manera a través de estas relaciones se da a conocer la forma de expresarse de la gente local, los distintos productos y servicios disponibles, la historia y las costumbres, atrayendo con esta diversidad a clientes de la zona y de otros países.

Crespi y Domínguez (2016) enfatizan también que:

Los mercados de abastos acostumbran a caracterizarse por tener un gran surtido de productos y con calidad, los vendedores son los garantes de esta calidad del producto. Y esta fiabilidad, experiencia y credibilidad de los mercados tradicionales configuran el prestigio, la imagen de estos espacios de comercio. Todo ello, completado con la presentación y atracción del establecimiento, tanto el edificio arquitectónico que lo aloja, como los propios puestos y la exposición de los productos (p.203-204).

Como lo señalan Alonso, Estrada y Santorius (2008,) para tener mejor conocimiento acerca de un mercado de abastos y su eficiencia es necesario estar al tanto como muchos de estos mercados han agrupado las distintas actividades por secciones (ver imagen 4), creando



Imagen 4: Distribución en zona de frutas de un mercado de abastos
Fuente: Escolar, 2020

áreas diferenciadas y agrupadas por categorías de producto, lo cual permite a los compradores una mejor orientación y facilidad de elección.

Son por tanto aquellos grandes establecimientos cubiertos que disponen de múltiples puestos en los que se ofrecen los productos alimentarios que son consumidos diariamente como verduras, frutas, carne y pescado, fundamentalmente (Díaz, 2016, p.3).

Tomando como referencia el trabajo de graduación titulado "Diseño Interior de los Mercados Públicos" por Bermeo (2018), las zonas de venta en donde se encuentran los distintos productos están divididas por puestos de trabajo personales contando con equipamientos necesarios como mobiliario, servicios y materiales.

Estos espacios están clasificados por: hortalizas, frutas, carnes, pescados, abarrotes, lácteos, huevos, pan, dulces, refrescos, comida, además de la zona de comercialización de productos de vestimenta, entretenimiento y otros objetos. Existen también zonas de cargas y descargas en donde se entregan los productos frescos como además se pueden encontrar las zonas de desechos comunales y el lavado de productos (espacio dirigido a desinfectar los productos antes de ponerlos en venta). Asimismo otra zona importante es la administrativa, el cual está dirigido para la planificación, organización y desarrollo del mercado. Adicional a esto, es importante mencionar los espacios de bodegas y almacenamiento.

En definitiva, es necesario tomar en cuenta como resaltan Crespi y Domínguez (2016) que actualmente los mercados de abastos ya no son únicamente un servicio público como tal, sino también un punto

clave dentro de un ciudad por parte de las personas locales y visitantes, debido a que, muchos de estos están ubicados dentro de los centros históricos, permitiendo, como indica el autor, incrementar los ingresos y mejorar la imagen de estos mercados.

1.2 Los mercados de abastos en contextos patrimoniales

Tal como define García (2017) recurriendo a autores como Harrison, 1994; Ballart, Juan-Tresseras, 2001 y Hernández, 2002, el patrimonio cultural es el conjunto de bienes, materiales e inmateriales, que son identificados por una sociedad concreta como portadores de valores culturales propios de la comunidad. Son bienes tangibles e intangibles que tienen un alto contenido simbólico, lo que les hace merecedores de una especial protección no sólo relacionada con su conservación sino también con el uso que se pueda hacer de ellos.

De acuerdo a lo mencionado por Crespi y Domínguez (2016) en las ciudades occidentales, los mercados se caracterizan por ser un atractivo turístico ya que son espacios en donde se pueden evidenciar los distintos hábitos alimenticios, cultura, tradiciones, gustos y costumbres de la gente de un lugar, muchos de estos mercados en contextos patrimoniales tienen un valor adicional por estar ubicados en centros históricos de las ciudades, logrando de esta manera que los usuarios aprecien su historia pasada, su gente, así como su belleza arquitectónica, lo que los convierte en una de las principales

fuentes turísticas de una ciudad y en un recurso exponente del lugar.

De la misma manera, Elguera (2018) enfatiza que la tipología arquitectónica de los mercados tradicionales ya sean públicos o privados a lo largo de la historia se han logrado convertir en edificaciones emblemáticas teniendo en consideración que en su mayoría han cumplido una función de congregación social, como por ejemplo, en muchos casos se han emplazado en plazas o al aire libre, provocando que el espacio urbano sea de gran uso para sus habitantes de manera intensiva, generando una integración barrial.

Estos espacios tienen un fuerte impacto en la calidad ambiental de la ciudad, como también sobre identidad ya que generan una correlación social y cultural, y realzan las características históricas o icónicas del edificio.

En este sentido, según los autores Alonso, Estrada y Sartorius (2008) y Crespi y Domínguez (2016), en estos equipamientos públicos se da la comercialización y la compra de productos frescos, generando así una relación entre calidad y precio por su carácter tradicional, además del valor agregado que tienen dichos establecimientos al caracterizarse por su ubicación y a pesar de remodelaciones existentes debido a la modernización, estas pretenden básicamente poner al día las instalaciones, acorde a los planes estratégicos turísticos, de ordenar, potenciar y promocionar los centros históricos urbanos, pero aun así, su uso y servicio, sigue siendo para la comunidad sin perder su identidad. (ver imagen 5)



Imagen 5: Mercado 9 de Octubre, Cuenca - Ecuador
Fuente: Albornoz, 2010

Por lo tanto, desde el punto de vista de Alonso R., Estrada Nora M. y Sartorius A. (2008) se puede decir que:

Además de los objetivos económicos y comerciales de todo proyecto de dinamización de un mercado, es necesario un enfoque de equilibrio con otros fines. Uno de los objetivos de los mercados minoristas modernos debería ser convertirse en un instrumento difusor de sensibilización y responsabilidad social a través de actividades de carácter social y cultural (p.12).

1.3 El diseño interior dentro de equipamientos públicos y su importancia

"El diseño de interiores es una disciplina que interviene en el proceso de mejorar la experiencia del espacio interior. Trabaja con el volumen y la superficie de la zona a acondicionar, conjugando aspectos técnicos y creativos (ESDIMA, 2018, p.1)".

Es necesario tener en consideración que por medio de elementos de diseño interior se pueden obtener experiencias tal y como menciona Martín, Esteve y Alonso (2014):

La experiencia está constituida por todos los estímulos, acciones, sensaciones y emociones que el usuario percibe y asimila globalmente y que de una forma indivisible relacionará con el producto, el espacio y la marca, lo que tendrá por tanto una influencia determinante en su decisión de compra. Es en este punto donde el diseño tiene especial relevancia: diseñar la experiencia conlleva diseñar estratégicamente los elementos que la componen, poder dotarlos de los valores, atributos, características, emociones y sensaciones que espera encontrar (p.91).

Moro (2011) hace referencia a que, el diseño interior es un elemento importante que contribuye a mejorar la calidad de vida de los usuarios. De la misma manera, expresa que es una disciplina esencial en los procesos de transformación y mejora de espacios, que participa en la distribución espacial y en las condiciones constructivas, para brindar soluciones y satisfacer las necesidades del ser humano respetando la ergonomía y creando una relación entre personas y objetos sin dejar a un lado elementos como el confort, la cantidad de luz, la calidad de sonido y otros aspectos que ayudan al usuario en sus momentos de recreación, descanso y esparcimiento.

Asimismo Remedi (2000) sostiene que además de los aspectos mencionados, el diseño interior forma parte de la modificación sustancial

del espacio social, lo cual implica nuevas formas de reorganización de distintos espacios, teniendo como resultado una manera diferente de vivir en ellos, de relacionarse con uno mismo y con los demás y hasta de pensar más acerca de lo que nos rodea. (ver imagen 6)



Imagen 6: Diseño interior
Fuente: Pola Mora, 2020

Tomando en cuenta la existencia de distintos equipamientos públicos y la importancia de los mismos dentro de zonas patrimoniales, específicamente en el caso de los mercados de abastos Elguera (2018) señala que, la recuperación de estos establecimientos es importante para el desarrollo de muchas ciudades alrededor del mundo.

El turismo ha permitido que estos equipamientos puedan reintegrarse, incluso con otros factores como el económico o el recreativo, permitiendo así la posibilidad de rediseñar los distintos puntos de venta dentro de los mismos, a fin de generar un ambiente que esté dirigido hacia un público más heterogéneo entre usuarios nacionales e internacionales, provocando la creación de proyectos mixtos con sinergia social, en donde el entorno sea más especializado produciendo mejores experiencias durante la compra para las personas.

Sin embargo también es importante considerar que los procesos de turistificación de infraestructuras tradicionales de las ciudades como los mercados de abastos han provocado en muchos casos también proceso de gentrificación que expulsan a los usuarios tradicionales de estos espacios convirtiéndolos en algunos casos en vendedores ambulantes o desestimando el uso tradicional que hacían del espacio en favor de un embellecimiento de las zonas con fines más comerciales que patrimoniales.

Indica Reig (2013) por otra parte que los mercados deberían pensar en como ofrecer una oferta de frescos completa, variada y competitiva, introducir productos complementarios como secos, droguería, perfumería, etc; Ampliar el tamaño de los puestos y/o aumentar su nivel de especialización, poner el foco en la calidad del producto y del servicio y ser capaces de demostrarlo (ver imagen 7). Cambios que pueden hacerse por medio de elementos de diseño interior, como mejorar la calidad espacial dentro de un mercado de abastos.



Imagen 7: Mercado de San Antón
Fuente: Tripadvisor, s.f

De acuerdo con Alonso, Estrada y Sartorius (2008):

En muchos mercados se exige que los establecimientos se ajusten a una determinada dimensión mínima. En el caso de los puestos de alimentos frescos, una dimensión óptima se puede establecer entre los 15 y los 20 metros cuadrados de superficie comercial, dependiendo del tamaño y tipo de mercado donde se ubica, dando prioridad a los metros lineales o de exposición al público de cada puesto. (p.15).

Otra forma de mejorar la mezcla comercial tal como indican Alonso, Estrada y Sartorius (2008) es:

A través de nuevos puestos o paradas que ofrezcan productos gourmet, delicatessen, con denominación de origen protegida, especialidades regionales, productos orgánicos o ecológicos, platos preparados y listos para consumir, o una buena oferta de restaurantes. Una oferta adicional de ocio, servicios sociales y culturales también complementa el atractivo del mercado (p.22)

Tal y como se puede apreciar en la tabla 1, tomando como referencia a los mismos autores, se indican los distintos servicios que presentan la mayoría de los mercados minoristas de acuerdo a su función, a su tamaño y de igual manera a sus posibilidades comerciales :

TABLA 1: "LOS MERCADOS MINORISTAS COMO MOTOR PARA EL DESARROLLO ECONÓMICO, SOCIAL Y CULTURAL DE UNA CIUDAD. MEJORES PRÁCTICAS PARA LA MODERNIZACIÓN, DINAMIZACIÓN Y BUENA GESTIÓN DE LOS MERCADOS MINORISTAS"	
SERVICIOS DE TIPO FUNCIONAL	<ul style="list-style-type: none"> • Racionalización de movimientos y flujos. • Regulación de zona de carga y descarga. • Almacenamiento, evacuación y tratamiento de residuos
DISEÑO Y CONFORT	<ul style="list-style-type: none"> • Actualización y mejora del diseño y disposición de las instalaciones. • Incorporación de medios mecánicos de movilización. • Cambios en el ambiente físico interior adaptados a gustos modernos. • Elementos de imagen interna del mercado y del puesto: cartelera y rotulación, publicidad estática, diseño de los puestos y zonas comunes, etc. • Climatización. • Señalización dentro del mercado.
MERCHANDISING	<ul style="list-style-type: none"> • Expositores. • Iluminación y exhibición. • Máquinas de venta automática

Fuente: Elaboración propia tomando como referencia Alonso R., Estrada Nora M. y Sartorius A., 2008.

Asimismo como mencionan los autores Martín, Esteve y Alonso:

Las nuevas generaciones de consumidores buscan productos de valor, calidad y durabilidad, y sentirse parte de marcas que transmitan valores sociales y de compra consciente (Martín, Esteve y Alonso 2014, p.88).

Una de las herramientas más utilizadas en lugares comerciales, es el retail design, que sirve como indican Martín, Esteve y Alonso (2014) para:

La venta de bienes o servicios directamente al consumidor. Es el contexto en el que se ponen en contacto todas las partes que conforman el proceso de compra. En esta situación podemos considerar que los principales elementos que intervienen en el retail son los actores, los bienes y el espacio. Esta conceptualización nos ayuda a entender de una manera más clara el retail: se caracterizan por los actores, los bienes y los servicios (p.88).

Dado esto, se puede mencionar que se tiene

Una oportunidad para crear, a través de la innovación, nuevas formas de negocio, además de productos y estrategias que nos ayuden a diseñar este nuevo modelo más sostenible en el que seamos capaces de sustituir cantidad por calidad (Martín, Esteve y Alonso, 2014, p.88).

También se puede mencionar que dentro del retail como indican Martín, Esteve y Alonso (2014):

El punto de venta ha evolucionado: cambios derivados de los avances tecnológicos como el comercio online o el aumento del número de marcas que ofrecen un mismo producto han hecho que el punto de venta tradicional se haya ido transformando y haya pasado de ser un simple almacén donde adquirir un producto a ser una plataforma de comunicación (p.89).

Señalan de igual forma Martín, Esteve y Alonso (2014) que:

Es por esto que se puede entender que como indican los autores mencionados, el espacio de retail puede ser utilizado para comunicar correctamente y servir como plataforma de aprendizaje. Esto a su vez puede facilitar al ciudadano la obtención de mayor y mejor información en el punto de venta (ver imagen 8), una información que le permitirá tomar una buena decisión de compra, de una forma consciente y más ética y sostenible (p.91).



Imagen 8: Retail Design, espacio comercial
Fuente: CAAD, 2020

Otra herramienta útil de diseño para espacios comerciales así como el caso de los mercados públicos es el merchandising (ver imagen 9). Tal como hacen referencia los autores Jiménez Marín, Bellido y García (2018):

Con el fin de dar respuesta a las necesidades evidentes del momento e, igualmente, ofertar distintas formas comerciales de futuro en el ámbito de la gestión del merchandising, se hace alusión a conceptos como la distribución comercial, el comercio, la psicología del consumo, el escaparatismo o la publicidad en el lugar de venta. Frente a la realidad que ofrece el nuevo contexto económico, social y tecnológico, los establecimientos comerciales se ven obligados a buscar constantemente soluciones eficaces y eficientes para aumentar no solo la probabilidad de venta sino las ventas reales (p.136).



Imagen 9: Ejemplo de Escaparate de Fossil USA (Visual Merchandising)
Fuente: Rhodes, 2015

En definitiva, tal y como menciona Regevsky (2021):

Uno de los aspectos más importantes del Retail Merchandising es la de ofrecer a sus clientes, los productos que sus clientes esperan comprar. Para ello, habrá que trabajar en la planificación, el abastecimiento, la compra y el almacenamiento y exhibición de los productos (p.1).

1.4 Covid 19 y Materiales de Bioseguridad

A consecuencia de la pandemia debido al Covid-19, se ha considerado de suma importancia las medidas de sanidad dentro de espacios interiores, los que se han visto a la necesidad de buscar alternativas para brindar a los usuarios nuevas soluciones para prevenir el contagio, tomando como referencia a Riesgo (2021):

La "higienización" de los espacios, sobre todo en el ámbito de los espacios públicos, se convierte en un objetivo prioritario para la vuelta a una nueva normalidad. No habiendo garantía absoluta para evitar el contagio o transmisión vírica, las nuevas soluciones en mobiliario y equipamiento y sus materiales contribuyen a aumentar la resiliencia de las personas y a hacerles ganar confianza a la vez que ayudan a generar actitudes positivas en sus hábitos de comportamiento, factores clave para dar de nuevo viabilidad a las actividades económicas y sociales en los próximos tiempos (p. 5).

Tomando como referencia nuevamente a Riesgo (2021) es importante buscar nuevas alternativas que además de ser estéticamente agradables a la vista sean funcionales al momento de implementarlos y que sean accesibles al público, es por esto que al utilizar materiales antimicrobianos es vital implementarlos dentro del mobiliario y del equipamiento como por ejemplo pisos, puertas, ventanas, sistemas de iluminación, paredes, etc, debido a que estos son considerados como elementos pasivos donde las personas tienen un contacto directo diariamente, así es como estos materiales ayudan a adecuar el espacio mejorando la distancia de seguridad, proporcionar medidas y facilitando la protección individual como la colectiva de las personas, mejorando la salud y el ámbito del mobiliario transformándolo a una nueva forma de vida y de trabajo.

Al tomar materiales locales que aporten estos parámetros es necesario considerar el uso de materiales que propaguen los virus y bacterias, Castillo (2020) indica que:

Los materiales tratados con sustancias antimicrobianas crean una superficie permanente sobre la que los microbios no pueden sobrevivir, previniendo su crecimiento. Las tecnologías anti microbianas funcionan como un limpiador 24 horas al día, 7 días a la semana, causando daños en el ADN bacteriano y evitando así que se multipliquen y propaguen.(p.1).

Castillo (2020) señala también que existen 3 tipos de materiales antimicrobianos que son innovadoras actualmente como sería el uso de cobre que es eficaz contra las bacterias y otros microbios el cual puede ser aplicado en laminados, pinturas, plásticos, entre otros. Del mismo modo el biocote de plata que se puede implementar en textiles y tiene las mismas características del cobre y el aegis (silano organofuncional) igualmente eficaz contra el Covid-19 y el contacto con el virus dura alrededor de 2 horas de exposición, la aplicación de este material es en mobiliario.

Cómo énfasis en el uso de estos materiales, proyectos de graduación como "Rediseño interior en espacios de salud a partir de la aplicación de materiales antimicrobianos. Hospital San Sebastián del cantón Sigsig" y " Aplicación de materiales antivirales como estrategia de diseño interior ante la Covid-19." han aportado en el conocimiento de estos materiales e identificar cuales son los adecuados dentro del " Mercado 10 de Agosto ". (ver imágenes referenciales 10 y 11)



Imagen 10: Moodboard, ejemplo de materiales antimicrobianos (porcelanatos)
Fuente: Archdaily, 2020



Imagen 11: Melaminas marca Pelikano
Fuente:DFI, 2020

La revisión bibliográfica ha permitido acercarnos a las dinámicas de los mercados de abastos y los distintos elementos que los conforman, así como a las personas que se encuentran dentro de los mismos. De igual manera, es de gran utilidad reconocer los problemas dentro estos equipamientos para llevarlos a una mejor calidad de uso y como también a una mejor calidad espacial, en donde los involucrados puedan realizar sus actividades diarias, sin perder el valor y las tradiciones transmitidas por el intercambio de sus productos, como de su historia y costumbres.

Asimismo sin dejar a lado el tema de la bioseguridad, motivo actual por la emergencia sanitaria de Covid-19, se considera que es de gran aporte el uso de materiales antimicrobianos ayudan efectivamente a prevenir estos virus y bacterias dentro de espacios interiores públicos.

El interior puede convertirse en una herramienta esencial para la mejora del espacio interior de estos establecimientos públicos a través de recursos estratégicos para brindar mejores soluciones de las que se encuentran actualmente en estos espacios.

REFERENTES CONTEXTUALES DIAGNÓSTICO

OS

En este capítulo se realiza un análisis contextual del caso de estudio, el Mercado "10 de Agosto" ubicado en la ciudad de Cuenca, Ecuador, se hace una revisión sobre su historia y su relación con la ciudad como patrimonio cultural, reconociendo que los mercados son centros de intercambio cultural y espacios importantes de encuentro y atracción turística en las ciudades. Este capítulo, a partir de una investigación cualitativa evidencia sus rasgos más característicos.

También se ha realizado una revisión de casos homólogos nacionales e internacionales, así como de posibles materiales de bioseguridad útiles para la resolución del proyecto.

Esta sección del documento contiene información histórica relevante que trata acerca del patrimonio cultural de Cuenca, las tradiciones de sus habitantes, su gastronomía y valores, conectándolos con los mercados de abastos y su funcionamiento, de igual manera a través de entrevistas a distintos expertos en áreas diversas se ha obtenido importante información respecto a: historia y tradición, construcción del mercado, administración y funcionamiento del mercado actualmente, materiales de bioseguridad, herramientas del diseño comercial como el retail design y el visual merchandising, así como también, a través de entrevistas con algunas de las vendedoras del mismo mercado se ha obtenido información fundamental sobre las problemáticas cotidianas de esta importante infraestructura de la ciudad.

Destacando el tema de materiales bioseguros, estos son indispensables dado el contexto actual de la pandemia de la Covid-19 nos obliga a tener presente distintas medidas de higienización dentro de estos equipamientos públicos para brindar mejores condiciones sanitarias.

Este capítulo contiene además una revisión de casos homólogos: mercados de abastos nacionales e internacionales, en los que se pueden observar soluciones de diseño interior destacadas tanto en aspectos funcionales, tecnológicos y expresivos. Esta información junto con el análisis contextual y el acercamiento empírico realizado al mercado permitieron una comprensión más amplia del caso de estudio para la definición de unas estrategias de diseño que permitan plantear soluciones y resolver las necesidades de cada uno de los actores de este mercado tradicional de la ciudad de Cuenca.

2.1 Metodología

2.1.1 Matriz de diagnóstico

Para realizar el modelo de investigación se realizó previamente la matriz de diagnóstico (ver tabla 2) en donde se colocó la información que se pretende obtener para resolver las preguntas problemas de los tres objetivos específicos y ver las mejores opciones para tomar decisiones que ayuden a resolver el proyecto de diseño.

TABLA 2: "MATRIZ DE DIAGNÓSTICO"

TÍTULO DE LA TESIS: Diseño interior como herramienta para la puesta en valor de la identidad cultural en equipamientos comerciales					
SUBTÍTULO: Mercado 10 de Agosto de la ciudad de Cuenca					
OBJETIVO GENERAL: Proponer el rediseño de diferentes áreas del "Mercado 10 de Agosto" a partir de materiales locales que representen la cultura e identidad de la ciudad, en tiempos post-covid.					
OBJETIVOS ESPECÍFICOS:					
OE 1: Evaluar el estado de conservación del espacio interior y su mobiliario para así brindar nuevas soluciones organizacionales, económicas y de bioseguridad.					
OE 2: Analizar e identificar los materiales locales que aporten en los principios de bioseguridad dentro del espacio interior de un mercado de abastos					
OE 3: Implementar rasgos y símbolos característicos de la cultura cuencana por medio de soluciones y materiales tradicionales en los espacios interiores a ser intervenidos.					
	¿qué quiero saber?	¿Dónde encuentro la información?	¿cómo voy a conseguir la información?	¿qué espero obtener con esta información, en que va a ayudar a mi proyecto?	
OE 1	<p>OE 1: Evaluar el estado de conservación del espacio interior y su mobiliario para así brindar nuevas soluciones organizacionales, económicas y de bioseguridad.</p> <p>¿Cuál es el estado de conservación actual del espacio interior?</p> <p>¿Cuáles son los problemas organizacionales, económicos y de bioseguridad dentro del espacio?</p> <p>¿Cuáles son las alternativas viables que permitan la mejora de la venta en un mercado de abastos?</p>	<p>En el mercado</p> <p>Fuentes bibliográficas</p> <p>Expertos en el área</p>	<p>Revisión bibliográfica</p> <p>Observación de Campo</p> <p>Entrevista al Ing. Diego Cordero</p> <p>Entrevistas a la Dis. Verónica Vélez</p> <p>Entrevista al Sr. Fabián Guerrero</p> <p>Entrevista a 5 trabajadoras del mercado 10 de agosto</p> <p>Tesis sobre la conservación del mercado 10 de agosto</p>	<p>A partir de la revisión bibliográfica se pretende obtener información previa e histórica del contexto que rodea al espacio interior, identificar los problemas constantes que existen como por ejemplo la higiene, distribución espacial, mobiliario, circulación, iluminación y ventilación, de la misma forma a través de entrevistas realizadas a expertos en el área obtener mayor conocimiento y así profundizar la información previamente obtenida, asimismo entender como esta distribuido el espacio actual y cómo funciona en su día a día para de esta manera brindar nuevas soluciones por medio de la investigación elaborada.</p>	
OE 2	<p>OE 2: Analizar e identificar los materiales locales que aporten en los principios de bioseguridad dentro del espacio interior de un mercado de abastos</p> <p>¿Por qué es importante utilizar materiales que aporten en la bioseguridad dentro de equipamientos públicos?</p> <p>¿Cuáles son los materiales locales que pueden mejorar los principios de bioseguridad dentro del mercado?</p> <p>¿Cuáles son las soluciones en el uso de los materiales que se han generado a partir del covid 19?</p>	<p>Fuentes Bibliográficas</p> <p>Expertos en el área</p> <p>Fichas técnicas de materiales y acabados</p>	<p>Revisión bibliográfica</p> <p>Entrevista al Arq. Carlos Contreras</p> <p>Fichas técnicas de materiales y acabados</p>	<p>Se analizará los distintos materiales que aporten en los principios de la bioseguridad al igual que se identificará cuáles pueden aportar al proyecto de diseño que se encuentren en el medio local de la ciudad para así segmentarlos según formatos, características, usos y aplicaciones, logrando aplicarlos dentro del espacio interior del mercado 10 de agosto, como también la entrevista con el experto en área ayudará a tener mayor conocimiento y poder colocar de manera adecuada los distintos materiales que han aportando a partir del covid 19.</p>	
OE 3	<p>OE 3: Implementar rasgos y símbolos característicos de la cultura cuencana por medio de soluciones y materiales tradicionales en los espacios interiores a ser intervenidos.</p> <p>¿Cuáles son los elementos que representan a la cultura cuencana?</p> <p>¿A que se hace referencia al hablar de rasgos y símbolos característicos de la cultura cuencana?</p> <p>¿Cómo representar estos elementos por medio de los materiales tradicionales en el mercado 10 de agosto?</p>	<p>Fuentes bibliográficas</p> <p>Expertos en el área</p>	<p>Revisión bibliográfica</p> <p>Entrevista al Doc. Juan Martínez</p>	<p>Por medio de la investigación bibliográfica a partir de la búsqueda de cuales son los elementos más representativos de cuenca se logrará aplicarlos dentro del espacio por medio materiales tradicionales y así a través de entrevistas hacia los vendedores como a expertos en el área, se podrá reconocer a los elementos que se consideren más representativos y relevantes para ser intervenidos dentro del mercado 10 de Agosto.</p>	

Fuente: Elaboración Propia, 2022

Resuelta la matriz de diagnóstico, se identificaron expertos en distintas áreas, quienes aportaron con referencias fundamentales para el proyecto de diseño. Como herramientas metodológicas, se realizaron entrevistas estructuradas y semiestructuradas a profesionales conocedores de la historia y cultural cuencana, el retail design y tecnologías de la construcción, de la misma manera se realizaron entrevistas a vendedoras del Mercado 10 de Agosto, compradores y personal de administración. En la siguiente tabla (ver tabla 3) se especifica su nombre, función, información a obtener y la fecha en la que se realizó cada entrevista.

TABLA 3: "DATOS DE LOS PROFESIONALES ENTREVISTADOS"

Nombre	Función	Información	Fecha
Carlos Contreras	Arquitecto	Materiales Antimicrobianos, Objetivo 2	21-02-18
Juan Martinez	Doctor, Historiador	Identidad, Cultura, Rasgos y Símbolos, Objetivo 3	22-02-14
Diego Cordero	Ingeniero	Mercado 10 de Agosto, Objetivo 1	22-02-15
Fabian Guerrero	Ingeniero	Mercado 10 de Agosto, Objetivo 1	22-02-16
Veronica Velez	Diseñadora	Retail Design y Visual Merchandising, Objetivo 1	22-02-14
Anónimas	Comerciantes	Mercado 10 de Agosto, Objetivo 1	22-02-14

Fuente: Propia, 2022

Se realizó una observación de campo durante los días 14,15,16,17 y 18 de febrero del presente año 2022, entre las 10 a.m a 14:00 p.m para así entender el funcionamiento del Mercado 10 de Agosto, es así como en las figuras 1 y 2 se identificaron ciertos elementos que se establecen dentro del espacio interior como circulación, iluminación, materialidad y seguridad, gracias a esto se pudo tener mayor conocimiento de cómo se constituyen las distintas áreas y en donde se necesita mayor atención en el Mercado 10 de Agosto.



Figura 1: Esquema de Observación de Campo, Planta Baja - Mercado 10 de Agosto
Fuente: GAD, 2022

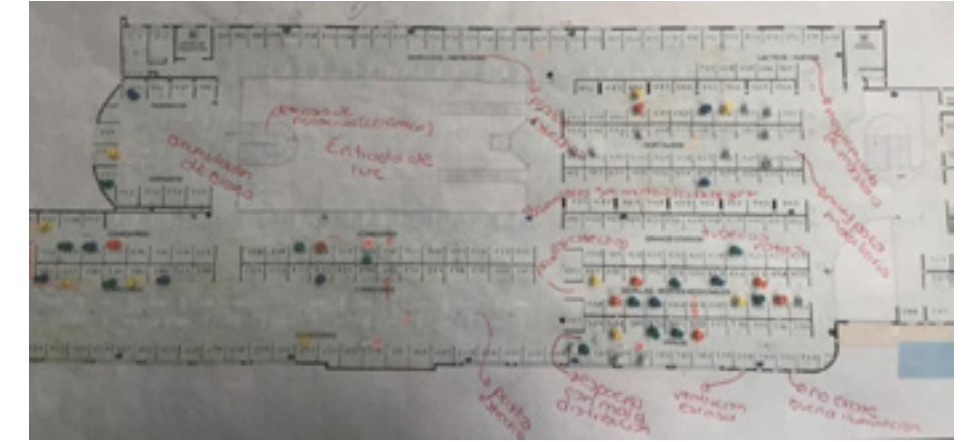


Figura 2: Esquema de Observación de Campo, Planta Alta - Mercado 10 de Agosto
Fuente: GAD, 2022

Las entrevistas estructuradas y semiestructuradas son herramientas que sirven para recolectar datos específicos importantes que pueden ser útiles durante la toma de decisiones dentro de los cambios que puedan presentarse en un futuro. Dentro del esquema dichas entrevistas aportaron con información clave acerca de cómo distintas vendedoras dentro del Mercado 10 de Agosto se sienten acorde a su puesto de trabajo, a la organización del mercado, a las medidas de higiene y seguridad, entre otros elementos, los cuales nos muestran una imagen más clara y más personal acerca de las condiciones de uso del mercado y sus puestos de venta.

En la entrevista con el Dr. Juan Martinez (2022) se habló acerca de que la construcción de los mercados se enmarca por la necesidad de higienizar la ciudad, tratando de transformar espacios caóticos en espacios más controlados, no solo enfatizando en un sentido de sanidad, sino también en aspecto de "modernización civilizatoria", produciéndose cuando se dio la remodelación del Mercado 10 de Agosto en el año 2004 teniendo en cuenta que la intención fue resaltar elementos que habían estado presentes desde hace mucho tiempo en la plaza San Francisco y generar un espacio de control y así dar paso a la finalización del último espacio anárquico que existía, logrando generar varias ventajas en distintos ámbitos. (ver anexo 4)

2.2 Contexto socio histórico y revisión del caso de estudio

Como se menciona en el libro: "Guía de arquitectura de Cuenca" (2007), la provincia del Azuay se ubica en el centro sur de la región de la sierra del país, con una extensión de 8.836 km². La capital de dicha

provincia es el cantón Cuenca, que se ubica al noreste y el cual posee un Gobierno Local y de igual manera es la sede de la Gobernación. Administrativamente, la ciudad está dividida en tres áreas, la primera: el centro histórico, la segunda: la ciudad contemporánea, que coincide con el área urbana, y por último, la tercera: las áreas rurales que rodean la ciudad.

Desde el punto de vista turístico, Cuenca es un punto estratégico y de gran importancia a nivel nacional e internacional. En el libro: "Guía de Arquitectura de Cuenca" (2007) como: "una ciudad singular" en donde sus habitantes conservan y atesoran sus costumbres y tradiciones. Además, el entorno conformado por ríos y montañas, así como su clima y la amabilidad de su gente, generan un valor agregado a la ciudad, que de igual manera se fusiona con la arquitectura cañari, inca, colonial y republicana convirtiendo a Cuenca en una ciudad especial, única y llena de historia.

En la siguiente imagen (ver figura 3) se puede apreciar el emplazamiento de la ciudad de Cuenca:

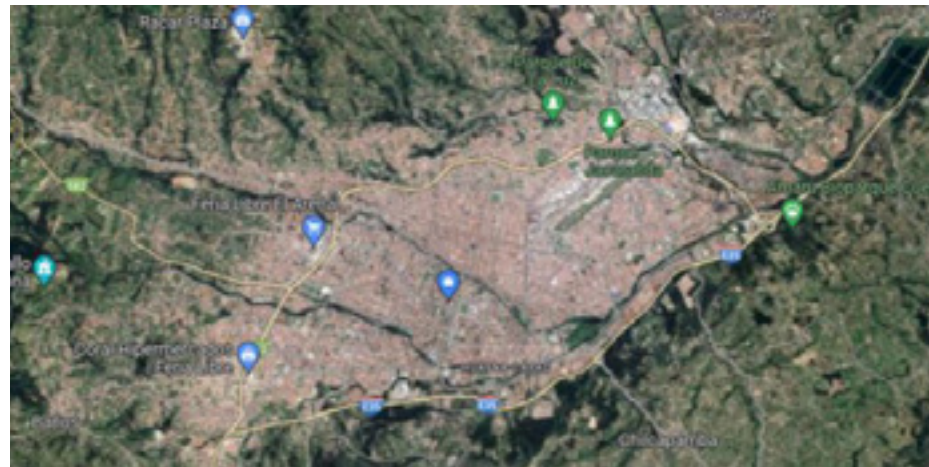


Figura 3: Emplazamiento Cuenca Ecuador
Fuente: Googlemaps, 2022

2.2.1. Ciudad y arquitectura

Como se determina en el libro: "Guía de arquitectura de Cuenca" (2007) el 12 de abril de 1557, Santa Ana de los Cuatro Ríos de Cuenca fue fundada por el general español Gil Ramírez Dávalos, siguiendo las órdenes del virrey del Perú de esa época, Hurtado de Mendoza.

En 1982, el centro histórico de la ciudad fue declarado Patrimonio Cultural del Estado Ecuatoriano, esto se da gracias a que el mismo posee sitios arqueológicos de culturas prehispánicas, así como in-

muebles representativos de la etapa colonial y republicana. Igualmente, gracias al espacio urbano, siendo el resultado de numerosos procesos económicos, políticos y culturales que se han desarrollado a través de la historia.

Hablando de historia, los cañaris, los incas y la colonia española son las principales culturas que construyeron y transformaron este territorio, dejando su huella a través de la arquitectura. El 1 de diciembre de 1999, el centro histórico de Cuenca (ver imagen 12) fue declarado Patrimonio Cultural de la Humanidad, por parte de la UNESCO, resaltando así su valor cultural, histórico y arquitectónico.



Imagen 12: Centro Histórico Cuenca Ecuador
Fuente: Detjar, 2017

Para el año de 1940, se establecen mercados para el intercambio comercial, como por ejemplo, el Mercado 10 de Agosto en el sector de El Vado, el 3 de Noviembre en las Suelerías, y el 9 de Octubre en el sector bajo de El Vecino. En esta misma época llega a Cuenca el modernismo influenciando a gran escala las características arquitectónicas de los inmuebles de la ciudad.

Siguiendo a Albornoz (2006), en uno de los barrios del centro histórico se encuentra ubicada la calle larga zona urbana, en donde se encuentra situado el Mercado 10 de Agosto entre las calles General Torres y Miguel Ullauri, muchas edificaciones dentro de esta vía tienen un alto valor patrimonial, histórico y arquitectónico, lo que lo hace representativo dentro de Cuenca, hoy en día esta zona es mayormente concentrada por actividades culturales, comerciales, artísticas y de recreación.

2.2.2 Patrimonio Cultural: Cuenca y sus valores

Fausto Cardoso Martínez en el libro Cuenca Patrimonial (2010) señala que Cuenca fue suscrita como Patrimonio Nacional en el año de 1982 gracias a la conservación de su arquitectura del centro histórico de la ciudad de procedencia francesa y española. A pesar de haber pasado por un proceso de cambios innumerables de reconstrucciones y remodelaciones, las edificaciones de la ciudad mantuvieron su esencia histórica, resultado del reconocimiento a Cuenca como Patrimonio Mundial para 1999, cabe recalcar el criterio II de valor: "Cuenca ilustra la exitosa implantación de los principios de la planificación urbana del Renacimiento en América", en donde se hace referencia a la íntima vinculación creada entre la organización espacial y los espacios públicos como plazas y calles con los valores de la ciudad.

De igual manera es importante mencionar el criterio IV que dice: "La exitosa fusión alcanzada por diferentes sociedades y culturas de América Latina se manifiesta de manera notable en la traza y el paisaje urbano de Cuenca", donde la UNESCO reconoce la existencia de rasgos en los que varias culturas conviven dentro de la ciudad patrimonial, siendo notable en la arquitectura y el paisaje urbano la realidad social y cultural presente y pasada.

En el mismo libro mencionado, Diego Jaramillo Paredes (2010) nombra a los valores pertenecientes al imaginario cuencano como: la variedad, belleza y tradición de las artesanías de la ciudad, el habla cantarina de los cuencanos, la gastronomía, su paisaje marcado por los 4 ríos, la amabilidad y hospitalidad de su gente, entre otros valores más. Esta información es la misma que compartió el Dr. Juan Martínez (2022) en su entrevista resaltando además que la ciudad misma no deja de ser un elemento de valor, teniendo en cuenta que aquí se puede encontrar la cuádruple patrimonialidad: el centro histórico como patrimonio mundial (elemento de carácter histórico-arquitectónico), el tejido de sombreros de paja toquilla como patrimonio cultural (elemento socio-económico), el Qhapaq Ñan como patrimonio mundial (elemento de carácter histórico-precolombino) y el macizo del Cajas como patrimonio de la biosfera (elemento ambiental). (ver anexo 4)

Gracias a esto, la ciudad se ha convertido en una locación turística de gran interés nacional e internacional, tanto así como hace referencia el autor Leonardo Torres León (2010), citando que una ciudad patrimonial genera condiciones para el aprovechamiento turístico, y es así

como se da el resultado del respeto, la conservación y la preservación del patrimonio, causando el desarrollo de eventos e intervenciones positivas en la ciudad.

El patrimonio inmaterial no puede quedarse a un lado. Gabriela Eljuri Jaramillo (2010) define dentro del mismo libro que:

La ciudad patrimonial es más que su traza urbana y que sus edificaciones, pues el patrimonio, desde las percepciones contemporáneas, no recae en los bienes, sino en la relación que con ellos establecen los seres humanos" (Eljuri, 2010, p.119)

Es así como dentro de este contexto, los mitos, las leyendas, las fiestas tradicionales como la famosa Fiesta de la Lira, los rituales, la religión, los personajes anecdóticos de la ciudad, la lengua propia y los dichos, los juegos y juguetes, son elementos relevantes y de gran importancia para la ciudad y sus habitantes. Entre estos se puede destacar al Pase del Niño Viajero, la fiesta del carnaval, la Semana Santa celebrada en procesiones y ceremonias, el Corpus Christi, entre otros, en donde se puede evidenciar la creatividad cultural de los cuencanos al representar la religión en fiestas, bebidas música y la gastronomía tradicional, siendo así un elemento indispensable de identidad cultural, Martínez (2010) alude que:

La cocina no es solo el principal elemento de la identidad cultural sino también un amplio camino para entrar en contacto con culturas diferentes; por ello, puede mirarse desde la perspectiva de identidad e intercambio. (Martínez, 2010, p.141)

Los autores Eljuri (2010) y Martínez (2022), mencionan que el patrimonio de Cuenca se construye también desde los oficios de sus habitantes, reflejado en la cerámica, la herrería, los bordados, el tejido en paja toquilla, la forja de hierro, la hojalatería y el ikat, ramas artesanales que marcan la influencia artesanal azuaya. Tal como cuenta Martínez (2022), a toda esta información también se puede sumar el trabajo de la gente local, resaltando la fuerza de trabajo femenina que ha sustentado de gran manera la economía no solo de su propio entorno familiar, sino también de distintos grupos sociales. En el tema específico de los mercados, la gran mayoría de trabajadoras son mujeres, los adjetivos que las definen son: fuerte, líder, conflictiva, pero sobre todo mujer trabajadora que genera ingresos que sustentan el hogar.

De manera importante, la autora Eljuri (2010), resalta que la historia y la cultura de la ciudad se cuentan también desde sus mercados donde hace referencia a que estos lugares son:

Espacios en los que un vestigio de la premodernidad queda anclado en el complejo contexto contemporáneo; en los que se tejen importantes relaciones sociales y culturales, resultantes de la interacción urbano-rural. Tiendas de abarrotes, en las que parece que el tiempo se detuviese en las imágenes de los antiguos pueblos, en donde entre soguillas, costales y todo tipo de viveres, cuelgan cirios artesanales, adornados con flores y pájaros, y que ya muy poco se ven en las procesiones religiosas. (Eljuri, 2010, p.131)

En cuanto al tema de actividades culturales y tradicionales dentro de los mercados, se puede decir a partir de la entrevista con el dr. Juan Martínez (2022) que estos espacios han sido vistos como potencia cultural muy grande siendo generadores y promotores de dichas actividades, las cuales convierten a estos lugares en centros de negocios turísticos de intercambio cultural. Sin embargo el dr alega que los mercados de abastos al tener competencia con centros comerciales de mayor escala deberían potenciar aún más sus actividades culturales y de encuentro con la gente para que de la misma manera se pueda resaltar la cultura, la historia, las costumbres y las tradiciones típicas de la ciudad.

Convirtiéndose así los mercados en espacios de encuentro cultural, en donde además de lo mencionado también se pueden observar las relaciones personales entre vendedores y compradores con el regateo, y la yapa, así como las tradiciones antiguas como por ejemplo las limpias y las curanderas, reflejo de conocimientos y saberes de épocas pasadas. Es así como la historia de Cuenca debe ser vista desde su arquitectura, sus calles, sus festividades, gastronomía, las relaciones entre la gente y el patrimonio inmaterial que se transmite de generación en generación.

2.2.3 Datos Históricos Mercado 10 de Agosto

Dentro del libro "Guía de arquitectura de Cuenca" (2007), se puede destacar que el Mercado 10 de Agosto se encuentra ubicado en una zona comercial, siendo uno de los mercados más característicos de la ciudad. Su construcción original comenzó en el año de 1953 durante la alcaldía del doctor Luis Moreno Mora y concluyó en 1954, durante la alcaldía del coronel Miguel Ángel Estrella Arévalo. El dise-

ño original seguía la tendencia racionalista involucrando volúmenes puros en el exterior de la edificación, mientras que en el interior se enlazaban a través de un puente.

En el libro "Guía de arquitectura de Cuenca" (2007) se indica que en el Mercado 10 de Agosto:

La estructura del edificio es de hormigón armado, y se expresa exteriormente por la utilización de planos verticales en la fachada que generan un ritmo uniforme. El ingreso principal se ubicaba en la intersección de la calle General Torres con la calle Larga, y estaba jerarquizado con un podio de ingreso y un volumen curvo en el cual se inscribía una placa de mármol con los nombres de los alcaldes y concejales gestores de este proyecto ciudadano (p.211)

Sumado a esto, se adiciona un edificio de obra nueva en el lote que ocupara anteriormente la plataforma Tomebamba. Este volumen maneja un lenguaje contemporáneo que respeta la escala y proporciones de su contexto inmediato. El ingreso por la calle General Torres está caracterizado por una estructura tensada que recupera el concepto del tradicional toldo, utilizado por las vivanderas para proteger sus productos de la inclemencia del clima. Una ruptura marca la transición entre el edificio antiguo y el nuevo. La reinauguración de esta obra se realizó en el mes de abril del 2004. (ver figura 4)



Figura 4: Emplazamiento Mercado 10 de Agosto
Fuente: Geoportal, 2022

En la entrevista con el Ing.Cordero (2022) comentó que la construcción antes de su remodelación fue bajo la alcaldía del Coronel Estrella y el Ing. Julio Portilla en donde utilizaron en los espacio materiales como el hierro liso, cerámicas, baldosas de cemento y sobre eso diferentes materiales. (ver anexo 5)

Antes del año 2004 el inmueble se encontraba en decadencia y mal estado por no prestar las condiciones funcionales y sanitarias necesarias para su correcto funcionamiento y al mismo tiempo convirtió al sector en donde se encuentra en una zona conflictiva e incluso insegura, motivos por los que se llevó a cabo una remodelación del edificio en el año 2004. Dicho proyecto fue diseñado por los arquitectos Fabián Orellana Serrano y Augusto Pesantez Urgilés, y construido por el Ing. Diego Cordero, en el cuál se generó la creación de un gran patio al interior, como espacio principal para la organización del mercado.

De igual forma en la entrevista con el Ing.Cordero (2022) afirma que antes de la intervención el estado actual (ver imagen 13) estaba abandonado por un tiempo para poder desinfectar el lugar, a raíz de esto fue habitado por un tiempo por personas sin hogar, llegando a completar el avance de la obra, en la planta baja se encontraban hierros de las estructuras de las losas y en las partes superiores habían 4 o 5 tipos de pisos colocados uno sobre otros con una carga muy pesada a la estructura, la infraestructura era un canchón, donde se encontraban con el uso de pequeños locales comerciales que daban a las calles laterales, se utilizan estos espacios más como bodegas y los vendedores solían pasar en la parte exterior del espacio, por otro lado, en la planta alta se usaba más para comedores populares y bodegas. (ver anexo 5)



Imagen 13: Fotografía de la fachada principal del Mercado 10 de Agosto, Cuenca Ecuador
Fuente: Hábitat y Desarrollo Urbano, 2019

Asimismo en la entrevista con el Ing.Cordero (2022) menciona que para la remodelación la estructura como tal estaba en buenas condiciones, sin embargo en el interior se procedió a retirar capas adicionales como por ejemplo en pisos, mejorar las pendientes de la terraza con las medidas correctas y el tratamiento de la armadora

de hierro usando productos para sellarlo, usando materiales como pórticos de hormigón en las zonas nuevas, pisos de porcelanato, mesones de cerámica importada desde Perú, estructuras modulares, fachada nuevamente elucida, sin aleros y la cubierta de policarbonato alveolar, el cual se tuvo que ir cambiando con el paso de los años pero inicialmente se pensó en Teja con tragaluces.

La segunda planta mejoró mucho a partir de la remodelación, la cantidad de puestos estaban decididos por los mismos arrendatarios; El tiempo en el que duró este proceso fue alrededor de 7-8 meses, logrando acabar en este tiempo a favor de que se trabajaba los 7 días de la semana. (ver anexo 5)

2.2.4. Datos generales del predio

El Mercado 10 de Agosto se encuentra ubicado en el centro histórico de la ciudad (ver tabla 4), su calle principal de acceso es la Calle Larga y las secundarias son la General Torres y Miguel de Ullauri (ver figura 5). Es un mercado característico y tradicional de Cuenca en donde se puede encontrar productos de primera necesidad.



Figura 5: Ubicación del Mercado 10 de Agosto, de la ciudad de Cuenca
Fuente: Google Maps, 2022

TABLA 4: "DATOS GENERALES DEL PREDIO"	
Ubicación:	Calle Larga 1147, Cuenca.
Superficie:	6197 m2
Tiempo estimado	Desde el centro histórico (Parque Calderón) 8 minutos en vehículo, y a pie 6 minutos.
Vía de acceso principal:	Calle Larga

Fuente: Elaboración propia, 2022.

2.2.5 Ubicación en relación a equipamientos existentes

-Plaza San Francisco: La plaza de San Francisco se encuentra ubicada entre las calles Padre Aguirre y Presidente Cordova al Este del centro histórico. La plaza es utilizada hoy en día para eventos sociales y culturales además de la venta de distintos productos locales. El usuario recorre 3 minutos en vehículo y 2 a pie desde el centro histórico de la ciudad. (ver figura 6)



Figura 6: Ubicación de la Plaza San Francisco, de la ciudad de Cuenca
Fuente: Google Maps, 2022

-Museo del Sombrero de Paja Toquilla: El Museo del Sombrero de Paja Toquilla está ubicado en la Calle Larga 10-41 al Sur del centro histórico. Este espacio promueve el reconocimiento del sombrero de paja toquilla mediante exposiciones y recorridos. El usuario recorre 5 minutos en vehículo y 4 a pie desde el centro histórico de la ciudad. (ver figura 7)

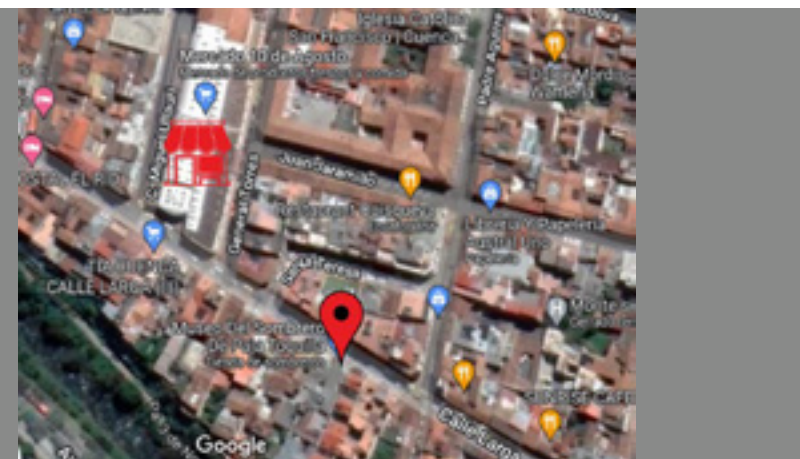


Figura 7: Ubicación del Museo de Paja Toquilla, de la ciudad de Cuenca
Fuente: Google Maps, 2022

2.2.6 El clima en Cuenca

a) El Viento en Cuenca: La parte más ventosa del año en la ciudad es considerada desde el mes de mayo al mes de septiembre, con velocidades promedio del viento de más de 9,7 kilómetros por hora. El mes más ventoso del año en Cuenca es julio, con vientos a una velocidad promedio de 13,7 kilómetros por hora como se observa en la figura 8.

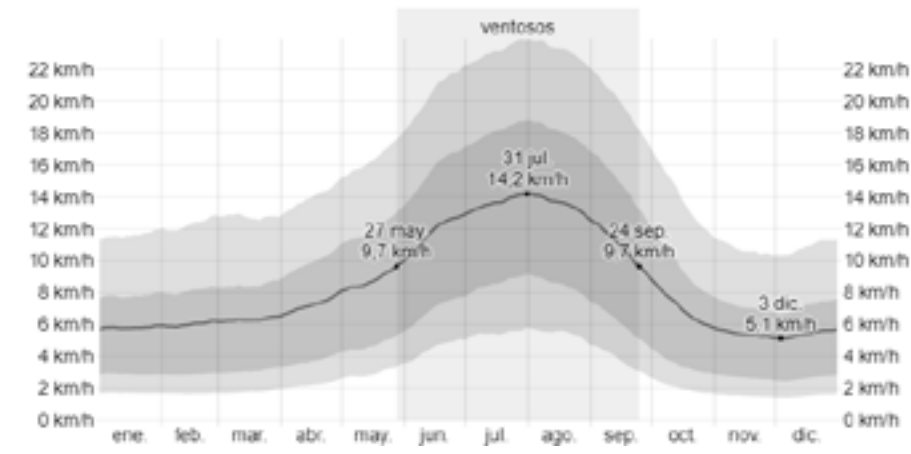


Figura 8: Esquema del viento en la ciudad de Cuenca durante todo el año
Fuente: Weather Spark, 2022

Y finalmente se realizó un estudio del viento del Mercado 10 de Agosto en donde por medio de flechas se entiende por donde fluye las condiciones del viento en la figura 9.

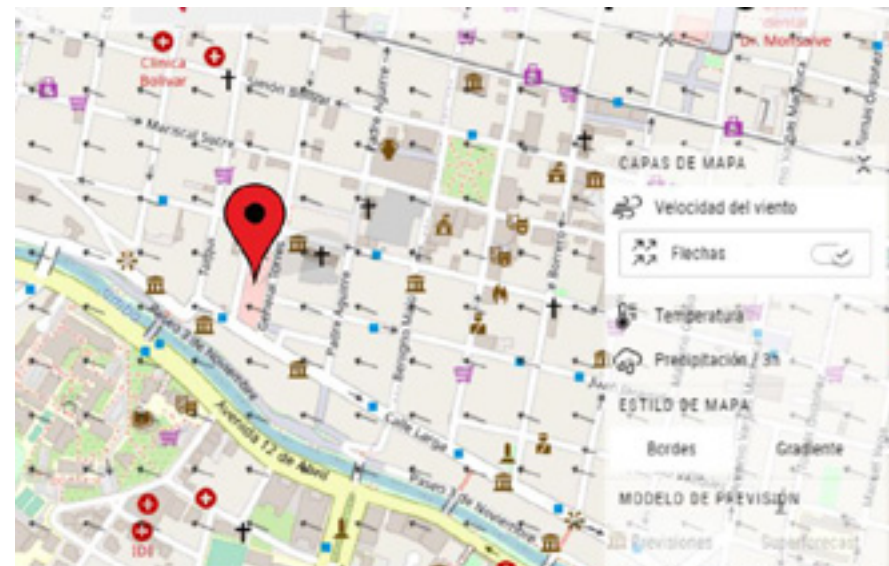
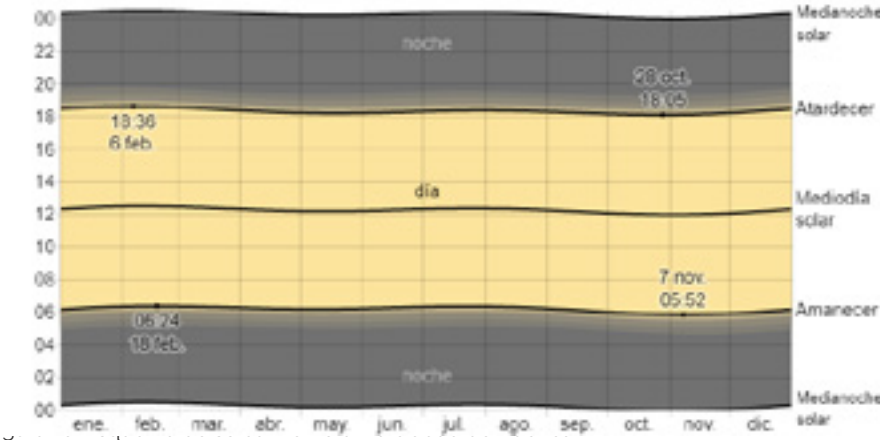


Figura 9: Esquema de estudio del viento en el Mercado 10 de Agosto
Fuente: Windfire, 2022

b) Soleamiento en Cuenca:

De la misma manera, la salida del sol varía por minutos, gracias a un estudio se sabe que la más temprana es a las 05:52 el 7 de noviembre, y la salida del sol más tardía es a las 06:24 el 18 de febrero. Mientras que la puesta del sol más temprana es a las 18:05 el 28 de octubre, y la puesta del sol más tardía a las 18:36 el 6 de febrero. (ver figura 10)



Fuente: Weather Spark, 2022

A partir del análisis general de Cuenca, ciudad donde se encuentra el caso de estudio, se procedió a realizar un análisis de soleamiento específico del sitio para así tener un mayor conocimiento de cómo entra y sale la luz en la edificación. (ver figura 11)

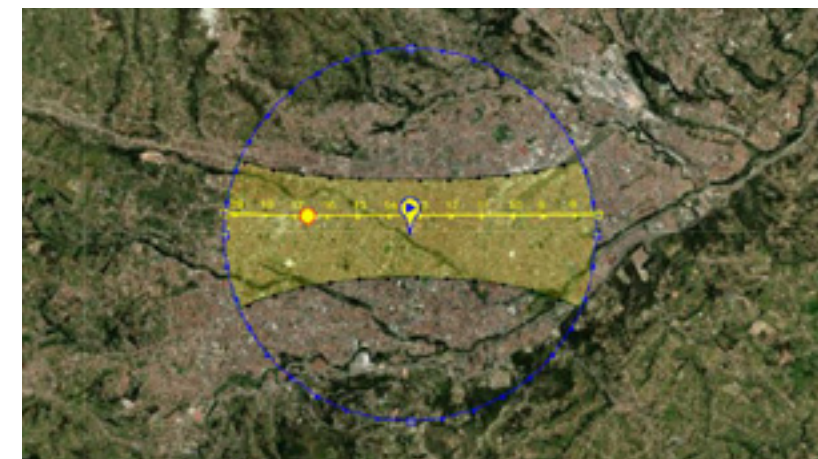
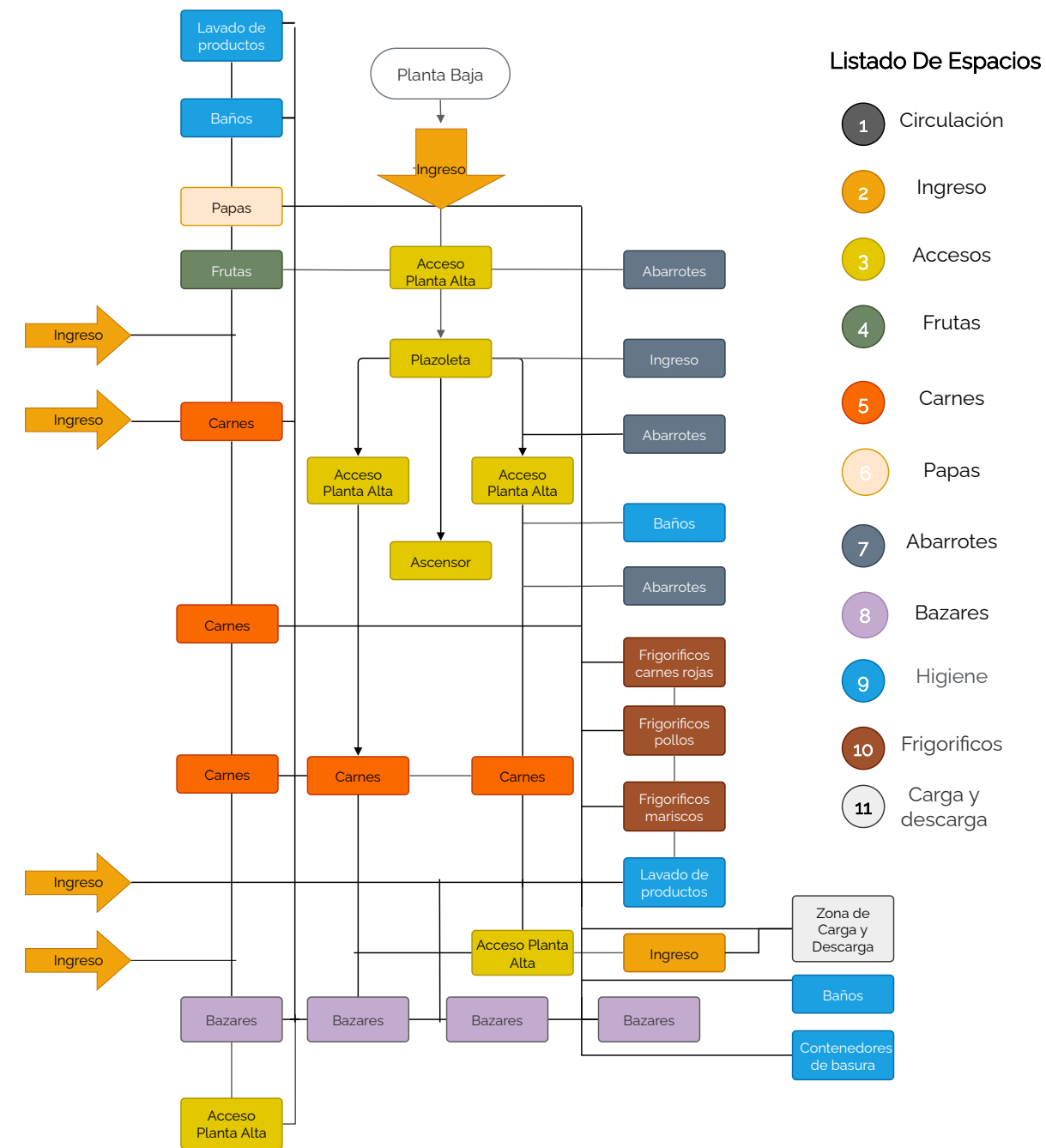


Figura 11: Análisis de Soleamiento en la ciudad de Cuenca
Fuente: Weather Spark, 2022

2.2.7 Estado Actual de la Edificación

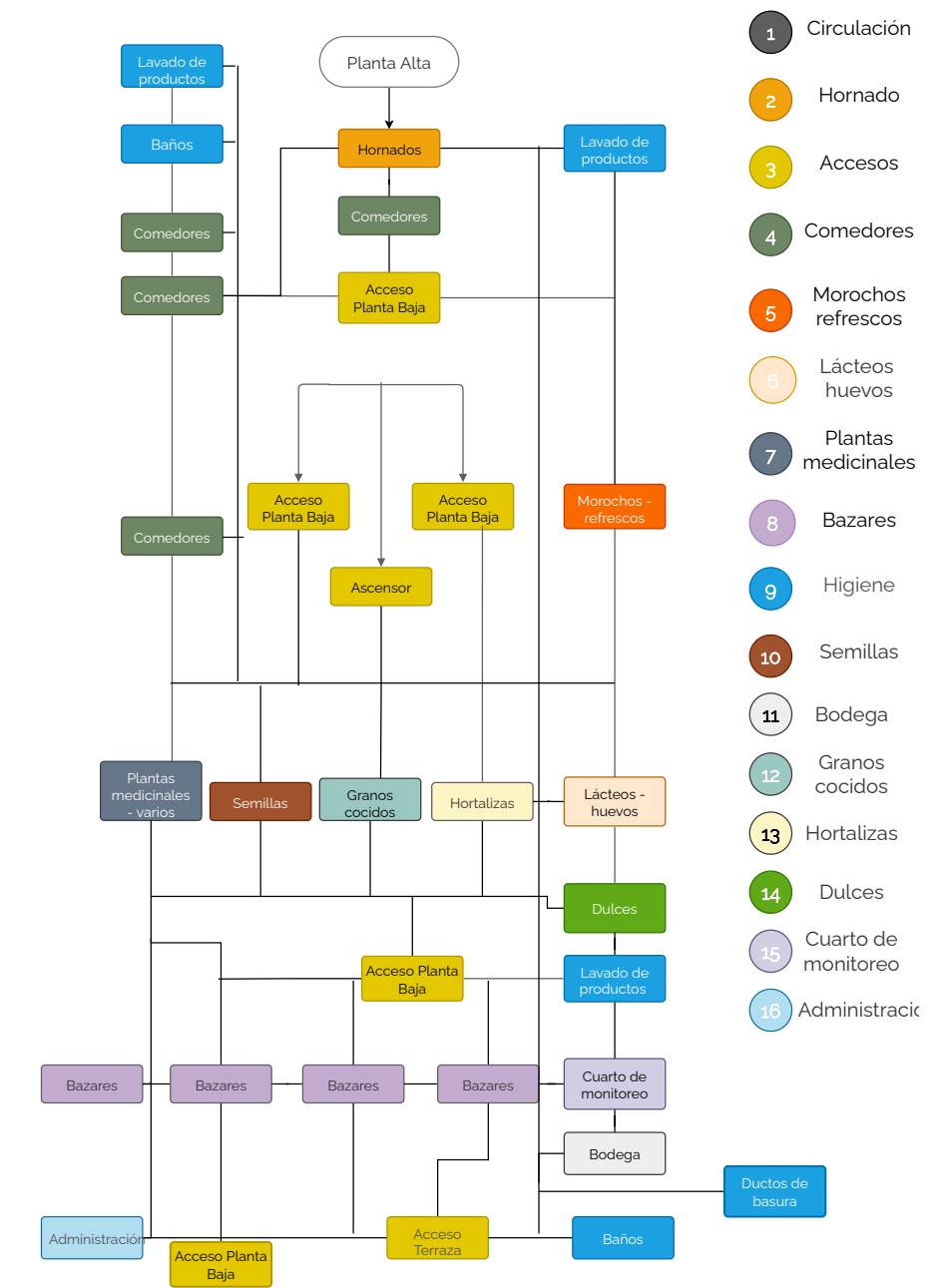
El Mercado 10 de Agosto es característico por su gran número de espacios que se encuentran actualmente, gracias a la herramienta de observación de campo se pudo recopilar información acerca de los metros cuadrados por zona de servicio como se evidencia en los siguientes organigramas y tablas:

TABLA 5: "ORGANIGRAMA FUNCIONAL ACTUAL DEL MERCADO 10 DE AGOSTO, PLANTA BAJA"



Fuente: Elaboración propia, 2022.

TABLA 6: "ORGANIGRAMA FUNCIONAL ACTUAL DEL MERCADO 10 DE AGOSTO, PLANTA ALTA"



Fuente: Elaboración propia, 2022.

TABLA 7: "TABLA DE METROS CUADRADOS POR ZONA DE SERVICIO DEL MERCADO 10 DE AGOSTO - PLANTA BAJA"						
Codigo	Espacio	Elementos de mobiliario	Área total / m2	Tamaño promedio puesto de trabajo	Altura por puesto de trabajo	
Espacio de venta						
A.FT.1	Área de frutas	69	303.17	1,68cm x 2,16cm	4.40 m	
A.C.1	Área de carnes	137	783.08			
A.P.1	Área de papas	20	82.62			
A.AB.1	Abarrotes	38	345.34			
A.B.1	Bazares	63	320.73			
Zona de servicios comunes						
A.H.1	Baños	54	126.47			
A.LP.1	Lavado de productos	4	13.68			
A.FG.1	Frigoríficos	/	85.61			
A.CD.1	Carga y descarga	/	114			
Zona de circulación						
A.I.1	Circulación horizontal	/	154.25			
A.AC.1	Circulación Vertical	/	135.03			
A.P.1	Plazoleta	/	685.25			

Fuente: Elaboración propia, 2022.

TABLA 8: "TABLA DE METROS CUADRADOS POR ZONA DE SERVICIO DEL MERCADO 10 DE AGOSTO - PLANTA ALTA"						
Codigo	Espacio	Elementos de mobiliario	Área total / m2	Tamaño promedio puesto de trabajo	Altura	
Espacio de venta						
A.HD.1	Hornado	12	205,06	1,68cm x 2,16cm	8,3m	
A.CO.1	Área de comedores	70	1075,21			
A.MF.1	Morochos y refrescos	18	246,25			
A.LH.1	Lácteos y huevos	10	118,71			
A.PM.1	Plantas medicinales	23	145,79			
A.S.1	Semillas	23	150,18			
A.GC.1	Granos cocidos	24	161,55			
A.HT.1	Hortalizas	62	419,26			
A.D.1	Dulces	9	68,36			
A.B.2	Bazares	45	339,01			
Zona de servicios comunes						
A.H.2	Baños	44	108,53			
A.LP.2	Lavado de productos	13	50,47			
A.B.1	Bodega	/	12,5			
Zona administrativa						
A.CM.1	Cuarto de monitoreo	/	13,76			
A.AD.1	Administración	/	95,6			

Fuente: Elaboración propia, 2022.

De igual forma se realizó una entrevista al Ing. Guerrero (2022) , actual administrador del Mercado 10 de Agosto, quien especifica las condiciones de la infraestructura, mencionando que hace alrededor de 5 años se decidió cambiar el cielo raso, arreglando fallas en tubería de agua potable y desagüe, por otra parte, también problemas organizacionales en el espacio interior como por ejemplo los puestos de trabajos ya que son muy pequeños por lo que sería mejor ampliarles proporcionando la altura necesaria sin ocultar la iluminación y considerando sobretodo el tipo de producto que se vende para así brindar un correcto uso del mobiliario, así también, al hablar de ergonomías para mejorar estos espacios el Ingeniero dijo que sería importante primero analizar estos espacios según el producto que se oferte, tratando de segmentarlos creando espacios continuos con productos de una misma categoría (ver imagen 14) por zonas destinadas a los tiempos actuales. (ver anexo 2)



Imagen 14: Fotografía de zona de frutas, Mercado 10 de Agosto
Fuente: Elaboración propia, 2022

En términos de bioseguridad Guerrero (2022) comentó que dentro del mercado las personas que lo habitan hacen uso de mascarillas, el lavado de manos y el uso pertinente de alcohol, adicional a esto los espacios cuenta con sistemas de ventilación natural en el que el aire circula de buena manera por medio de ventanas de barrotes de vidrio tratando de evitar los malos olores causados por la variedad de abastos que se ofertan dentro del mismo, sin incluir la zona de mariscos en donde si existe una lucha por tratar de mejorar los olores que se tiene en esta zona. (ver anexo 2).

Considerando los problemas socioeconómicos que afectan al mercado como tal Guerrero (2022) asegura que uno de los problemas más notorios que se evidencia en el mercado es gracias a los vendedores ambulantes, un tema diario que sucede, menciona que tratan de evitar este problema por guardias que se encargan de la seguridad, haciendo que la gente se sitúe en otros lados que no correspondan al área del mercado como tal, pero que a pesar de esto no se puede solucionar del todo llegando a causar problemas socioeconómicos, a pesar de esto la seguridad actualmente es muy buena, los comerciantes si ven algún acto de violencia dentro del mercado se apoyan entre ellos comunicando a los inspectores acerca de estas situaciones, estableciendo que la relación entre los vendedores en términos generales sea de un ambiente familiar. (ver anexo 2).

2.2.8 Problemas que enfrenta el Mercado 10 de Agosto en la actualidad

a) La vida dentro del mercado:

A partir de la misma información recolectada se establece que 4 de las 5 vendedoras son de la ciudad de Cuenca, todas estas son mujeres y casi la gran mayoría de los vendedores del mercado obtienen sus productos de la feria libre, otros consiguen sus productos en lugares como el mercado 3 de noviembre, al igual que compran ciertos elementos a proveedores de distintas partes del país y también en diversos establecimientos como el mercado anteriormente mencionado. Al realizar las preguntas, las vendedoras explicaron que cuando se terminan sus horas de trabajo, ellas dejan sus productos en sus puestos de trabajo y los cubren con fundas plásticas, sin embargo, expresaron que les gustaría tener un sistema más útil y moderno que cubra sus productos como por ejemplo las estructuras con puertas metálicas que se encuentran en el mercado del arenal. De la misma manera, se pudo observar que varias vendedoras llevan trabajando en el mercado muchos años, desde que son muy pequeñas ayudando a sus propias madres que tiempo atrás tenían sus puestos de trabajo dentro del mismo mercado conservando de generación en generación, otras de ellas se han ganado estos puestos con su arduo trabajo propio. (ver anexo 1)

b) Estado de conservación actual:

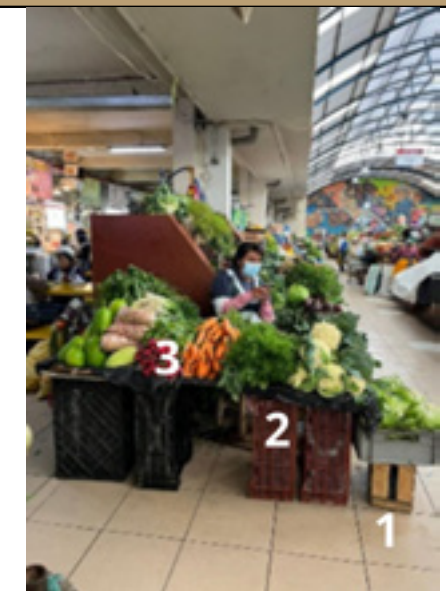
Gracias a la observación de campo, en donde se realizó un registro fotográfico en donde se optó por identificar los materiales y el mobiliario existente en los módulos de trabajo de distintas áreas de los comerciantes del Mercado 10 de Agosto, tomando en consideración las siguientes tablas:

TABLA 9: "ESTADO DE CONSERVACIÓN ACTUAL, ÁREA DE FRUTAS"		
	NOMBRE	Área de frutas
	MATERIALES IDENTIFICADOS	1. Piso de cerámica 30cmx30cm. 2. Estructura hormigón. 3. Mobiliario en niveles de madera .
	MOBILIARIO IDENTIFICADO	Estante de madera a distintos niveles para colocar los productos de exhibición, saquillo como uso de seguridad para cubrir el puesto de trabajo.
	OBSERVACIONES	No son mobiliarios en los que aseguren la higienización, son funcionales pero no prevén las medidas de bioseguridad, no es llamativo, y no se puede identificar quien es el propietario de este puesto por la falta de señalización.
Formatos del puesto de trabajo (mts): 2,20 x 1,80	CÓDIGO	A.FT.1.1.1

Fuente: Elaboración propia, 2022.

TABLA 10: "ESTADO DE CONSERVACIÓN ACTUAL, ÁREA DE FRUTAS"		
	NOMBRE	Área de frutas
	MATERIALES IDENTIFICADOS	1. Piso de cerámica. 2. Canastas de soporte de plástico. 3. Bandejas plásticas. 4. Palets. 5. Cartones.
	MOBILIARIO IDENTIFICADO	Canastas plásticas como soporte de distintos productos y bandejas plásticas para su exhibición. Silla de madera y metal, además de palets presentes en el espacio. Cartones como uso de almacenamiento.
	OBSERVACIONES	Se observa claramente la falta de mobiliario bien estructurado para la organización y exhibición de productos. Sumado a esto no existe una zona de descanso para el vendedor del puesto, identificando una falta de confort espacial.
Formatos del puesto de trabajo (mts): 2,20 x 1,80	CÓDIGO	A.FT.1.1.1.2

Fuente: Elaboración propia, 2022.

TABLA 11: "ESTADO DE CONSERVACIÓN ACTUAL, ÁREA DE HORTALIZAS"		
	NOMBRE	Área de Hortalizas
	MATERIALES IDENTIFICADOS	1. Piso de cerámica 30cmX30cm. 2. Canastas plásticas. 3. Funda de basura.
	MOBILIARIO IDENTIFICADO	Canastas plásticas y fundas de basura como elementos de soporte y exhibición de productos.
	OBSERVACIONES	No se evidencia un mobiliario fijo en donde el cliente pueda apreciar los productos. El puesto de trabajo es improvisado, y no se puede identificar quien es el vendedor de dicho espacio.
Formatos del puesto de trabajo (mts): 2,40 x 1,64	CÓDIGO	A.FT.1.1.3

Fuente: Elaboración propia, 2022.

TABLA 12: "ESTADO DE CONSERVACIÓN ACTUAL, ÁREA DE PLANTAS MEDICINALES"		
	NOMBRE	Área de Plantas Medicinales
	MATERIALES IDENTIFICADOS	1. Cajas palets. 2. Plástico.
	MOBILIARIO IDENTIFICADO	Cajas palets como estanterías y plástico como separador de puesto.
	OBSERVACIONES	El mobiliario es inexistente, debido a los elementos utilizados y a la mala organización se genera contaminación visual, en donde no invita al cliente a realizar su compra como se debe.
Formatos del puesto de trabajo (mts): 2,20 x 1,80	CÓDIGO	A.FT.1.1.4

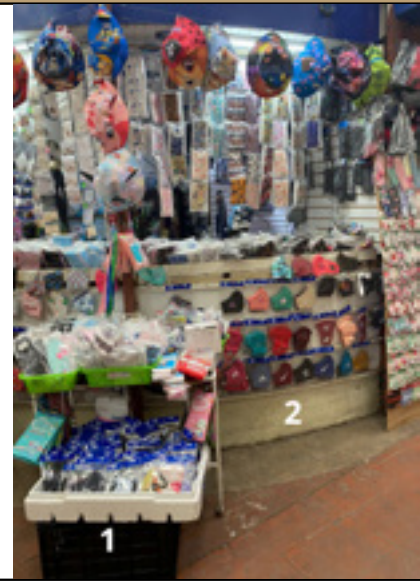
Fuente: Elaboración propia, 2022.

TABLA 13: "ESTADO DE CONSERVACIÓN ACTUAL, ÁREA DE CARNES"		
	NOMBRE	Área de Carnes
	MATERIALES IDENTIFICADOS	1. Piso de cerámica 30cmx30cm. 2. Acero Inoxidable 3. Canastas plásticas .
	MOBILIARIO IDENTIFICADO	Se puede identificar el uso de acero inoxidable como mesón y estructura para la colocación de productos , igualmente el uso de canastas plásticas para mover los productos
	OBSERVACIONES	Además de evidenciar una mala organización, el uso de canastas plásticas son utilizadas para mover los productos, pero al realizar de esta forma virus y bacterias pueden lograr contaminar los productos frescos.
Formatos del puesto de trabajo (mts): 1,94 x 1,80	CÓDIGO	A.FT.1.1.1.5

Fuente: Elaboración propia, 2022.

TABLA 14: "ESTADO DE CONSERVACIÓN ACTUAL, ÁREA DE ABARROTES"		
	NOMBRE	Área de Abarrotes
	MATERIALES IDENTIFICADOS	1. Saquillos 2. Madera 3. Metal. 4. Palets 5. Piedra
	MOBILIARIO IDENTIFICADO	Uso de metal para estantería de productos, saquillos para almacenamiento de granos y otros productos, palets a distintas alturas para almacenamiento de productos.
	OBSERVACIONES	La falta de organización espacial se evidencia a gran escala, la falta de higiene en los productos provocan contaminación visual.
Formatos del puesto de trabajo (mts): 2,58 x 2,74	CÓDIGO	A.FT.1.1.1.6

Fuente: Elaboración propia, 2022.

TABLA 15: "ESTADO DE CONSERVACIÓN ACTUAL, ÁREA DE BAZARES"		
	NOMBRE	Área de Bazares
	MATERIALES IDENTIFICADOS	1. Canastas Plásticas 2. Madera
	MOBILIARIO IDENTIFICADO	El uso de canastas plásticas para el almacenamiento de productos, el counter tiene una estructura de madera como las paredes divisoras.
	OBSERVACIONES	La falta de organización espacial se identifica, no se observa un espacio limpio y ordenado.
Formatos del puesto de trabajo (mts): 3,10 x 1,79	CÓDIGO	A.FT.1.1.1.7

Fuente: Elaboración propia, 2022.

c) En contexto de la bioseguridad en el Mercado:

En cuanto a la seguridad dentro del Mercado 10 de Agosto, las vendedoras han expresado que es un espacio seguro y controlado por guardias de seguridad, del mismo modo resaltan que las medidas de bioseguridad se cumple, utilizando mascarilla, alcohol desinfectante, y siguiendo el reglamento por parte de administración de tener las dosis completas de vacunación para poder ingresar al espacio interior. Por otra parte, en temas estéticos y funcionales, las vendedoras se sienten satisfechas con sus puestos de trabajo, no obstante, han reflejado su deseo de mejorarlos si se da la posibilidad de hacerlo, sobre todo de tener un mobiliario apto para exponer sus productos de manera llamativa y ordenada, y de igual manera tener un espacio de trabajo cómodo, para así poder lograr atraer a los clientes ya que una de las vendedoras mencionó que las ventas han disminuido en los últimos tiempos sobretodo por la emergencia sanitaria del Covid-19 y asimismo otros elementos. (ver anexo 1)

De esta manera se puede concluir que, a partir de la observación de campo y las entrevistas realizadas, el mercado sin duda necesita un mejoramiento de varias de sus zonas más críticas como las zonas

de carnes, frutas, hortalizas, plantas medicinales, puestos de comida, abarrotes y bazares. Sus pisos no se encuentran en buen estado, en su mayoría están deteriorados, no hay una buena circulación de aire en todas las zonas, no logra cumplir con las medidas de bioseguridad que exige la emergencia sanitaria de la Covid-19., a pesar de tener ventilación natural se observó que sería de mayor ayuda el usar ventilación automática como el uso de ventilador mecánico, la iluminación es un elemento esencial que debe mejorarse, los puestos de trabajo tienen un gran potencial de mejora con un buen diseño funcional y visual, entre otros.

Estos elementos aportaran de manera positiva no solo al funcionamiento del espacio sino también al atractivo del lugar, atrayendo así al público, generando más ventas e ingresos, siendo esencial una remodelación del lugar, así como mencionó el administrador del mercado, Fabian Guerrero (2022), que alude en su entrevista que los mismos comerciantes desean que estas mejoras se realicen. (ver anexo 2)

Debido a este análisis, se tomó en consideración realizar las siguientes tablas (ver tabla 16 y 17) en donde se especifique por cada espa-




cio el nivel de deterioro actual en donde el color verde  significa muy poco deterioro, el naranja  medio y el rojo  en el que existe un alto daño.

TABLA 16: "OBSERVACIÓN DE CAMPO: ESTADO DE DETERIORO ACTUAL, PUESTOS DE VENTA PLANTA BAJA"	
Espacio	Nivel de deterioro
Área de frutas	
Área de carnes	
Área de papas	
Abarrotes	
Bazares	
Higiene	
Frigoríficos	
Carga y descarga	
Ingreso	
Accesos	
Plazoleta	

Fuente: Elaboración propia, 2022.

TABLA 17: "OBSERVACIÓN DE CAMPO: ESTADO DE DETERIORO ACTUAL, PUESTOS DE VENTA PLANTA ALTA"	
Espacio	Nivel de deterioro
Hornado	
Área de comedores	
Morochos y refrescos	
Lácteos y huevos	
Plantas medicinales	
Bazares	
Higiene	
Semillas	
Bodega	
Granos cocidos	
Hortalizas	
Dulces	
Cuarto de monitoreo	
Administración	

Fuente: Elaboración propia, 2022.

d) Uso de materiales antimicrobianos:

El uso de materiales antimicrobianos como se analizó en marco teórico son de suma importancia dentro de espacios públicos de alto tráfico para prevenir virus y bacterias, estos materiales al ser aplicados en un equipamiento público, en el caso específico del Mercado 10 de Agosto de la ciudad de Cuenca, Ecuador tal y como se menciona en la entrevista con el Arq.Contreras (2022) los materiales que aportan bioseguridad, durabilidad y resistencia y puedan ser aplicados dentro del Mercado 10 de Agosto pueden ser todos los que se utilizan actualmente, esto siempre y cuando tenga las capacidades de recubrirse o revestirse con pinturas o elementos que impidan la permeabilidad. (ver anexo 3)

Al hablar de mobiliario igualmente en la entrevista con Arq.Contreras (2022) señaló que se debe analizar la estática, soporte y resistencia del material, se refirió a la madera lacada o melamina como un ejemplo ya que explicó que es un material liviano y repele humedad, además añadió que al pensar en mobiliario dentro de un espacio público este debe adaptarse ergonómicamente a las necesidades que se requiera e igualmente a la forma determinada del espacio. (ver anexo 3)

Igualmente Contreras (2022) señaló por otro lado que por el Covid-19 es importante tomar en consideración no utilizar materiales que absorban humedad, debido a que la sanitización es un factor importante para prever la presencia de microorganismos que invaden el espacio, considerando importante el sesgar los materiales entre aquellas superficies con menores juntas, no absorbentes, que repelen la humedad y de formatos grandes por temas de dilatación o comportamiento térmico, materiales que pueden brindar estas características pueden ser aquellos como el porcelanato, vidrio, mármol, polímero, etc. (ver anexo 3)

2.3 Casos Homólogos Nacionales e Internacionales

2.3.1 Retail Design y Visual Merchandising

Para considerar los distintos homólogos se tomó en cuenta al retail design y al visual merchandising como herramientas esenciales dentro de la organización de los mercados, la señalética, la mejora en ventas de productos y la conexión con el cliente por medio del diseño interior.

A partir de toda la información recolectada previamente, se puede deducir que es de suma importancia conocer los problemas y necesidades dentro del Mercado 10 de Agosto para poder brindar soluciones de bioseguridad, económicas y organizaciones en donde a través del diseño interior pueda ser utilizada como una herramienta que puede facilitar este proceso por medio del retail design y el Retail Merchandising o Visual Merchandising.

Al realizar la entrevista a la diseñadora Verónica Vélez (2022) considera que hoy en día la sociedad se encuentra en una época donde la adquisición de bienes ya no solo se refiere a solo con las necesidades de los individuos, sino también con la conexión o el vínculo que se logre generar entre marca y consumidores, por lo que el motivo debe ser desarrollar un concepto único y diferente, que permita lograr un alto impacto y determinar cómo es la identidad de la propuesta de la marca, por lo tanto menciona que el diseño comercial se enfoca en los negocios y se inspira en las tendencias sociales y de consumo combinando con aspectos de diseño de interiores, arquitectura, diseño gráfico, publicidad, marketing, ventas y productos para crear un espacio comercial. (ver anexo 6)

Asimismo Vélez (2022) destaca que al fusionar el retail design y el retail merchandising fue necesario preguntar a Vélez cual es la diferencia entre ambas, respondiendo así que el visual o retail merchandising es una herramienta indispensable para los proyectos comerciales en donde su enfoque es la venta a sus consumidores que visiten el espacio comercial para que logren comprar entre uno o varios artículos, es la manera eficiente de exhibir los productos en el área de venta asignada, facilitando la búsqueda del producto, mientras que por otro lado el retail design o el diseño de experiencias es una fuente de innovación en procesos del desarrollo de proyectos, donde se debe prevalecer las emociones y fantasías, cuyo objetivo principal es crear experiencias durante la compra, por lo que menciona que los aspectos o elementos que ayudan a mejorar la imagen y la funcionalidad del espacio como conocer la superficie de la venta para la circulación y zonificación (layout), asociar necesidades con relación a la distribución del producto (visual merchandising) y utilizar la mejor herramienta de comunicación con el cliente, creando una experiencia diferente de compra e incluir señalización clara e informativa. (ver anexo 6)

Vélez (2022) considera que el Mercado 10 de Agosto está considerado como un inmueble patrimonial es necesario saber las pautas en

los que se pueden intervenir por esta razón Vélez indica que el retail entra en juego por ejemplo generando una buena circulación (factor clave), también logrando una exhibición innovadora de los productos y un concepto innovador en el espacio, respetando siempre las normas aplicadas dentro de los espacios patrimoniales. (ver anexo 6)

2.3.2 Homólogos Nacionales e Internacionales

En muchas ciudades de varios países los mercados minoristas, especialmente los que se encuentran dentro del patrimonio cultural de una ciudad, se los han considerado un punto clave para el intercambio cultural y la comercialización de productos alimenticios, logrando que estos espacios sean capaces de adaptarse a un público más heterogéneo. Siendo así es importante el analizar las medidas ergonómicas, iluminación, ventilación, higiene, seguridad, mobiliario, distribución (retail design), señalización (visual merchandising), evidencia cultural y materiales de bioseguridad, por lo que en la siguiente tabla (ver tabla 18) se enlista los elementos a tomar en consideración dentro de un mercado de abastos, cada uno representados en números en los que dentro de las imágenes de los homólogos se van a ir colocando.

TABLA 18: "ELEMENTOS A OBSERVAR DE HOMÓLOGOS"	
Nombre	Número
Circulación	1
Iluminación	2
Ventilación	3
Higiene	4
Seguridad	5
Mobiliario	6
Distribución	7
Señalización	8
Evidencia cultural	9
Materiales de bioseguridad	10

Fuente: Elaboración propia, 2022.

que la zona de trabajo es el adecuado para un buen confort espacial utilizando materiales antimicrobianos como el acero oxidable como fuente para los productos. (ver imagen 21)



Imagen 21: Mobiliario, Mercado la Boquería
Fuente: Finocchiari, 2010

Nombre	Número
Mobiliario	6
Distribución	7

El espacio se establece por medio de una conexión interior - exterior por lo que en la imagen 35 se visualiza una buena ventilación natural de aire, espacios amplios para una buena circulación para los compradores, y además el uso de símbolos y características culturales emplazadas como elementos dentro de la fachada exterior. (ver imagen 22)



Imagen 22: Fachada exterior, Mercado la Boquería
Fuente Raymund, 2019

Nombre	Número
Circulación	1
Ventilación	3
Evidencia cultural	9

El uso de señalización (visual merchandising) es evidente y se acopla a las necesidades del espacio comercial, mejorando el aspecto físico y funcional de cada comerciante en su zona de trabajo como se observa en la imagen 23.

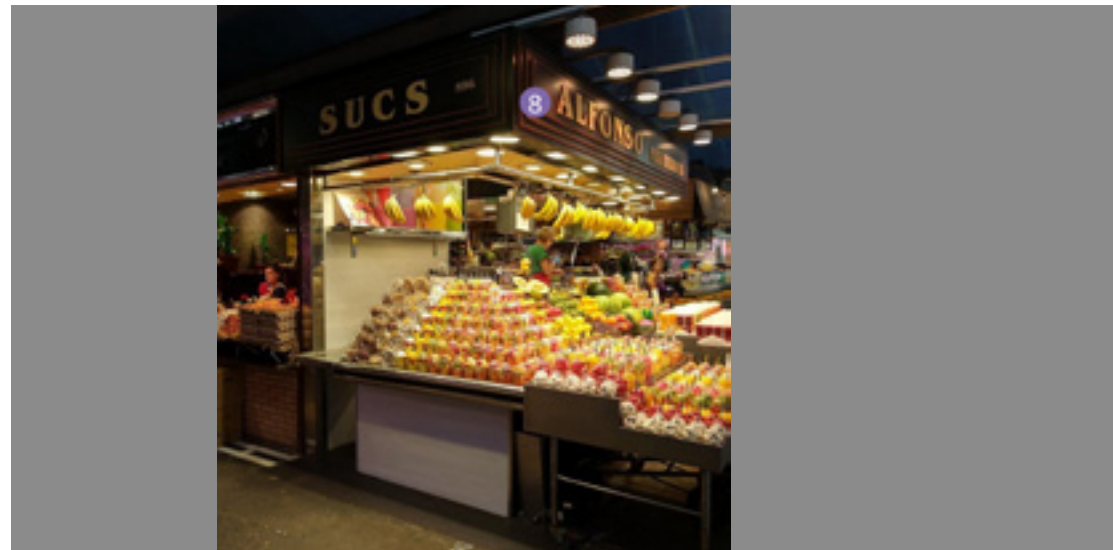


Imagen 23: Señalización (visual merchandising), mercado la boquería
Fuente: Raymund, 2019

Nombre	Número
Señalización	8

Se puede observar también, que la circulación dentro de este mercado cumple con los requisitos mínimos, se puede analizar que a comparación con la parte exterior es mucho más angosta pero a pesar de esto se pueden movilizar dos personas por los sentidos contrarios. En la iluminación el uso artificial ayuda a la exposición de los productos dentro del puesto de venta logrando utilizar el visual merchandising. (ver imagen 24)



Imagen 24: Circulación e iluminación, mercado la boquería
Fuente: Daniele19562802, 2019

Nombre	Número
Circulación	1

El diseño y organización del mercado de la Boquería se encuentra dividido en tres espacios invisibles, claramente diferenciados, las frutas y verduras, el espacio mixto de pescados y mariscos y el espacio de carnicerías. Diseñado de esta manera para que cada zona de venta sea específica de cada producto, además de tener una buena circulación, lo cual invita al cliente a ir directamente a la zona buscada para adquirir sus productos. Este mercado puede aportar a la tesis directamente en la organización de los puntos de venta y en la mejora de la circulación, al igual que al diseño visual.

2.3.5 Plaza Minorista José María Villa

La Plaza Minorista José María Villa está ubicada en Medellín cerca de la iglesia San Benito y el ministerio de trabajo, fue construida en 1984 como respuesta al espacio caótico que se estaba afrontando en ese entonces, por lo que su rehabilitación fue factible a la hora de considerar la seguridad dentro del mismo como se observa en la imagen 38 en donde para impedir robos y violencia se decidió colocar barrotes en el ingreso principal. (ver imagen 25)



Imagen 25: Seguridad, Plaza Minorista José María Villa
Fuente: Redacción BLU Radio, 2020

Nombre	Número
Seguridad	5

La plaza tiene la intencionalidad de mejorar los puestos de venta de los comerciantes, este mercado se caracteriza en su distribución de puestos de trabajo, debido a que su organización con los productos es adecuada, no sobresaturar las áreas y permitiendo guardar los productos de cada comerciante de una manera segura dentro de su propia área, además como se observa en la imagen 26 uno de los problemas que se ha solucionado en el mercado consiste en la higiene, por lo que se trata de mejorar estos problemas con limpieza continua e inconscientemente se puede ver que los comerciantes usan productos con un alto grado de higienización como sería el plástico en donde ellos colocan sus abastos.



Imagen 26: Puesto de trabajo, Plaza Minorista José María Villa
Fuente: Redacción BLU Radio, 2020

Nombre	Número
Mobiliario	6
Distribución	7
Materiales de bioseguridad	10

La Plaza Minorista es de gran referencia para el proyecto de diseño debido a que se preocupa por el bienestar de sus usuarios, no solo en su parte comercial sino también en la infraestructura, vela por ser un lugar óptimo en donde se empeña por la organización del espacio, medidas de sanidad como también el ahorro de energía y el uso de un buen mobiliario en donde los productos se coloquen de una manera ordenada y agradable a la vista. A pesar que utiliza conceptos de la modernidad contemporánea e histórica, sigue teniendo la esencia de un mercado tradicional de productos, en donde respeta las formas de venta de los comerciantes y la forma tradicional de compra y venta de productos. (ver imagen 27)



Imagen 27: Distribución de productos, Plaza Minorista José María Villa
Fuente Faro, s.f.

Nombre	Número
Distribución	7

2.3.6 Mercado Central de Valencia

El mercado Central de Valencia se encuentra ubicado en España y fue diseñado en 1914 por Alejandro Soler March y Francisco Guardia Vial, no es hasta 1928 que se terminó por completo por Enrique Viedma y Ángel Romani. Se caracteriza por un estilo gótico medieval considerado Patrimonio Cultural de la Humanidad.

En el cielo raso se puede observar a gran altura las cúpulas, de hierro, cristal y cerámica que se unifican a una panorámica paisajística de torreones y campanarios de valenciana, integrando parte de su cultura a través de estos materiales como de la pintura dentro de la cúpula como se analiza en la imagen 28.

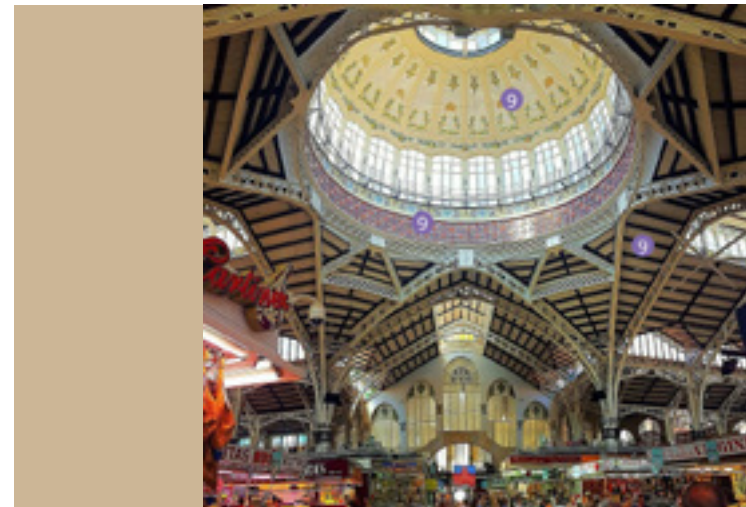


Imagen 28: Cielo Raso, Mercado Central de Valencia
Fuente: Aliana, 2016

Nombre	Número
Evidencia cultural	9

Se caracteriza por sus grandes ventanales proporcionando ventilación e iluminación natural, mejorando el confort visual y térmico dentro del espacio interior, como también la seguridad utilizando barrotes como se muestra en la imagen 29.



Imagen 29: Entrada Principal, Mercado Central de Valencia
Fuente: Felicismo, 2018

Nombre	Número
Iluminación	2
Ventilación	3
Seguridad	5

Asimismo, se observa una circulación amplia dentro del espacio, permitiendo un flujo libre de las personas, se considera de la misma manera el uso de señalización del espacio en general como el de los puestos comerciantes, logrando utilizar la señalética como una herramienta de publicidad efectiva, como se ve en la imagen 30.



Imagen 30: Circulación del espacio, Mercado Central de Valencia
Fuente: Felicismo, 2018

Nombre	Número
Circulación	1
Señalización	8

A lo que compete a la distribución en los puestos de venta, se utiliza mobiliario estratégico para exhibir los productos, utilizando materiales como el acero inoxidable para una buena sanitización de los abastos, manteniendo a sus productos frescos y de buena calidad, como también alejando a los virus y bacterias que pueden lograr contaminar el espacio de trabajo, la utilización de iluminación artificial logra mejorar el módulo de venta como se aprecia en la imagen 31.



Imagen 31: Mobiliario, Mercado Central de Valencia
Fuente: Amir, 2021

Nombre	Número
Iluminación	2
Distribución	7
Materiales de bioseguridad	10

El mercado Central de Valencia aporta al proyecto de diseño debido a que utiliza a la cultura de su ciudad por medio de materiales dentro de su composición arquitectura de una forma abstracta y por medio de elementos representativos, este homólogo muestra como se puede vincular el intercambio cultural con la comercialización vinculándose y convirtiéndose en uno de los espacios más visitados e importantes dentro de la ciudad.

2.3.7 Mercado Central de Florencia

El mercado central se encuentra ubicado en la ciudad de Florencia en Italia ubicado en el centro histórico, fue diseñado por el arquitecto Giovanni Mengoni por el siglo XIX como respuesta a que esa época la población se triplicó con el aumento del turismo y el comercio.

Se puede observar dentro de este equipamiento público un espacio con una circulación amplia, como también, grandes ventanales con barrotes proporcionando iluminación natural como ventilación natural como se aprecia en la imagen 32.



Imagen 32: Espacio interior, Mercado Central de Florencia
Fuente: Viajar a Florencia, s.f

Nombre	Número
Circulación	1
Iluminación	2
Ventilación	3

En cuestión de distribución de productos el mobiliario utilizado facilita al comerciante mejorar la exhibición de sus productos brindando altura sin opacar los otros productos detrás como se puede observar en la figura 48, ayudando esto en la utilización de buena iluminación artificial facilitando el confort visual de la zona. (ver imagen 33)



Imagen 33: Distribución de productos y uso de mobiliario , Mercado Central de Florencia
Fuente: Disfruta Florencia, s.f

Nombre	Número
Iluminación	2
Distribución	7

Igualmente dentro de los espacios se puede observar señalización dentro del espacio de trabajo del comerciante en donde indica el nombre de negocio como se muestra en la imagen 34.



Imagen 34: Distribución de productos y uso de mobiliario , mercado central de Florencia
Fuente: Moores, (s.f)

Nombre	Número
Señalización	8

Los homólogos nacionales e internacionales previamente seleccionados ayudan a enriquecer el conocimiento acerca de como herramientas tanto el retail design, el visual merchandising, elementos como la higienización, la seguridad, materiales, iluminación, distribución entre otros se han logrado implementar en otros equipamientos públicos mejorando la calidad de vida y espacio de los habitantes que conforman estos espacios permitiendo demostrar cómo la cultura, gastronomía y en si valores propios de cada ciudad son puestos en evidencia en estos espacios, logrando a ser categorizados como espacios con un gran número de visitantes y siendo imagen clave de una ciudad.

Mediante la investigación del presente capítulo, se puede concluir la importancia de los análisis realizados en diferentes campos, así como las entrevistas realizadas a distintos expertos y a 5 vendedoras del mercado para reforzar la información y obtener distintas reflexiones y puntos de vista acerca de los temas de interés.

Comenzando con el análisis contextual local es primordial para entender los aspectos que destacan entre la ciudad, la arquitectura, la gente, la gastronomía, las tradiciones, junto con la historia pasada y las características más importantes del lugar en donde se va a intervenir, para así sumada a la información de distintas entrevistas, lograr identificar los símbolos y rasgos más importantes de la ciudad, además de un estudio específico más profundo acerca del caso de estudio siendo este el Mercado 10 de Agosto para entender su funcionamiento y organización, el cuál se considera que se encuentra organizado de una manera correcta en cuanto a las áreas de venta y a las conexiones entre pasillos y zonas de ingreso, de igual manera entender las relaciones que se dan dentro del mismo entre vendedores, clientes y visitantes, incluso identificar los problemas que resaltan mediante una investigación de campo y entrevistas a distintas vendedoras del lugar y al mismo administrador del mercado, entre otros elementos más que pueden servir como información esencial para potenciar tanto el aspecto físico, la organización y las mismas ventas del mercado.

Del mismo modo es esencial entender la situación y el estado actual en el que se encuentra la edificación siendo este un estado que no se encuentra en las mejores condiciones y que está en constante deterioro, el cuál necesita intervención sobre todo en temas organizacionales de cada puesto de venta y su mobiliario, un cambio de pisos que sean aptos para alto tráfico, mejores en temas de ventilación y circulación, entre otros.

Además, se profundizó el estudio de distintos materiales que aporten a la bioseguridad siendo de gran importancia sobre todo debido a las medidas de bioseguridad que deben ser implementadas a partir del Covid-19 para de igual manera mantener un sistema de limpieza y orden dentro de los puntos de venta.

Igualmente se realizó una selección de 5 casos homólogos entre nacionales e internacionales en donde se identificaron componentes cruciales, teniendo en cuenta a las herramientas de diseño como el retail design y el visual merchandising, las cuales jugarán un papel importante al momento de la aplicación y el diseño.

Dicho esto, el contenido que se puede encontrar aquí es de gran importancia para entender a la cultura y a las tradiciones de la ciudad de Cuenca conectando las mismas dentro de los mercados de abastos, siendo el Mercado 10 de Agosto el punto focal de estudio, en donde se implementaran todos los elementos identificados anteriormente como herramientas para el desarrollo del siguiente capítulo.

PROGRAMACIÓN

CS

El siguiente capítulo de programación contiene la información e insumos necesarios para generar la programación de diseño, mediante análisis y datos generales del caso de estudio, incluyendo entorno y ubicación geográfica. De este análisis se determinan las condicionantes de diseño, siendo estas funcionales, tecnológicas y expresivas.

Sin dejar a un lado los criterios y las estrategias de diseño que se establecerán al momento de diseñar la propuesta, estos se conectan con la parte funcional, tecnológica, expresiva y significativa para así definir la relación entre los espacios, los materiales y elementos a implementar, la forma, materialidad y colorimetría, respetando el valor patrimonial y la historia de la edificación del Mercado 10 de Agosto, para de la misma manera lograr resaltar la identidad de sus usuarios, en relación a los valores que dan a sus rasgos culturales.

Dentro de este análisis se incluye el programa arquitectónico en el cual se establecen zonas de distribución, dimensionamiento de espacios, organigramas funcionales, entre otros elementos que han ayudado a comprender el funcionamiento y comportamiento del lugar y sus usuarios.

3.1 Condicionantes de diseño

Las condicionantes de diseño son todas aquellas circunstancias y elementos presentes en la actualidad de las que no se puede prescindir al enfrentarse al proyecto de diseño o en si aspectos a mejorar; Dentro de las mismas se encuentran las condicionantes funcionales, tecnológicas y expresivas.

3.1.1 Condicionantes Funcionales

Son todos aquellos elementos actuales que se relacionan con la distribución, organización y funcionalidad del Mercado 10 de Agosto. Los aspectos que condicionan al proyecto dentro del aspecto funcional como se evidencia en la tabla 19 son los siguientes:

TABLA 19: "CONDICIONANTES FUNCIONALES DEL ESPACIO A INTERVENIR"	
Emplazamiento	El Mercado 10 de Agosto se encuentra ubicado en el centro histórico de Cuenca siendo este una zona estratégica, debido a que es un bien tangible e intangible que tienen un alto contenido simbólico lo que le hace acreedor de una especial protección no sólo relacionada con su conservación sino también con el uso que se le puede hacer.
Espacio de venta minorista	Es una fuente económica y de distribución comercial, considerado un espacio estratégico para el desarrollo de actividades y relaciones socioculturales.
La infraestructura	La manera en la que está construida, los volúmenes puros y la circulación existente tanto horizontal como vertical, siendo estos pasillos, accesos, gradas, rampas y elevadores.
Las medidas ergonómicas	Definen las medidas mínimas para el espacio y los elementos que lo conforman como del percentil clasificatorio para las distintas edades y alcances de los usuarios del Mercado 10 de Agosto

Fuente: Elaboración propia, 2022

a) Relación Espacio - Usuario

Es importante considerar la relación entre usuario y espacio, es por esto que se realizan tablas y esquemas gráficos tanto de la planta baja como de la planta alta, las cuales contienen datos relacionados

con el área total de las distintas zonas que se encuentra en el mercado y así relacionar la cantidad de puestos existentes con el número de usuarios que lo ocupan, tal y como se evidencia en la tabla 20:

TABLA 20: "RELACIÓN ESPACIO USUARIO- PLANTA BAJA"							
Código	Espacio	Área total / m2	Puestos de trabajo existentes por zona actual	Usuarios existentes por zona	Tamaño promedio puesto de trabajo	Altura	
Espacio de venta							
A.FT.1	Área de frutas	303.17	71	48	220cm x 180cm	4.40 m	
A.C.1	Área de carnes	783.08	138	87	290cm x 180cm		
A.P.1	Área de papas	82.62	20	8	220cm x 180cm		
A.AB.1	Abarrotes	345.34	38	30	267cm x 270cm		
A.B.1	Bazares	320.73	63	57	310cm x 181cm		
Zona de servicios comunes							
A.H.1	Baños	126.47	/	/	/		
A.LP.1	Lavado de productos	13.68	/	/	/		
A.FG.1	Frigoríficos	85.61	/	/	/		
A.CD.1	Carga y descarga	114	/	/	/		
Zona de circulación							
A.I.1	Circulación horizontal	154.25	/	/	/		
A.AC.1	Circulación Vertical	135.03	/	/	/		
A.P.1	Plazoleta	685.25	/	/	/		

Fuente: Elaboración propia, 2022

Al realizar las gráficas se puede evidenciar mediante colorimetría las distintas zonas que existen actualmente en la planta baja, así se identifica que el área de carnes es el espacio con mayor tamaño y el lavado de productos el menor (ver figura 12).



Figura 12: Gráfica de zonas del mercado por metro cuadrado planta baja
Fuente: Elaboración propia, 2022

Para el esquema porcentual se decidió identificar la cantidad de usuarios por puesto de trabajo, así se logró obtener que el área con mayor cantidad de trabajadores es la de carnes y la menor el de papas (ver figura 13).

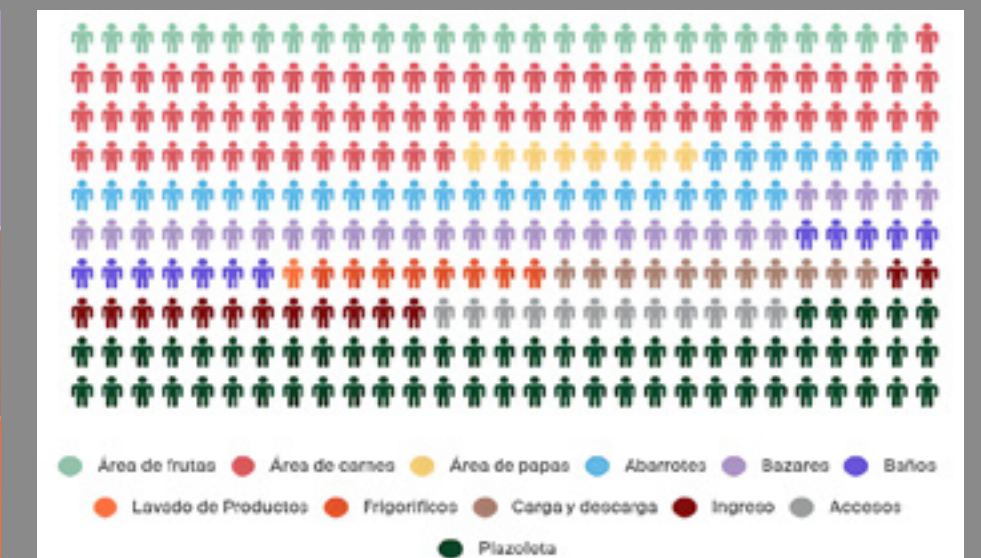


Figura 13: Esquema porcentual de trabajadores planta baja
Fuente: Elaboración propia, 2022

Como en la planta baja se realizó el mismo proceso en la planta alta y así relacionar la cantidad de puestos existentes con el número con el área total de las distintas zonas que se encuentra en el merca-

do y así relacionar la cantidad de puestos existentes con el número de usuarios que lo ocupan, tal y como se evidencia en la tabla 21.

TABLA 21: RELACIÓN ESPACIO USUARIO- PLANTA ALTA						
Código	Espacio	Área total / m2	Puestos de trabajo existentes por zona actual	Usuarios existentes por zona	Tamaño promedio puesto de trabajo	Altura
Espacio de venta						
A.HD.1	Hornado	205,06	12	10	273cm x 237cm	8.3m
A.CO.1	Área de comedores	1075,21	70	56	250cm x 200cm	
A.MF.1	Morochos y refrescos	246,25	21	21	240cm x 200cm	
A.LH.1	Lácteos y huevos	118,71	13	9	240cm x 200cm	
A.PM.1	Plantas medicinales	145,79	22	22	220cm x 180cm	
A.S.1	Semillas	150,18	22	16	220cm x 180cm	
A.GC.1	Granos cocidos	161,55	23	18	220cm x 180cm	
A.HT.1	Hortalizas	419,26	46	33	240cm x 140cm	
A.D.1	Dulces	68,36	7	3	210cm x 180cm	
A.B.2	Bazares	339,01	44	35	310cm x 180cm	
Zona de servicios comunes						
A.H.2	Baños	108,53	/	/	/	
A.LP.2	Lavado de productos	50,47	/	/	/	
A.B.1	Bodega	12,5	/	/	/	
Zona administrativa						
A.CM.1	Cuarto de monitoreo	13,76	/	/	/	
A.AD.1	Administración	95,6	/	/	/	

Fuente: Elaboración propia, 2022

Del mismo modo como en la planta baja ,se identificó por medio de gráficas la cantidad de metros cuadrados por zona, analizando que el de zona de mesa de comedores es el que mayor capacidad tiene y el de bodega el menor (ver figura 14).



Figura 14: Gráfica de zonas del mercado por metro cuadrado planta alta
Fuente: Elaboración propia, 2022

De igual manera el esquema porcentual de la planta alta identificando que la mayor cantidad de usuarios trabajadores- comerciantes se encuentra en la zona de puesto de comida y la mejor de bodega (ver figura 15).

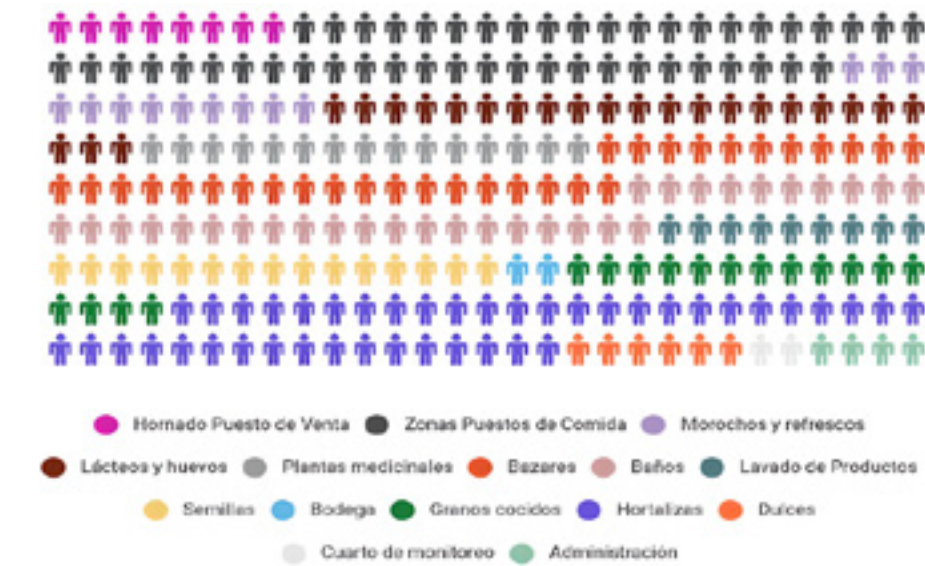
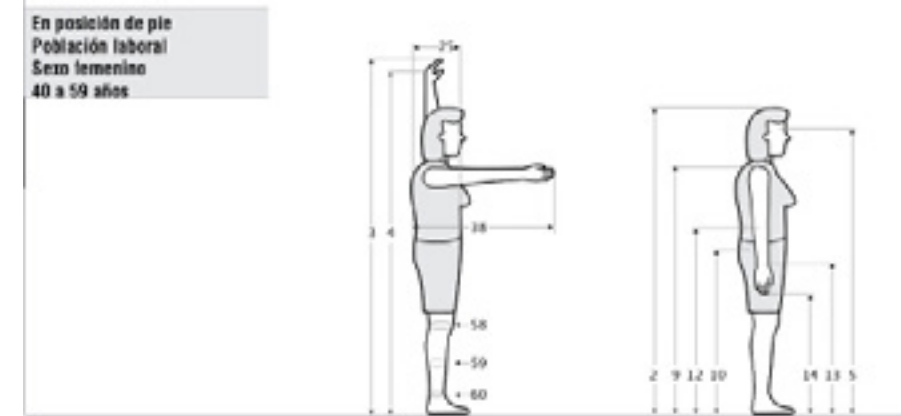


Figura 15: Esquema porcentual de trabajadores planta alta
Fuente: Elaboración propia, 2022

Se puede analizar que existe un gran abandono de espacios por parte de los comerciantes, debido a la gran sobrepoblación por áreas existentes en el mercado, logrando así, que muchos puestos de trabajo estén deshabilitados, además, por ser espacios muy angostos de circulación en donde se vende el mismo producto, el área logra que los corredores se conviertan en líneas muy longitudinales en donde no existe una buena percepción de los productos a ofertarse.

b) Medidas Ergonómicas

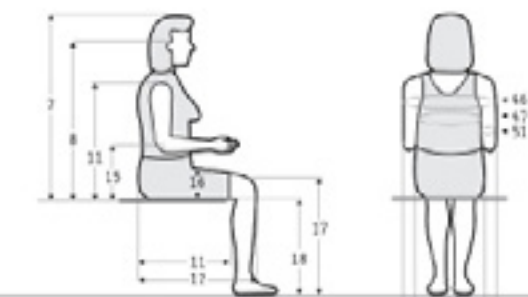
Dentro de un equipamiento público las medidas ergonómicas son de gran importancia para el uso de los usuarios como del mobiliario por esta razón, se considera importante identificar el percentil que es requerido para las señoras comerciantes ya que en su mayoría son mujeres tomando como referente a Neufert el "Arte de Proyectar en Arquitectura", Panero y Zelnik en "Las dimensiones Humanas en los espacios interiores" y a Ávila, et.al en "Dimensiones antropométricas de la población latinoamericana : México, Cuba, Colombia, Chile" en donde se considera que para una mujer entre los 40 a 59 años se necesita un percentil entre 5,50 y 95 de pie y sentada (ver imagen 35 y 36).



Dimensiones	40 - 49 años (n= 226)					50 - 59 años (n= 71)				
	Σ	D.E.	5	50	95	Σ	D.E.	5	50	95
1 Masa corporal (kg)	69.2	9.78	48.2	62.6	81.6	61.3	9.62	45.5	61.6	77.3
2 Estatura (cm)	159.4	6.23	149.7	159.4	169.3	159.4	5.66	144.7	159.3	169.3
3 Alcance vertical máximo	194.9	8.75	180.8	194.8	209.3	190.7	7.58	181.0	195.8	206.0
4 Alcance vertical con asiento	180.3	8.67	167.5	180.9	195.2	179.3	7.18	168.2	178.1	188.8
5 Altura de los ojos	145.0	6.87	135.5	144.8	154.4	143.0	5.86	134.5	143.6	152.2
6 Altura acromial	159.8	6.48	149.9	159.3	169.4	156.8	6.89	149.3	159.3	169.6
8 Altura radial	135.8	4.93	124.1	131.5	138.1	126.0	4.74	114.8	124.2	131.3
10 Altura codo (altura medial)	105.3	4.29	99.6	107.7	116.4	99.1	4.67	89.2	99.2	109.5
12 Altura estirado	174.9	1.44	169.1	175.0	180.1	174.4	1.86	167.2	174.4	181.3
14 Altura diáfana dedo medio	109.7	7.91	94.4	99.1	113.5	97.7	3.31	92.6	97.5	102.6
25 Anchura del torso	29.3	1.81	26.2	28.4	32.3	29.1	1.77	27.4	29.1	32.3
38 Alcance anterior brazo	66.3	3.25	61.0	66.3	71.6	66.4	3.17	61.8	66.3	71.6
58 Perímetro i redita media	36.2	2.81	32.2	36.0	41.6	35.4	2.84	31.0	35.3	39.3
59 Perímetro para media	35.0	2.82	31.0	34.8	39.5	34.2	2.82	30.3	34.2	39.8
63 Perímetro supramaxilar	22.8	2.42	18.8	20.8	23.8	20.8	1.90	18.8	20.7	23.0

Imagen 35: En posición de pie, población laboral sexo femenino 40 a 59 años
Fuente: Ávila et al, 2015

En posición sentada
Población laboral
Sexo femenino
40 a 59 años



Dimensiones	40 - 49 años (n= 226)					50 - 59 años (n= 71)				
	Σ	D.E.	5	50	95	Σ	D.E.	5	50	95
4 Altura sentada normal	45.4	3.15	36.4	41.3	46.7	40.2	3.06	25.0	40.1	45.2
7 Altura sentada erguida	45.7	2.87	36.3	41.4	47.3	41.7	2.74	27.6	42.0	46.7
8 Altura de los ojos	42.7	2.86	36.4	41.4	47.2	41.6	2.82	27.5	41.8	46.9
11 Altura acromial	54.9	2.48	51.2	51.1	58.5	53.7	2.54	48.5	53.5	57.4
15 Altura radial	35.8	2.34	28.9	31.9	36.4	31.9	2.31	17.8	31.0	35.5
16 Altura del codo	24.4	1.40	17.4	19.4	24.8	19.8	1.16	12.1	19.8	25.8
17 Altura de la rodilla	24.4	1.40	17.4	19.4	24.8	19.8	1.16	12.1	19.8	25.8
18 Altura de la tibia posterior	19.1	1.30	14.2	16.0	21.9	17.8	1.21	14.2	17.8	21.9
24 Anchura codo a codo	42.5	4.84	35.1	42.4	51.4	42.7	4.93	35.5	42.8	51.3
29 Anchura de las caderas	37.0	3.36	33.0	37.0	44.0	36.9	3.68	30.7	36.8	43.4
41 Longitud del brazo - tibia posterior	46.6	2.52	43.0	46.6	50.4	45.9	2.58	41.8	46.1	49.9
42 Longitud del brazo - media	35.3	2.62	31.8	35.3	39.7	34.6	2.59	30.6	34.6	39.4
44 Perímetro del brazo	106.6	7.04	94.8	106.5	118.1	106.1	7.04	95.5	106.8	116.7
47 Perímetro medio brazo	91.1	6.27	80.3	91.1	101.5	86.7	6.47	81.4	90.5	101.3
51 Perímetro brazo flexionado	29.2	3.08	24.4	29.0	35.0	29.2	3.04	25.3	29.1	33.9

Imagen 36: En posición sentada, población laboral sexo femenino 40 a 59 años
Fuente: Ávila et al, 2015

c) Circulación

Las medidas ergonómicas dentro de espacios de circulación con bastante flujo de personas es importante tomar en cuenta, como se muestra en la imagen el espacio mínimo entre una persona y más varía entre los 63,5 cm a 225 cm de manera horizontal y de manera vertical entre 1 a 4 personas varía entre los 37,5 cm a los 200 cm (ver imagen 37).



Imagen 37: Espacio necesario entre paredes
Fuente: Neufert, 2013

Puestos de exhibición de alimentos

La exhibición de alimentos es uno de los factores más importantes dentro del mercado, es por esto que se cree necesario que la altura de la vista sea la adecuada según el percentil, adicional a esto el uso de mobiliario, por lo que la estantería o módulos de exhibición es necesario que el ancho esté entre 60 cm y de altura mínima entre 135 a 145 cm (ver imagen 38).

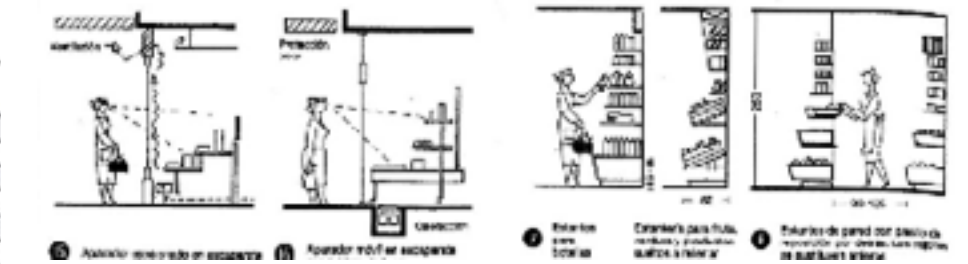


Imagen 38: Altura de vista mobiliario exhibidor
Fuente: Neufert, 2013

Dentro del área de carnes el uso de frigoríficos es vital para que los productos se mantengan en buenas condiciones, por lo que este debe variar entre los 86cm a 160cm de altura y de ancho entre los 56 cm a 110 cm y de altura para cortes de carnes a 90 cm (ver imagen 39).

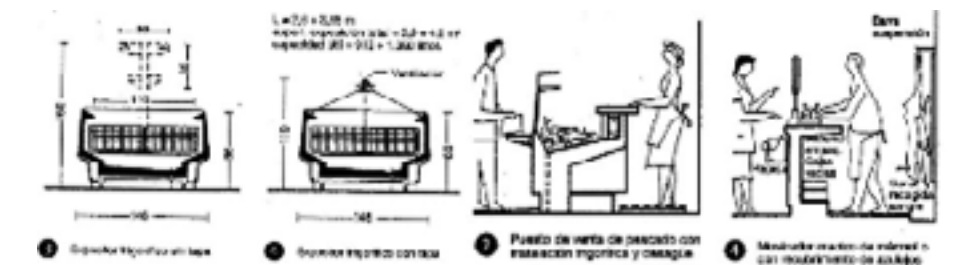


Imagen 39: Puesto de venta carnicos
Fuente: Neufert, 2013

Dentro de la zona interna de los módulos la altura para colgar los productos debe ser entre los 60 cm a 70 cm, el espacio mínimo entre dos módulos de 100 a 150 cm y la altura para el counter debe ser 10 cm el zócalo, 55 cm el módulo y 25 cm (ver imagen 39).

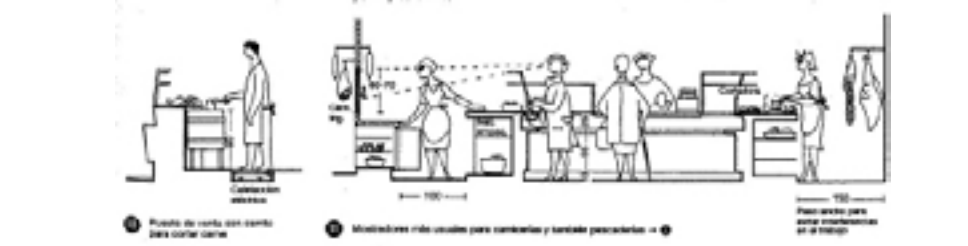


Imagen 39: Mostradores para carnicería y mariscos.
Fuente: Neufert, 2013

Medidas ergonómicas mesas y comedores

En zonas de mesas es importante considerar medidas ergonómicas entre puestos de mesas y pasillos por lo que es necesario considerar un pasillo con doble circulación de 121,9 cm, holgura de zona de asiento entre los 30,5 cm a 45,7 cm, holgura entre dos personas en una mesa entre 167,6 cm 198,1 cm y ancho de mesa para 1 persona de 76,2 cm (ver imagen 40).



Imagen 40: Barra para comer, holgura
Fuente: Panero & Zelnik, 1988.

Tablas de condicionantes, espacio y mobiliario

Después de analizar usuario y espacio, tomando como referencia lo realizado en diagnóstico, se ha realizado tablas de algunas de las zonas del mercado actuales mostrando su mobiliario, estado actual,

condicionantes para así determinar las estrategias que se pretenden aplicar como se demuestra a continuación

TABLA 22: "CONDICIONANTES FUNCIONALES, ZONA DE FRUTAS"		
	NOMBRE	Área de frutas
	ESTADO ACTUAL	No son mobiliarios en los que aseguren la higienización, son funcionales pero no prevén las medidas de bioseguridad, no es llamativo, y no se puede identificar quien es el propietario de este puesto por la falta de señalización.
	CONDICIONANTE	La circulación dentro del espacio del módulo de trabajo. El dimensionamiento de cada puesto de trabajo. La circulación de los pasillos.
	ESTRATEGIA	Diseño estratégico de puesto de trabajo, mobiliario funcional y atractivo para organización y exposición de productos respetando las medidas ergonómicas necesarias.
Formatos del puesto de trabajo (mts): 2,20 x 1,80	CÓDIGO	A.FT.1.1.1


Fuente: Elaboración propia, 2022

TABLA 23: "CONDICIONANTES FUNCIONALES, ZONA DE HORTALIZAS"		
	NOMBRE	Área de Hortalizas
	ESTADO ACTUAL	No se evidencia un mobiliario fijo en donde el cliente pueda apreciar los productos. El puesto de trabajo es improvisado, y no se puede identificar quien es el vendedor de dicho espacio.
	CONDICIONANTE	La circulación dentro del espacio del módulo de trabajo. El dimensionamiento de cada puesto de trabajo. La circulación de los pasillos.
	ESTRATEGIA	Aprovechando el espacio dado, se da la oportunidad de generar más puestos de trabajo en dichas zonas, en base a las reglas implementadas dentro del mercado y a partir de un diseño llamativo, ergonómico y funcional.
Formatos del puesto de trabajo (mts): 2,40 x 1,64	CÓDIGO	A.FT.1.1.3

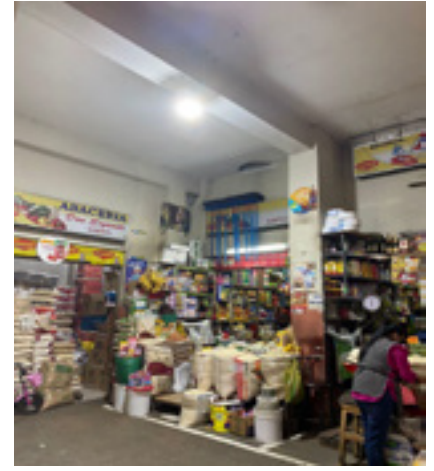
Fuente: Elaboración propia, 2022

TABLA 24: "CONDICIONANTES FUNCIONALES, ZONA DE PLANTAS MEDICINALES"		
	NOMBRE	Área de Plantas Medicinales
	OBSERVACIONES	El mobiliario es inexistente, debido a los elementos utilizados y a la mala organización se genera contaminación visual, en donde no invita al cliente a realizar su compra como se debe.
	CONDICIONANTE	La circulación dentro del espacio del módulo de trabajo. El dimensionamiento de cada puesto de trabajo. La circulación de los pasillos.
	ESTRATEGIA	Las plantas medicinales necesitan tener un correcto espacio de exhibición para llegar a su público, este espacio además necesita mantener una buena higiene, es por esto que dentro de esta zona se deberá implementar un mobiliario estructurado específicamente para los productos existentes y que estos puedan exponerse de la manera adecuada.
Formatos del puesto de trabajo (mts): 2,20 x 1,80	CÓDIGO	A.FT.1.1.4

Fuente: Elaboración propia, 2022

TABLA 25: "CONDICIONANTES FUNCIONALES, ZONA DE CARNES"		
	NOMBRE	Área de Carnes
	OBSERVACIONES	Además de evidenciar una mala organización, el uso de canastas plásticas son utilizadas para mover los productos, pero al realizar de esta forma virus y bacterias pueden lograr contaminar los productos frescos.
	CONDICIONANTE	La circulación dentro del espacio del módulo de trabajo. Las instalaciones hidrosanitarias no se pueden cambiar ni modificar. Las medidas ergonómicas se deben considerar de acuerdo al espacio del usuario
	ESTRATEGIA	Sin duda este espacio es uno de los más críticos, el área de carnes necesita la implementación de puestos de trabajo que cumplan con reglas de higiene y de organización que cuenten con un mobiliario apto para la exposición de sus productos que incluyan refrigeración. De esta manera no solo mejorará la estética del lugar sino también la limpieza, lo cual es vital.
Formatos del puesto de trabajo (mts): 1,94 x 1,80	CÓDIGO	A.FT.1.11.5

Fuente: Elaboración propia, 2022

TABLA 26: "CONDICIONANTES FUNCIONALES, ZONA DE BAZARES"		
	NOMBRE	Área de Abarrotes
	ESTADO ACTUAL	La falta de organización espacial se evidencia a gran escala, la falta de higiene en los productos provocan contaminación visual.
	CONDICIONANTE	Los pasillos deben mantener las medidas actuales ya que se distancia entre puesto y puesto. Se debe mantener las dimensiones del módulo y espacio de trabajo. No se puede tocar las paredes divisorias.
	ESTRATEGIA	Realizar una mejora espacial tanto de circulación como de mobiliario, además de añadir señalización en cada módulo para identificar el propietario del mismo.
Formatos del puesto de trabajo (mts): 2,58 x 2,74	CÓDIGO	A.FT.1.11.6

Fuente: Elaboración propia, 2022

Una vez identificado los elementos e información importante, se realiza la siguiente tabla resumen con los siguientes condicionantes funcionales:

TABLA 27: "CONDICIONANTES DE DISEÑO"
Funcionales
<ul style="list-style-type: none"> - Medidas de módulos en áreas variadas entre 164cm a 310 cm dependiendo de la zona. - Percentil de estatura, masa corporal, alcance anterior brazo, alcance vertical máximo, altura sentado normal, altura sentado erguido, altura de rodilla y ancho codo a codo en cm entre 5, 50, 95. - Circulación entre los 65 cm a 300 cm. - Puestos de exhibición con anchura mínima de 40 cm y altura mínima entre los 100 a 145 cm. - Puestos de carnes altura entre 86 cm a 160 cm. - Colgador de productos de altura desde el módulo terminado entre 60 a 70 cm. - Espacio de comedores y mesas pasillo doble circulación de 121,9 cm, asiento de 30,5 cm a 45,7 cm. - M2 actuales del espacio. - Altura actual entre piso a cielo raso. - Paredes divisorias en los abarroses - Las instalaciones hidrosanitarias no se pueden cambiar ni modificar en zonas de cárnicos. - El número de usuarios.

Fuente: Elaboración propia, 2022

3.1.2 Condicionantes Tecnológicas

Determinan al espacio, relacionadas con aspectos ambientales, de esta manera se ha tomado en cuenta la presencia a la materialidad, la ventilación natural y artificial, al igual que la iluminación natural y artificial.

a) Iluminación Natural y Artificial dentro del Mercado 10 de Agosto

La iluminación natural y artificial existentes son elementos que condicionan al espacio en el sentido de que ciertas áreas no cumplen con la iluminación necesaria para llevar a cabo las actividades que se desarrollan dentro del mercado, es así como en base a un estudio y a una observación de campo se generaron las siguientes tablas en donde el color verde **X** cumple con la iluminación necesaria, el amarillo **Y** mantiene una iluminación media y el rojo **Z** no cumple con la iluminación que se requiere (ver tabla 28 y 29).

TABLA 28: "CONDICIONANTES AMBIENTALES ILUMINACIÓN DEL MERCADO 10 DE AGOSTO, PLANTA BAJA"

Código	Espacio	Área total / m2	Iluminación Natural	Iluminación Artificial	Altura
A.FT.1	Área de frutas	303.17	Verde	Verde	altura min: 2.45 m altura máx: 4.40 m
A.C.1	Área de carnes	783.08	Verde	Verde	
A.P.1	Área de papas	82.62	Verde	Verde	
A.AB.1	Abarrotes	345.34	Verde	Verde	
A.B.1	Bazares	320.73	Verde	Verde	
A.H.1	Baños	126.47	Verde	Verde	
A.LP.1	Lavado de productos	13.68	Verde	Verde	
A.FG.1	Frigoríficos	85.61	Verde	Verde	
A.CD.1	Carga y descarga	114	Verde	Verde	
A.I.1	Ingreso	154.25	Verde	Verde	
A.AC.1	Accesos	135.03	Verde	Verde	
A.P.1	Plazoleta	685.25	Verde	Verde	

Fuente: Elaboración propia, 2022

TABLA 29: "CONDICIONANTES AMBIENTALES ILUMINACIÓN DEL MERCADO 10 DE AGOSTO, PLANTA ALTA"

Código	Espacio	Área total / m2	Iluminación Natural	Iluminación Artificial	Altura
A.HD.1	Hornado Puesto de Venta	83.13	Verde	Verde	altura min: 3.50 m altura máx: 3.64 m
A. MH.1	Zona de mesas hornando	113.88	Verde	Verde	
A.PC.1	Zonas Puestos de Comida	390	Verde	Verde	
A.MC.1	Zona de mesas Comedores	531.44	Verde	Verde	
A.MF.1	Morochos y refrescos	246.25	Verde	Verde	
A.LH.1	Lácteos y huevos	118.71	Verde	Verde	
A.PM.1	Plantas medicinales	145.79	Verde	Verde	
A.B.2	Bazares	339.01	Verde	Verde	
A.H.2	Baños	108.53	Verde	Verde	
A.LP.2	Lavado de Productos	50.47	Verde	Verde	
A.S.1	Semillas	150.18	Verde	Verde	
A.B.1	Bodega	12.5	Verde	Verde	
A.GC.1	Granos cocidos	161.55	Verde	Verde	
A.HT.1	Hortalizas	419.26	Verde	Verde	
A.D.1	Dulces	68.36	Verde	Verde	
A.CM.1	Cuarto de monitoreo	13.76	Verde	Verde	
A.AD.1	Administración	95.6	Verde	Verde	

Fuente: Elaboración propia, 2022.

b) Ventilación Natural y Artificial dentro del Mercado 10 de Agosto

Se realizó el mismo proceso para elementos condicionantes de ventilación natural y artificial existentes dentro del mercado 10 de Agosto, siguiendo el mismo factor de colores determinantes en donde el co-

lor verde **✓** cumple con la ventilación necesaria, el amarillo **✗** mantiene una ventilación media, el rojo **✗** no cumple con la ventilación que se requiere y el gris **✗** demuestra ventilación inexistente (ver tabla 30 y 31).

TABLA 30: "CONDICIONANTES AMBIENTALES VENTILACIÓN DEL MERCADO 10 DE AGOSTO, PLANTA BAJA"

Código	Espacio	Área total / m2	Ventilación Natural	Ventilación Artificial	Altura
A.FT.1	Área de frutas	303.17	Verde	Verde	altura min: 2.45 m altura máx: 4.40 m
A.C.1	Área de carnes	783.08	Verde	Verde	
A.P.1	Área de papas	82.62	Verde	Verde	
A.AB.1	Abarrotes	345.34	Verde	Verde	
A.B.1	Bazares	320.73	Verde	Verde	
A.H.1	Baños	126.47	Verde	Verde	
A.LP.1	Lavado de productos	13.68	Verde	Verde	
A.FG.1	Frigoríficos	85.61	Verde	Verde	
A.CD.1	Carga y descarga	114	Verde	Verde	
A.I.1	Ingreso	154.25	Verde	Verde	
A.AC.1	Accesos	135.03	Verde	Verde	
A.P.1	Plazoleta	685.25	Verde	Verde	

Fuente: Elaboración propia, 2022.

TABLA 31: "CONDICIONANTES AMBIENTALES VENTILACIÓN DEL MERCADO 10 DE AGOSTO, PLANTA ALTA"

Código	Código	Área total / m2	Ventilación Natural	Ventilación Artificial	Altura
A.HD.1	Hornado Puesto de Venta	83.13	Verde	Verde	altura min: 3.50 m altura máx: 3.64 m
A. MH.1	Zona de mesas hornando	113.88	Verde	Verde	
A.PC.1	Zonas Puestos de Comida	390	Verde	Verde	
A.MC.1	Zona de mesas Comedores	531.44	Verde	Verde	
A.MF.1	Morochos y refrescos	246.25	Verde	Verde	
A.LH.1	Lácteos y huevos	118.71	Verde	Verde	
A.PM.1	Plantas medicinales	145.79	Verde	Verde	
A.B.2	Bazares	339.01	Verde	Verde	
A.H.2	Baños	108.53	Verde	Verde	
A.LP.2	Lavado de Productos	50.47	Verde	Verde	
A.S.1	Semillas	150.18	Verde	Verde	
A.B.1	Bodega	12.5	Verde	Verde	
A.GC.1	Granos cocidos	161.55	Verde	Verde	
A.HT.1	Hortalizas	419.26	Verde	Verde	
A.D.1	Dulces	68.36	Verde	Verde	
A.CM.1	Cuarto de monitoreo	13.76	Verde	Verde	
A.AD.1	Administración	95.6	Verde	Verde	

Fuente: Elaboración propia, 2022.

c) Condicionantes matéricas en el Mercado 10 de Agosto

Dentro de las condicionantes matéricas, se toma en consideración que la estructura del espacio no se pueden cambiar como la cubierta de aluzinc, la vigas, columnas y viguetas de metal recubiertas con

pintura electrostática y así mismo el piso de hormicrete en el ingreso principal de igual forma paredes estructurales de hormigón existentes de la edificación (ver imagen 41).

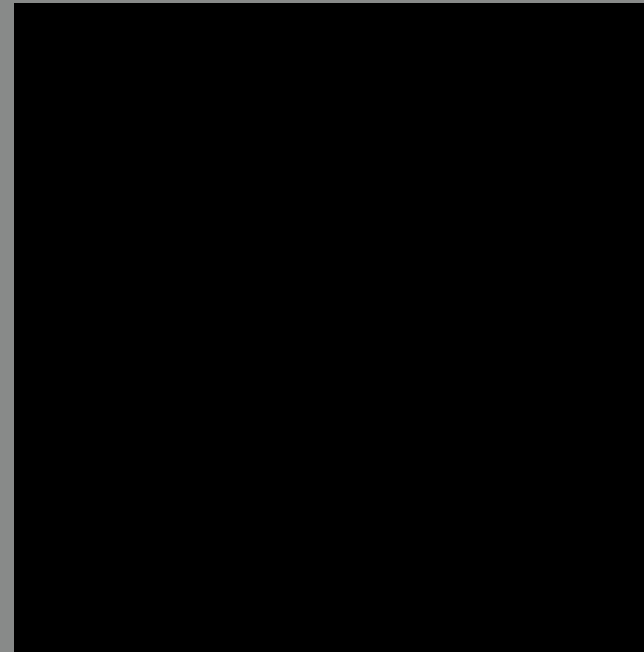


Imagen 41: Condicionantes Matéricas
Fuente: Elaboración propia, 2022



Una vez identificado los elementos e información importante, se realiza la siguiente tabla con los siguientes condicionantes tecnológicas identificadas (ver tabla 32):

TABLA 32: "CONDICIONANTES DE DISEÑO"	
Tecnológicas	
	<ul style="list-style-type: none"> - Iluminación neutra para buena visualización de los productos sin alteración de sus colores. - Puntos de iluminación existentes, instalaciones eléctricas, cable entre otros elementos. - Iluminación natural para espacios claros y visibles, ventanales colocados en paredes y cielo raso. - Ventilación Natural, por medio de espacios abiertos de los accesos e ingresos, y ventanas - Ventilación Mecánica, dentro de áreas de carnes, frigoríficos e higiene. - Materiales estructurales de la edificación, metal, aluzinc de cubierta, hormicrete ingreso.

Fuente: Elaboración propia, 2022

3.1.3 Condicionantes expresivos

El Mercado 10 de Agosto al ser ubicado en el centro histórico tiene condicionantes y ordenanzas que limitan la intervención de esta infraestructura, considerando la ordenanza para la gestión y conservación de las áreas históricas y patrimoniales del cantón Cuenca, este inmueble es un predio considerado valor patrimonial arquitectónico

(B) convirtiéndose en un factor clave en el que se debe tomar en cuenta la estética bien sea del área en el que el inmueble se encuentra ubicado o de la ciudad, enriquecido por atributos históricos o significativos para la comunidad, reflejando en la organización espacial a la cultura y el uso del espacio (ver figura 16).

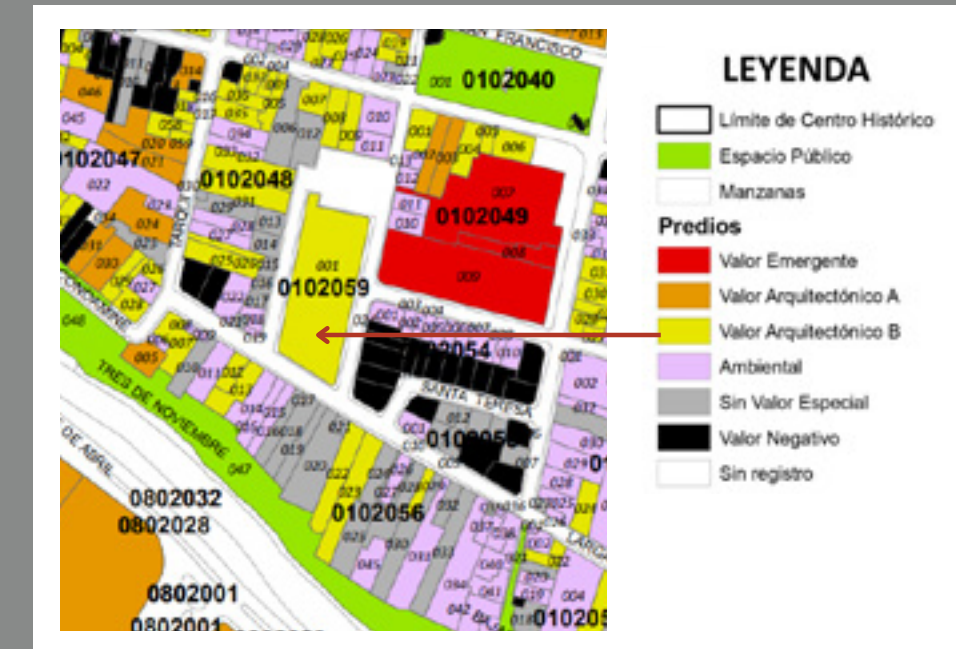


Figura 16: Mercado 10 de agosto, valor patrimonial
Fuente: GAB, 2011

Tomando en cuenta las ordenanzas municipales se toma en consideración como condicionante expresivo los siguientes artículos (ver tabla 33):

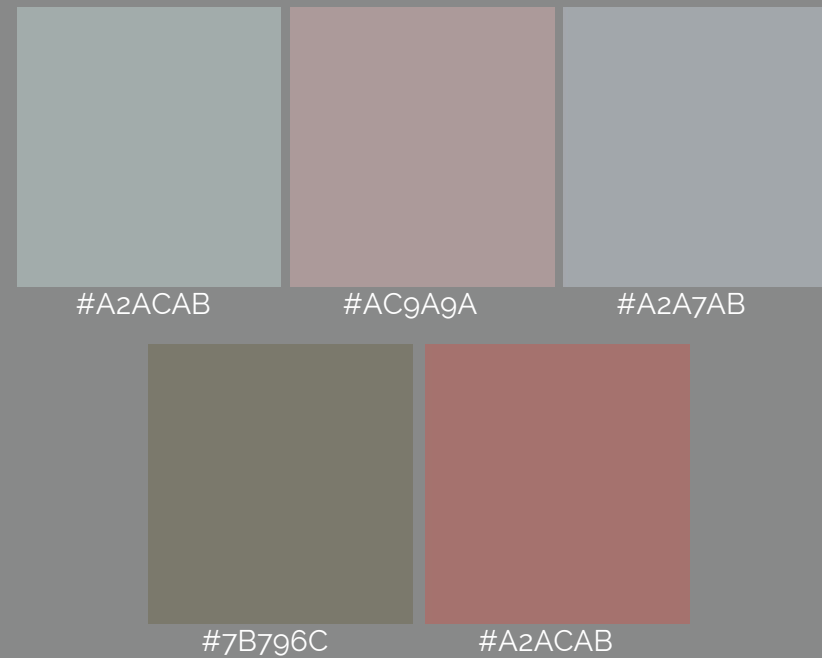
TABLA 33: "ARTÍCULOS DE ORDENANZAS PATRIMONIALES, CUENCA- ECUADOR"	
Art. 18	Se conservarán sin alteraciones las características funcionales, formales y constructivas, en todas las edificaciones inventariadas con grado de valor patrimonial, de acuerdo a su categorización. Se mantendrá y consolidará los elementos distributivos tales como: patios, galerías, jardines, corredores, huertos, etc., y de igual manera sus detalles constructivos y decorativos de valor.
Art. 25	Se permitirá el uso o adecuación de buhardillas, en las edificaciones catalogadas como de Valor Arquitectónico B (VAR B) (2), Valor Ambiental (A) (1) y Sin valor especial (SV) (0), con la condición de que la intervención prevista no signifique alteraciones de: <ul style="list-style-type: none"> - La tipología distributiva (localización de bloque de escaleras, afectación de galerías o corredores exteriores, patios, etc.). - La estructura soportante (muros o columnas). - Las fachadas. - La altura de entresijos existentes. - Los elementos decorativos y ornamentales de la edificación.

Fuente: Elaboración propia, 2022

Es importante además considerar que al ser un inmueble de valor patrimonial B, la materialidad es un recurso expresivo que facilita la lectura del espacio para conocer su origen, y su historia de la ciudad y de los habitantes, en este caso, los materiales emplazados en la fachada como el hormigón, cerámica en las paredes y las columnas de acero no se pueden modificar según el Art.47. (ver imagen 42)



Imagen 42: Materiales de la fachada, Mercado 10 de Agosto
Fuente: Elaboración propia, tomada de adobecolor, 2022



Asimismo, tomando al Art.47 se realiza un estudio de la cromática existente en el espacio a intervenir se considera que esta se caracteriza por una colorimetría en tonos neutros y terrosos en la fachada de la edificación (ver tabla 34). Una vez identificado los elementos e información importante, se realiza la siguiente tabla con los siguientes condicionantes expresivos identificadas (ver tabla 34).

TABLA 34: "CONDICIONANTES DE DISEÑO"	
Expresivas	
<ul style="list-style-type: none"> - Valor Patrimonial Arquitectónico (B). - La estética bien sea del área en el que el inmueble se encuentra ubicado o de la ciudad. - Atributos históricos o significativos para la comunidad, reflejando en la organización espacial a la cultura y el uso del espacio. - Conservación de los pasillos, escaleras, detalles constructivos y elementos de ornamentación de valor. - Se mantiene el lugar de escaleras, estructura soportante, fachada, altura entre pisos. - Color y materialidad de fachada. 	

Fuente: Elaboración propia, 2022

Una vez realizada la búsqueda y obtención de las condicionantes de diseño en el espacio a intervenir, se ha realizado una tabla resumen de los elementos expresivos a considerar (ver tabla 35).

TABLA 35: "RESUMEN CONDICIONANTES DE DISEÑO"		
Funcionales	Tecnológicas	Expresivas
<ul style="list-style-type: none"> - Medidas de módulos en áreas variadas entre 164cm a 310 cm dependiendo de la zona. - Percentil de estatura, masa corporal, alcance anterior brazo, alcance vertical máximo, altura sentado normal, altura sentado erguido, altura de rodilla y ancho codo a codo en cm entre 5, 50, 95. - Circulación entre los 65 cm a 300 cm. - Puestos de exhibición con anchura mínima de 40 cm y altura mínima entre los 100 a 145 cm. - Puestos de carnes altura entre 86 cm a 160 cm. - Colgador de productos de altura desde el módulo terminado entre 60 a 70 cm. - Espacio de comedores y mesas pasillo doble circulación de 121.9 cm, asiento de 30.5 cm a 45.7 cm. - M2 actuales del espacio. - Altura actual entre piso a cielo raso. - Paredes divisorias en los abarrotos - Las instalaciones hidrosanitarias no se pueden cambiar ni modificar en zonas de cárnicos. - El número de usuarios. 	<ul style="list-style-type: none"> - Iluminación neutra para buena visualización de los productos sin alteración de sus colores. - Puntos de iluminación existentes, instalaciones eléctricas, cable entre otros elementos. - Iluminación natural para espacios claros y visibles, ventanales colocados en paredes y cielo raso. - Ventilación Natural, por medio de espacios abiertos de los accesos e ingresos, y ventanas - Ventilación Mecánica, dentro de áreas de carnes, frigoríficos e higiene. - Materiales estructurales de la edificación, metal, aluzinc de cubierta, hormigón ingreso. 	<ul style="list-style-type: none"> - Valor Patrimonial Arquitectónico (B). - La estética bien sea del área en el que el inmueble se encuentra ubicado o de la ciudad. - Atributos históricos o significativos para la comunidad, reflejando en la organización espacial a la cultura y el uso del espacio. - Conservación de los pasillos, escaleras, detalles constructivos y elementos de ornamentación de valor. - Se mantiene el lugar de escaleras, estructura soportante, fachada, altura entre pisos. - Color y materialidad de fachada.

Fuente: Elaboración propia, 2022.

3.2 Criterios de diseño

Dentro de criterios de diseño se consideró para la propuesta criterios tanto funcionales, tecnológicos, expresivos y de significación identitaria.

3.2.1 Criterio Funcional

Dentro del criterio funcional se pretende que el espacio a intervenir mantenga un lenguaje continuo en donde todas las áreas se conecten por medio de una circulación libre, además de aprovechar los espacios generales para que estos tengan mobiliario estratégico para sus visitantes, de igual forma generar módulos destinados a los puestos de venta que sean adaptables a las necesidades de los comerciantes y compradores por medio de una distribución espacial ordenada y efectiva, como también el uso de señalización para una fácil lectura a los distintos espacios alrededor del mercado, por medio de herramientas de diseño tanto el retail design como el visual merchandising que ayudarán a mejorar estos componentes. (ver imagen 43)

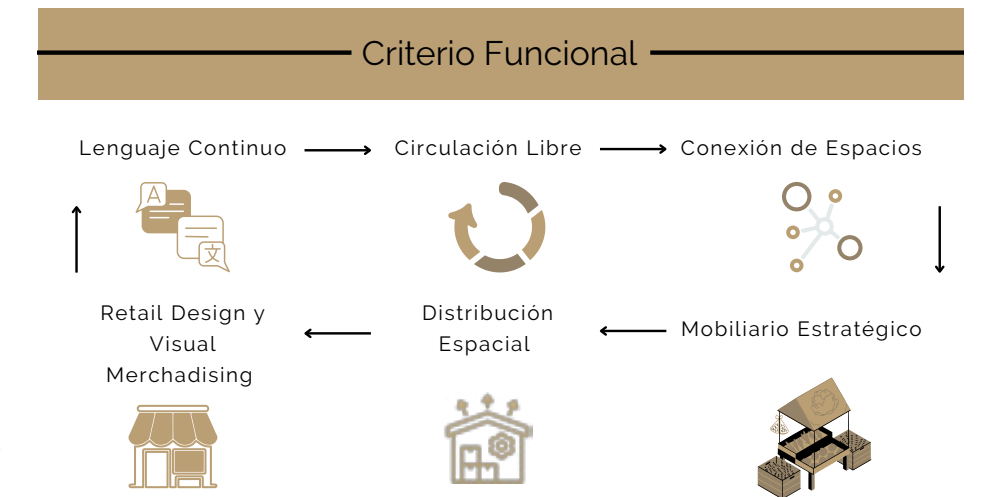
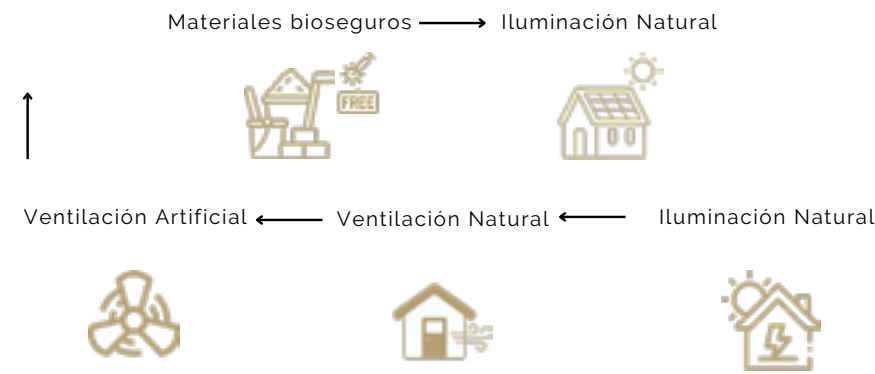


Imagen 43: Esquema Criterio Funcional
Fuente: Elaboración propia, 2022.

3.2.2 Criterio Tecnológico

Como criterio tecnológico se propone: Mantener los materiales existentes en la zona de ingreso principal manteniendo su valor histórico. Teniendo en cuenta la bioseguridad, dentro de los puestos de comercialización el uso de materiales antimicrobianos existentes en la zona. (ver imagen 44)

Criterio Tecnológico



Gracias a la información recolectada en marco teórico y a la entrevista con el Arq. Carlos Contreras (2022) se realizó tablas técnicas de los distintos materiales que se consideran aptos para ser emplazadas dentro del establecimiento en el mobiliario y estructuras, evidenciando la marca, de donde proveen (especificando que son aquellas que se obtienen localmente), los tipos de formatos y espesores, y sus distintos usos, aplicaciones y características como se observan en las siguientes tablas:

Imagen 44: Esquema Criterio Funcional
Fuente: Elaboración propia, 2022.

		MATERIAL	Tableros melamínicos RH	EMPRESA	PELIKANO
		USOS Y APLICACIONES	Resistente a la Humedad	Resistente a la pudrición no desarrolla hongos	Resistente al contacto con objetos calientes.
Formatos: (mts): 2.15 x 2.44 / (7x8 pies)	Espesores: (mm): 6 - 9 - 12 - 15 - 18 - 25 - 30	CARACTERÍSTICAS	Partículas más homogéneas y uniformes.	Tablero 100% libre de impurezas	Resistencia Antibacterial en un 99%

Fuente: Elaboración propia tomada de PELIKANO, 2022.

		MATERIAL	Tableros melamínicos MDP	EMPRESA	PELIKANO
		USOS Y APLICACIONES	No usarlo en lugares expuestos al agua ni en ambientes con humedad	Resistente a la pudrición no desarrolla hongos	Evitar colocar próximo a fuentes de calor
Formatos: (mts): 1.22x2.44/ 1.53/2.44/1.83x2.44 / 2.15 x 2.44/ 2.44x2.44 / 2.44x3.05	Espesores: (mm): 4-6-9-12-15-18-25-30	CARACTERÍSTICAS	Tablero 100% libre de impurezas	Menos absorción de humedad	Resistencia Antibacterial

Fuente: Elaboración propia tomada de PELIKANO, 2022.

		MATERIAL	Tableros melamínicos MDF	EMPRESA	PELIKANO
		USOS Y APLICACIONES	No usarlo en lugares expuestos al agua ni en ambientes con humedad	Resistente a la pudrición no desarrolla hongos	Evitar colocar próximo a fuentes de calor
Formatos: (mts): 2.135 x 2.44	Espesores: (mm): 3 -4 5 5 - 9 - 12 - 15 18 - 20 - 25 - 30	CARACTERÍSTICAS	Tablero 100% libre de impurezas	Menos absorción de humedad	Resistencia Antibacterial


Fuente: Elaboración propia tomada de PELIKANO, 2022.

		MATERIAL	Acero inoxidable	EMPRESA	EL ACERO
		USOS Y APLICACIONES	Mobiliario	Artículos para calentar alimentos o en fregaderos	Carpintería Metálica
Formatos: (mm): 1220 x 2440 mm	Espesores: (mm): desde 0.4 - 12 mm	CARACTERÍSTICAS	Resistente a la corrosión intergranular y a los ataques químicos del medio ambiente.	Alta resistencia a la alta y baja temperaturas/ no altera el sabor de los productos alimenticios	Resistencia Antibacterial / fácil de limpiar, desinfectar o esterilizar


Fuente: Elaboración propia tomada de EL ACERO, 2022.

		MATERIAL	Vinil	EMPRESA	IMEVI
		USOS Y APLICACIONES	Aplicaciones publicitarias	Aplicaciones en superficies planas, curvas o ligeramente corrugadas.	Largo plazo en interiores y exteriores
Formatos: (mm): 1.37m 50 m.	Espesores: 60 μ +/- 5 %	CARACTERÍSTICAS	Estabilidad dimensional	Alta resistencia a la agresión de los solventes	Resistencia Antibacterial


Fuente: Elaboración propia tomada de IMEVI, 2022.

TABLA 41: "MATERIALES LOCALES QUE APORTEN LOS PRINCIPIOS DE BIOSEGURIDAD, PINTURA PINTULUX- ACUALUX"					
		MATERIAL	Pintura PINTULUX ACUALUX	EMPRESA	PINTUCO
		USOS Y APLICACIONES	Aplicación en paredes interiores y exteriores	Alta densidad	Alto recubrimiento
Formatos	1/4 Galón 1 Galón Caneca (5 galones)	CARACTERÍSTICAS	Máxima lavabilidad, fácil de aplicar.	Fabricada a base de copolímeros acrílicos de acabado mate y terso.	Elimina y evita bacterias, hongos y gérmenes en un 99%

Fuente: Elaboración propia tomada de PINTUCO, 2022.

TABLA 42: "MATERIALES LOCALES QUE APORTEN LOS PRINCIPIOS DE BIOSEGURIDAD, PINTURA EPÓXICA MULTIUSOS ICO"					
		MATERIAL	Epóxica Multiusos ICO	EMPRESA	PINTUCO
		USOS Y APLICACIONES	Mantenimiento liviano en la protección de superficies	áreas donde se requiera máxima higiene.	Alto recubrimiento
Formatos	9,76 kg/gal	CARACTERÍSTICAS	Máxima lavabilidad, fácil de aplicar.	Proporciona alta dureza y resistencia mecánica.	Acabado liso y antideslizante

Fuente: Elaboración propia tomada de PINTUCO, 2022.

TABLA 43: "MATERIALES LOCALES QUE APORTEN LOS PRINCIPIOS DE BIOSEGURIDAD, PORCELANATO"					
		MATERIAL	Porcelanato	EMPRESA	GRAIMAN
		USOS Y APLICACIONES	Puede instalarse en pisos y paredes	Uso en espacios comerciales transcurridos	Ractificado
Formatos	120CMX60CM	CARACTERÍSTICAS	No se alteran sus propiedades con el paso del tiempo	No retiene suciedad ni bacterias, también son inodoras	Resistentes a rayones, manchas y cambios de temperatura

Fuente: Elaboración propia tomada de GRAIMAN, 2022.

Asimismo, la iluminación es importante por lo que se pretende incluir iluminación artificial LED como elemento general, zonal y puntual, y el uso de ventilación mecánica con el fin de mejorar la calidad de aire y reducir los malos olores (ver imagen 45).



Imagen 45: Iluminación LED
Fuente: Boutique de Luz, 2022.

3.2.3 Criterio Expresivo

Se propone dentro del criterio expresivo mantener los materiales actuales existentes en la zona de ingreso principal, manteniendo su valor histórico. El uso de estilos de diseño son esenciales para preservar los valores patrimoniales debido a que el mercado es de carácter contemporáneo se pretende mantener, como también el tradicional respetando su contexto local y así fusionar ambos, manteniendo tanto los rasgos originales de la edificación y así lograr generar una armonía, como también factores como la iluminación es crucial para la expresión de los productos por medio de calidad de temperatura neutra en las distintas zonas del mercado para que los abastos se logren apreciar en su totalidad y así poder lograr esto a través de herramientas del retail design y el visual merchandising mostrando jerarquía, orden y armonía dentro de las áreas a intervenir (ver imagen 46).

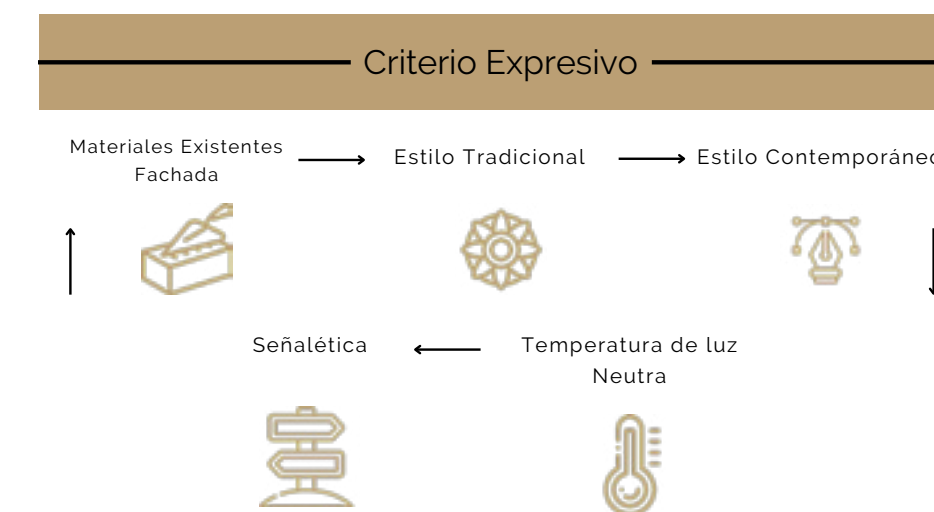


Imagen 46: Esquema Criterio Expresivo
Fuente: Elaboración propia, 2022.

3.2.4 Criterio de Significación Identitaria

Un elemento adicional y esencial es el criterio de significación identitaria, el cual ha sido creado a partir de un análisis de los valores culturales existentes en el Mercado 10 de agosto, al igual que de los rasgos y los símbolos característicos de la ciudad de Cuenca, para así expresar los mismos, junto a través de elementos distintivos que se representan ámbitos y tradiciones sociales, objetos materiales, gastronomía, entre otros (ver imagen 47).

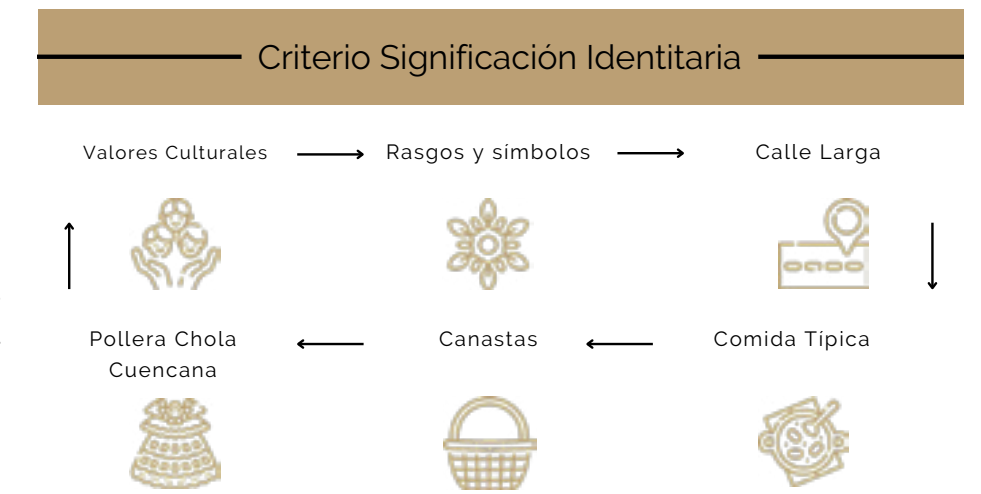


Imagen 47: Esquema Criterio de Significación Identitaria
Fuente: Elaboración propia, 2022.

Debido a este análisis se ha decidido tomar 4 elementos identitarios que representen tanto Cuenca como al Mercado 10 de Agosto y su entorno los cuales se caracterizan por la calle Larga, la pollera de la chola cuencana, la comida típica y las canastas en donde se colocan los productos dentro del propio mercado, tomando en cuenta su cromática para la elaboración de una paleta de colores como de su morfología tal y como se evidencia en las imágenes 48,49,50 y 51:



Imagen 48: Cromática de vestimenta de pollera de la Chola Cuencana
Fuente: Elaboración propia tomada de Escobar, 2022

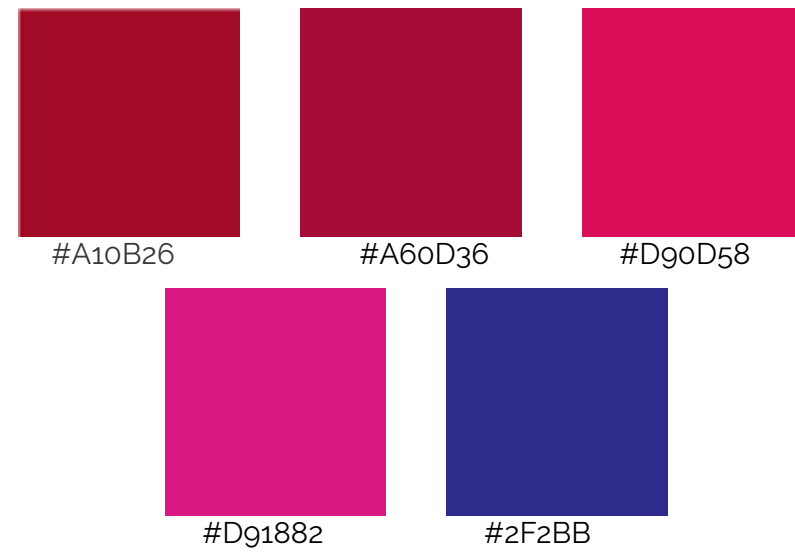


Imagen 51: Cromática de comida típica (plato de hornado)
Fuente: Elaboración propia tomada de depaseo, 2022

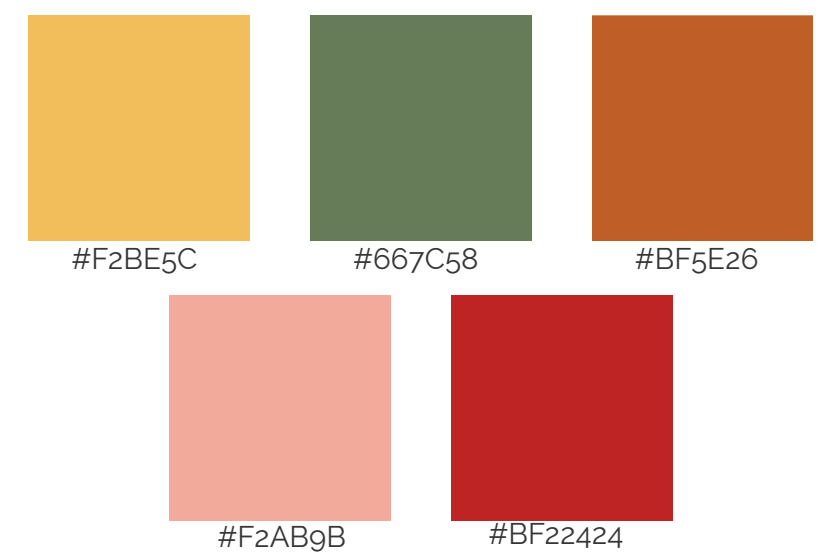


Imagen 49: Cromática de la Calle Larga
Fuente: Elaboración propia tomada de Google Maps, 2022

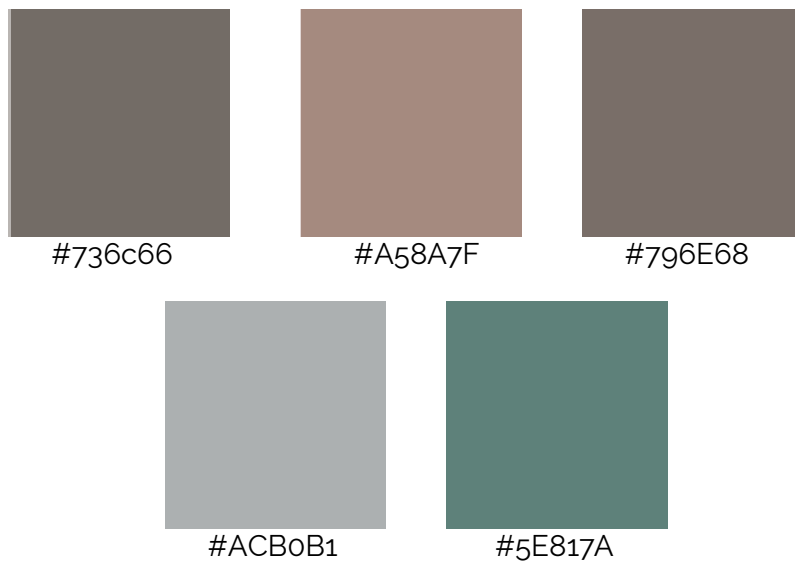
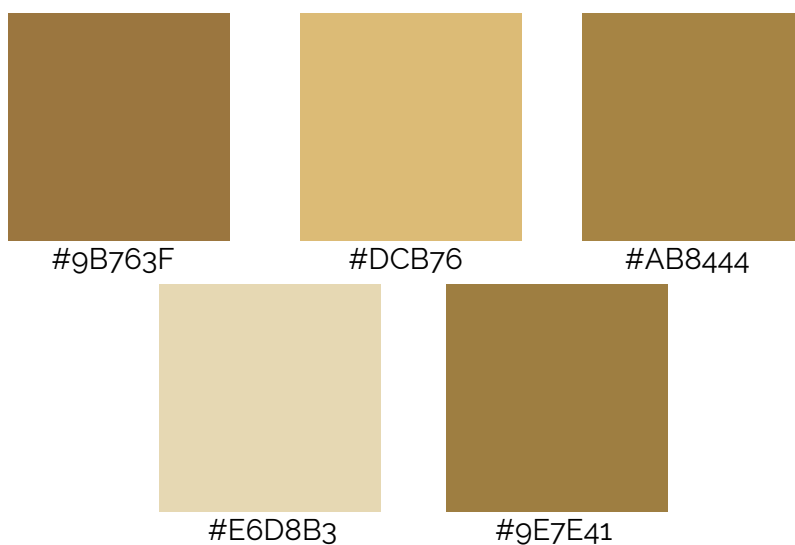


Imagen 50: Cromática de canastas de paja toquilla
Fuente: Elaboración propia tomada de depaseo, 2022



Igualmente como se realizó en los condicionantes, en los criterios se elaboró una tabla general en donde se enlista las distintas decisiones tomadas como criterio (ver tabla 44).

TABLA 44: "CRITERIOS DE DISEÑO"			
Funcionales	Tecnológicas	Expresivas	Significativas
Lenguaje continuo Circulación libre mobiliario estratégico distribución espacial ordenada Señalización	Bioseguridad Materiales antimicrobianos Iluminación natural y artificial neutra LED Ventilación mecánica y natural	Materiales tradicionales existentes en la zona de ingreso, acceso y plazoleta, Carácter contemporáneo y tradicional Visual Merchandising Retail Design	Valores culturales existentes Rasgos y símbolos característicos de Cuenca Elementos identitarios

Fuente: Elaboración propia, 2022

3.3 Programa Arquitectónico de Diseño

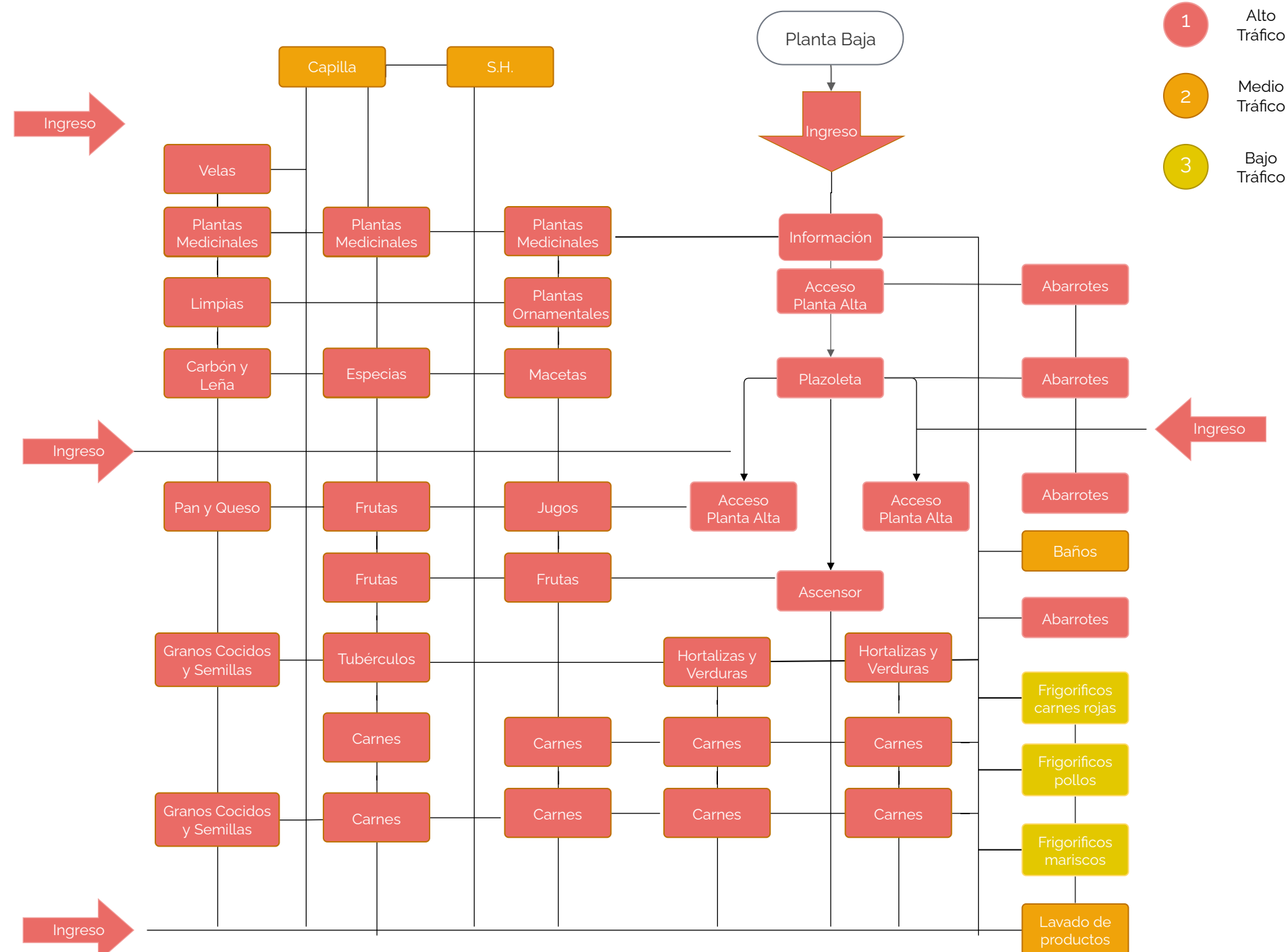
A partir de un análisis previo, se ha tomado la decisión de modificar y mover la distribución de áreas actuales de los puestos de trabajo del Mercado 10 de Agosto debido a que muchos espacios están abandonados y en deterioro de material, asimismo dentro del mismo existe una sobrepoblación de comerciantes, los cuales ofertan los mismo productos y no se diferencia entre ellos provocando contaminación visual y asimismo alguno de ellos no logran obtener compradores debido a la gran demanda de competidores, otro factor por tomar en

consideración son los espacios de circulación por lo que se intenta mejorar las zonas y los pasillos para que así exista una mejor conexión entre los distintos productos. De igual forma se pretende eliminar los pasillos largos y estrechos entre puestos de trabajo y mejorarlos a través de islas modulares obteniendo una conexión con la identidad cuencana logrando que la nueva repartición conforme el damero del centro histórico de Cuenca. Por otra parte, la distribución espacial de la planta baja va a ser de

uso de comercialización de productos en donde se generarán nuevas áreas de abastos así como también un espacio de uso de oración ya que un factor importante dentro del Mercado 10 de Agosto es la religión, mientras que la planta alta será utilizada para espacios socioculturales, puestos de comida y comedores públicos, el objetivo de esta nueva distribución es lograr que los usuarios recorran todas las zonas del mercado por medio de una circulación libre, por la per-

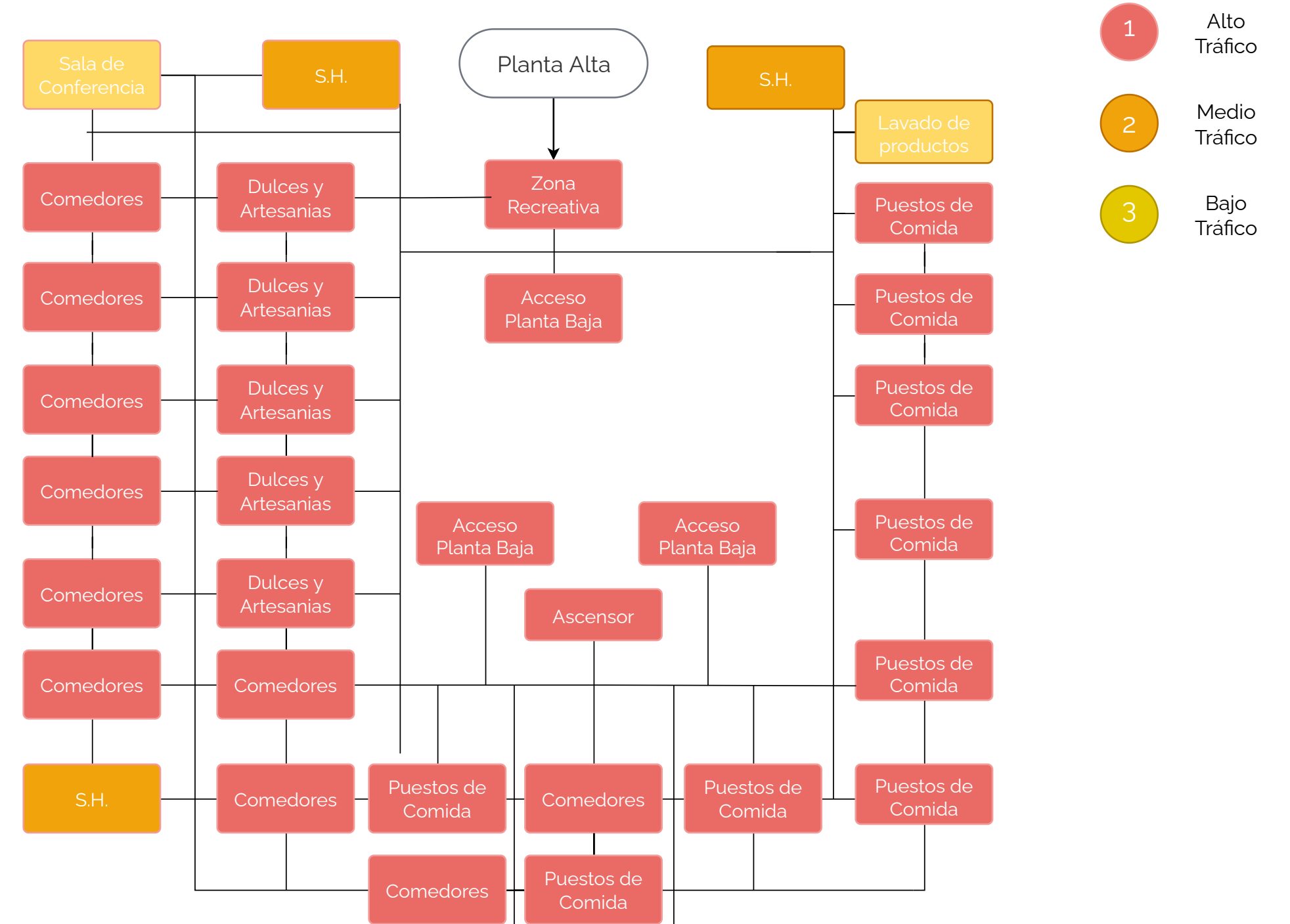
cepción de olores, mejorando la iluminación y la ventilación, por medio de una zonificación estratégica en la cual el usuario no se sienta abrumado por un mal confort visual, olfativo y espacial. Sumado a esto se ha tomado en cuenta los requerimientos necesarios para la funcionalidad de un mercado de abastos en sus distintas zonas, separando a las mismas en 3: zona de alto, medio y bajo tráfico (ver tabla 45 y 46).

Tabla 45: "Organigrama propuesto del Mercado 10 de agosto, Planta Baja"



Fuente: Elaboración propia, 2022

Tabla 46: "Organigrama propuesto del Mercado 10 de agosto, Planta Alta"



Fuente: Elaboración propia, 2022

Del mismo modo se realizó el mismo procedimiento, en los planos arquitectónicos tanto de la planta baja como alta zonificados por alto, medio y bajo tráfico (ver figuras 17 y 18).

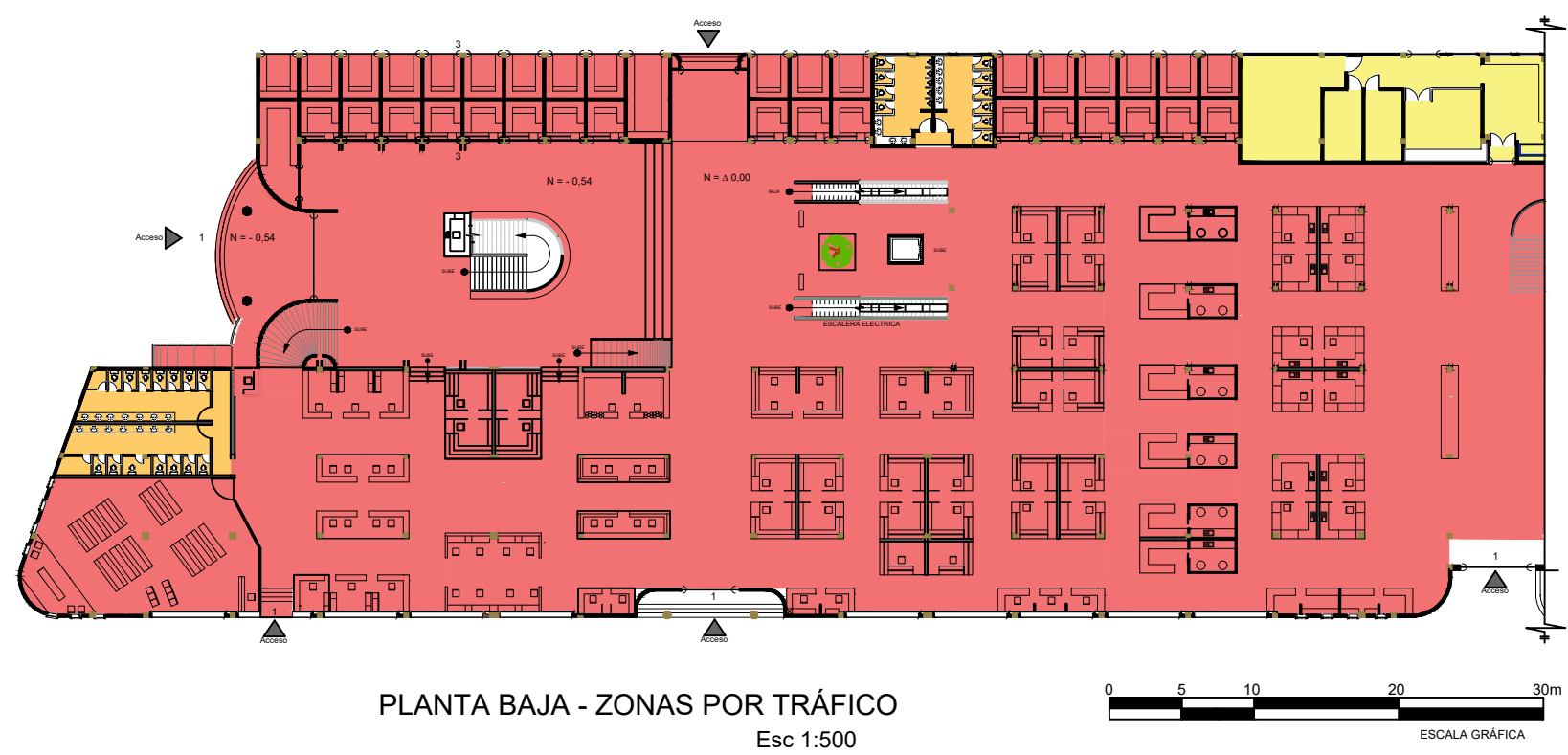


Figura 17: "Zonas Trafico, Planta Baja"
Fuente: Elaboración propia, 2022

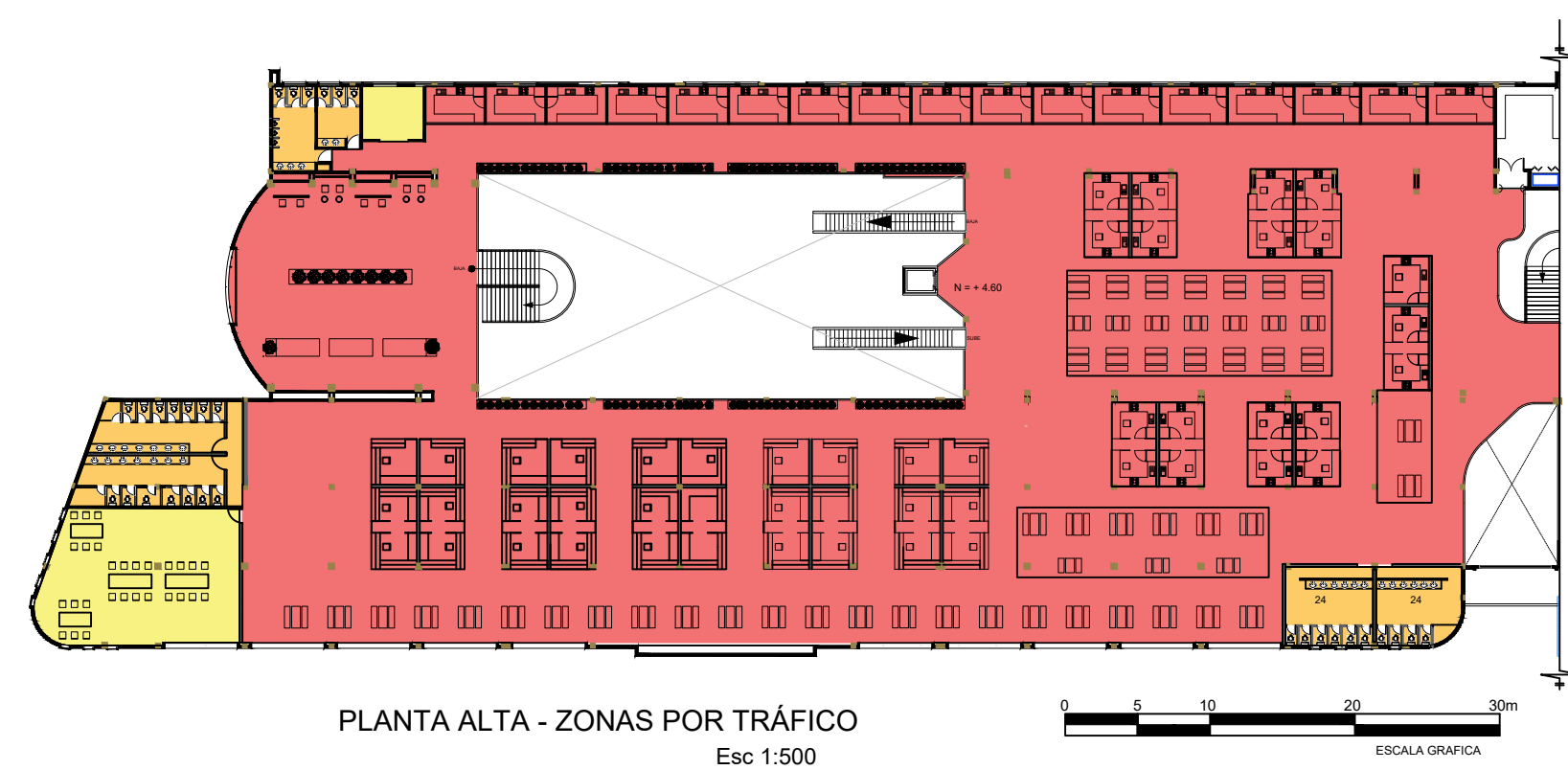


Figura 18: "Zonas Trafico, Planta Alta"
Fuente: Elaboración propia, 2022

3.3.1 Cuadros Generales

Además de realizar organigramas y la zonificación en el plano del mercado, se consideró importante seccionar las áreas de alto, mediano y bajo tráfico para tomar en cuenta la cantidad de metros cuadrados que posee y cual están ubicados en planta baja o alta, como también, el número de comerciantes por área de espacio (ver tabla 47, 48 y 49)

TABLA 47: "REVISIÓN DE ÁREAS DE ALTO TRÁFICO"					
Código	Espacio	Área total / m2	Usuarios comerciantes por zona	Tamaño promedio puesto de trabajo	Zona
Zona de circulación					
A.CH.1	Circulación horizontal	154,25	/	/	Baja / Alta
A.CV.1	Circulación Vertical	135,03	/	/	Baja / Alta
A.P.1	Plazoleta	685,25	/	/	Baja
Espacio de venta					
A.AB.1	Abarrotes	345,34	38	267cm x 270cm	Baja
A.P.M.1	Plantas Medicinales	62,42	13	280cm x 190cm	Baja
A.VS.2	Velas	6,2	1	250cm x 200cm	Baja
A.PO.1	Plantas Ornamentales	40,51	4	330cm x 275cm	Baja
A.LM.1	Limpías	36	8	150cm x 124cm	Baja
A.MT.1	Macetas	20,13	2	320cm x 275cm	Baja
A.EP.1	Especias	24,42	8	277cm x 192cm	Baja
A.CL.1	Carbón y Leña	7,05	2	180cm x 165cm	Baja
A.JG.1	Jugos	22,05	4	350cm x 278cm	Baja
A.FT.1	Frutas	113,13	14	300cm x 252cm	Baja
A.PQ.1	Pan y Queso	8,26	2	200cm x 180cm	Baja
A.VYH.1	Verduras y Hortalizas	73,76	8	275cm x 275cm	Baja
A.TL.1	Tubérculos	37,11	4	300cm x 252cm	Baja
A.CN.1	Carnes	206,43	18	300cm x 252cm	Baja
A.GCS.1	Granos Cocidos y Semillas	29,97	5	200cm x 180cm	Baja
A.PC.1	Puestos de Comida	372,57	36	300cm x 252cm	Alta
A.DA.1	Dulces y Artesanías	215,4	30	316cm x 234cm	Alta
Zona de servicios comunes					
A.ER.1	Espacio Recreativa	196,01	8	160cm x 140cm	Alta
A.IF.1	Información	5,4	1	300cm x 180cm	Baja
A.CO.1	Comedores	485,56	/	/	Alta

Fuente: Elaboración propia, 2022

TABLA 48: "REVISIÓN DE ÁREAS DE MEDIO TRÁFICO"					
Código	Espacio	Área total / m2	Usuarios comerciantes por zona	Tamaño promedio puesto de trabajo	Zona
Zona de servicios comunes					
S.H.1	S.H.	127,78	/	/	Baja
S.H.2	S.H.	164,64	/	/	Alta
S.CL.1	Capilla	138,9	1	240cm x 142cm	Baja

Fuente: Elaboración propia, 2022

TABLA 49: "REVISIÓN DE ÁREAS DE BAJO TRÁFICO"					
Código	Espacio	Área total / m2	Usuarios comerciantes por zona	Tamaño promedio puesto de trabajo	Zona
Zona de servicios comunes					
S.SC.1	Sala de Conferencias	124,46	/	/	Alta

Fuente: Elaboración propia, 2022

Una vez determinadas las áreas se procede a determinar los criterios y condicionantes dentro del programa arquitectónico en áreas de alto, medio y bajo tráfico, se determina las decisiones estratégicas a realizar tanto piso, pared y cielo raso por medio de criterios funcionales tecnológicos, expresivos y de significación identitaria (ver tabla 50, 51 y 52)

TABLA 50: "ÁREAS DE ALTO TRÁFICO DECISIÓN EN PISO, PARED Y CIELO RASO"					
Código	Espacio	Piso	Pared	Cielo Raso	
Zona de circulación					
A.CH1	Circulación horizontal	Porcelanato GRAIMAN gray formato 120cm x60 cm e: 8mm	Pintura Pintulux Acualux color blanco Código OW001-P	Cubierta de Aluzinc	
A.CV1	Circulación Vertical				
A.P1	Plazoleta			Cubierta de Aluzinc y Pintura Pintulux	
Espacio de venta					
A.AB.1	Abarrotes	Porcelanato GRAIMAN gray formato 120cm x60 cm e: 8mm	Pintura Pintulux Acualux color blanco Código OW001-P	Pintura Pintulux Acualux color blanco Código OW001-P	
A.P.M.1	Plantas Medicinales	Porcelanato GRAIMAN gray formato 120cm x60 cm e: 8mm, Mosaico GRAIMAN personalizado tonos naranja formato 15x15 cm e=8mm	Pintura Pintulux Acualux color blanco Código OW001-P, Mosaico GRAIMAN personalizado tonos naranja formato 15x15 cm e=8mm	Pintura Pintulux Acualux color naranja y gris Código NR105-D, NE292-A	
A.VS.2	Velas	Porcelanato GRAIMAN gray formato 120cm x60 cm e: 8mm	Pintura Pintulux Acualux color blanco Código OW001-P		
A.PO.1	Plantas Ornamentales		Pintura Pintulux Acualux color blanco Código OW001-P, Mosaico GRAIMAN personalizado tonos naranja formato 15x15 cm e=8mm		
A.LM.1	Limpías	Mosaico GRAIMAN personalizado tonos naranja formato 15x15 cm e=8mm	Pintura Pintulux Acualux color blanco Código OW001-P		
A.MT.1	Macetas	Porcelanato GRAIMAN gray formato 120cm x60 cm e: 8mm, Mosaico GRAIMAN personalizado tonos naranja formato 15x15 cm e=8mm	Pintura Pintulux Acualux color blanco Código OW001-P, Mosaico GRAIMAN personalizado tonos naranja formato 15x15 cm e=8mm		
A.EP.1	Especias	Epóxica Multiusos ICO color naranja, Código NR105-D	Pintura Pintulux Acualux color blanco Código OW001-P		
A.CL.1	Carbón y Leña				
A.JG.1	Jugos				
A.FT.1	Frutas	Porcelanato GRAIMAN gray formato 120cm x60 cm e: 8mm, Mosaico GRAIMAN personalizado tonos rosas formato 15x15 cm e=8mm	Pintura Pintulux Acualux color blanco Código OW001-P		Pintura Pintulux Acualux color rosa y gris Códigos PS001-P, NE292-A
A.PQ.1	Pan y Queso	Porcelanato GRAIMAN gray formato 120cm x60 cm e: 8mm	Pintura Pintulux Acualux color blanco Código OW001-P, Mosaico GRAIMAN personalizado tonos azulados formato 15x15 cm e=8mm, panelado de vidrio templado formato 240cm x 175cm e=8mm		Pintura Pintulux Acualux color rosa y gris Códigos PS001-P, Pintura Pintulux Acualux color naranja y gris Código
A.VYH.1	Verduras y Hortalizas				
A.TL.1	Tubérculos				
A.CN.1	Carnes	Porcelanato GRAIMAN gray formato 120cm x60 cm e: 8mm, Mosaico GRAIMAN personalizado tonos azulados formato 15x15 cm e=8mm	Pintura Pintulux Acualux color blanco Código OW001-P, Mosaico GRAIMAN personalizado tonos azulados formato 15x15 cm e=8mm, panelado de vidrio templado formato 240cm x 175cm e=8mm		
A.GCS.1	Granos Cocidos y	Porcelanato GRAIMAN gray formato 120cm x60 cm e: 8mm	Pintura Pintulux Acualux color blanco Código OW001-P		
A.PC.1	Puestos de Comida				
A.DA.1	Dulces y Artesanías				
Zona de servicios comunes					
A.ER.1	Espacio Recreativo	Porcelanato GRAIMAN gray formato 120cm x60 cm e: 8mm, Mosaico GRAIMAN personalizado tonos verdosos formato 15x15 cm e=8mm	Pintura Pintulux Acualux color negro, gris y blanco, Códigos OW001-P, NE287-A, NE275-P	Plywood moldeado curvo marca PELIKANO	
A.IF.1	Información	Porcelanato GRAIMAN gray formato 120cm x60 cm e: 8mm	Pintura Pintulux Acualux color blanco, Códigos OW001-P	Pintura Pintulux Acualux color blanco Código OW001-P	
A.CO.1	Comedores	Mosaico GRAIMAN personalizado tonos verdosos formato 15x15 cm e=8mm	Pintura Pintulux Acualux color blanco, Códigos OW001-P	Pintura Pintulux Acualux color blanco Código OW001-P	

Fuente: Elaboración propia, 2022

TABLA 51: "ÁREAS DE MEDIO TRÁFICO DECISIÓN EN PISO, PARED Y CIELO RASO"				
Código	Espacio	Piso	Pared	Cielo Raso
Zona de servicios comunes				
S.H.1	S.H.	Porcelanato GRAIMAN gray formato 120cm x60 cm e: 8mm	Porcelanato GRAIMAN gray formato 120cm x60 cm e: 8m	Pintura Pintulux Acualux color blanco Código OW001-P
S.H.2	S.H.			
S.CL.1	Capilla	Porcelanato GRAIMAN gray formato 120cm x60 cm e: 8mm, Mosaico GRAIMAN personalizado tonos naranjas formato 15x15 cm e=8mm	Melamina marca PELIKANO color Castaño formato 240cm x 210cm e 30mm, panelado de vidrio templado 240cm x 440cm e= 8mm	

Fuente: Elaboración propia, 2022

TABLA 52: "ÁREAS DE BAJO TRÁFICO DECISIÓN EN PISO, PARED Y CIELO RASO"				
Código	Espacio	Piso	Pared	Cielo Raso
Zona de servicios comunes				
S.SC.1	Sala de Conferencias	Porcelanato GRAIMAN gray formato 120cm x60 cm e: 8mm	Melamina marca PELIKANO color Castaño formato 240cm x 210cm e 30mm, panelado de vidrio templado 240cm x 440cm e= 8mm	Pintura Pintulux Acualux color blanco Código OW001-P

Fuente: Elaboración propia, 2022

Concretado lo anterior se procede a temas de ventilación natural y artificial como de ventilación artificial y natural, determinando la cantidad e lux de cada zona como de rev/h (ver tablas 53,54,55)

TABLA 53: "ÁREAS DE ALTO TRÁFICO DECISIÓN EN ILUMINACIÓN Y VENTILACIÓN"					
Código	Espacio	Iluminación		Ventilación	
		Natural	Artificial (lux)	Natural	Artificial (Rev/h)
Zona de circulación					
A.CH.1	Circulación horizontal	x	600	x	/
A.CV.1	Circulación Vertical	x	600	x	/
A.P.1	Plazoleta	x	1000	x	/
Espacio de venta					
A.AB.1	Abarrotos	x	600	x	6
A.P.M.1	Plantas Medicinales	x	1000	x	/
A.VS.2	Velas	x	1000	x	/
A.PO.1	Plantas Ornamentales	x	1000	x	/
A.LM.1	Limpias	x	1000	x	/
A.MT.1	Macetas	x	1000	x	/
A.EP.1	Espicias	x	1000	x	/
A.CL.1	Carbón y Leña	x	1000	x	/
A.JG.1	Jugos	x	1000	x	/
A.FT.1	Frutas	x	1000	x	/
A.PQ.1	Pan y Queso	x	1000	x	/
A.VYH.1	Verduras y Hortalizas	x	1000	x	/
A.TL.1	Tubérculos	x	1000	x	/
A.CN.1	Carnes	x	1000	x	15
A.GCS.1	Granos Cocidos y Semillas	x	1000	x	6
A.PC.1	Puestos de Comida	x	1000	x	15
A.DA.1	Dulces y Artesanías	x	1000	x	/
Zona de servicios comunes					
A.ER.1	Espacio Recreativo	x	1000	x	/
A.IF.1	Información	x	1000	x	/
A.CO.1	Comedores	x	1000	x	6

Fuente: Elaboración propia, 2022

TABLA 54: "ÁREAS DE MEDIO TRÁFICO DECISIÓN EN ILUMINACIÓN Y VENTILACIÓN"					
Código	Espacio	Iluminación		Ventilación	
		Natural	Artificial (lux)	Natural	Artificial (Rev/h)
Zona de servicios comunes					
S.H.1	S.H.	x	600	x	15
S.H.2	S.H.	x	600	x	15
S.CL.1	Capilla	x	1000	x	/

Fuente: Elaboración propia, 2022

TABLA 55: "ÁREAS DE BAJO TRÁFICO DECISIÓN EN ILUMINACIÓN Y VENTILACIÓN"					
Código	Espacio	Iluminación		Ventilación	
		Natural	Artificial (lux)	Natural	Artificial (Rev/h)
Zona de servicios comunes					
S.SC.1	Sala de Conferencia	x	1000	x	/

Fuente: Elaboración propia, 2022

Finalmente la elección del mobiliario por módulo, material y medidas para poder seleccionar cuales son los más apropiados para el proceso de diseño (ver tablas 56,57 y 58).

TABLA 56: "ÁREAS DE ALTO TRÁFICO DECISIÓN EN MOBILIARIO POR MÓDULO, MATERIALES, MEDIDAS"				
Código	Espacio	Mobiliario por módulo	Materiales	Medidas de módulo
Zona de circulación				
A.CH.1	Circulación horizontal	/	/	/
A.CV.1	Circulación Vertical	/	/	/
A.P.1	Plazoleta	Silla de descanso	Acero inoxidable marca EL ACERO, Tableros melaminicos	250cm x 60cm
Espacio de venta				
A.AB.1	Abarrotes	Estanterías, mueble de almacenamiento, silla auxiliar, exhibidores	Tableros melaminicos RH marca PELIKANO modelo Castaño, Acero inoxidable de base y metal marca EL ACERO, Vinil, marca IMEVI	2,58m x 2,74m
A.P.M.1	Plantas Medicinales	Mueble de almacenamiento, silla auxiliar, muebles exhibidores, tubos metálicos revestidos de pintura		280cm x 190cm
A.VS.2	Velas			250cm x 200cm
A.PO.1	Plantas Ornamentales			330cm x 275cm
A.LM.1	Limpias	Sillas auxiliares, sillas de descanso, tubos metálicos revestidos de pintura	Tableros melaminicos RH marca PELIKANO modelo Castaño, Acero inoxidable de base y metal marca EL ACERO	150cm x 124cm
A.MT.1	Macetas	Muebles exhibidores, counter, mueble de almacenamiento, silla auxiliar	Tableros melaminicos RH marca PELIKANO modelo Castaño, Acero inoxidable de base y metal marca EL ACERO, Vinil, marca IMEVI	320cm x 275cm
A.EP.1	Especias	Muebles exhibidores, counter, mueble de almacenamiento, silla auxiliar, filtros de metal y plástico		277cm x 192cm
A.CL.1	Carbón y Leña	Muebles exhibidores, counter, mueble de almacenamiento, silla auxiliar		180cm x 165cm
A.JG.1	Jugos			350cm x 278cm
A.FT.1	Frutas			300cm x 252cm
A.PQ.1	Pan y Queso			200cm x 180cm
A.VYH.1	Verduras y Hortalizas			275cm x 275cm
A.TL.1	Tubérculos			300cm x 252cm
A.CN.1	Carnes	Muebles exhibidores, counter, mueble de almacenamiento, silla auxiliar, ganchos colgadores, frigoríficos, silla auxiliar		300cm x 252cm
A.GCS.1	Granos Cocidos y Semillas	Muebles exhibidores, counter, mueble de almacenamiento, silla auxiliar		200cm x 180cm
A.PC.1	Puestos de Comida	Muebles exhibidores, counter, mueble de almacenamiento, silla auxiliar, ganchos colgadores, frigoríficos, silla auxiliar	300cm x 252cm	
A.DA.1	Dulces y Artesanías	Muebles exhibidores, counter, mueble de almacenamiento, silla auxiliar	316cm x 234cm	
Zona de servicios comunes				
A.ER.1	Espacio Recreativo	Ikaf, Mesa de trabajo, sillas de descanso, sillas auxiliares, macetero	Tableros melaminicos RH marca PELIKANO modelo Castaño, Acero inoxidable de base y metal marca EL ACERO, Vinil, marca IMEVI	160cm x 140cm
A.IF.1	Información	Counter		300cm x 180cm
A.CO.1	Comedores	Mesas de alimentación, sillas auxiliares		200cm x 120cm

Fuente: Elaboración propia, 2022

TABLA 57: "ÁREAS DE MEDIO TRÁFICO DECISIÓN EN MOBILIARIO POR MÓDULO, MATERIALES, MEDIDAS"				
Código	Espacio	Mobiliario por módulo	Materiales	Medidas de módulo
Zona de servicios comunes				
S.H.1	S.H.	Lavabos, mueble auxiliar, inodoros	Tableros melaminicos RH marca PELIKANO modelo Castaño, Acero inoxidable de base y metal marca EL ACERO, Vinil, marca IMEVI	80cm x 45cm
S.H.2	S.H.	Lavabos, mueble auxiliar, inodoros		
S.CL.1	Capilla	Sillas reclinatorias, mueble exhibidor, estrado		250cm x 120cm

Fuente: Elaboración propia, 2022

TABLA 58: "ÁREAS DE BAJO TRÁFICO DECISIÓN EN MOBILIARIO POR MÓDULO, MATERIALES, MEDIDAS"				
Código	Espacio	Mobiliario por módulo	Materiales	Medidas de módulo
Zona de servicios comunes				
S.SC.1	Sala de Conferencias	Silla auxiliar, mesa auxiliar	Tableros melaminicos RH marca PELIKANO modelo Castaño, Acero inoxidable de base y metal marca EL ACERO, Vinil, marca IMEVI	200cm x 60cm

Fuente: Elaboración propia, 2022

3.4 Experimentación

Se realizó bocetación de las distintas zonas para tener un mayor acercamiento a la aplicación de los criterios en el espacio interior a ser intervenido, mobiliarios de módulo de trabajo los cuales pretenden que se logre apreciar la variedad de productos, materiales antimicrobianos como el acero inoxidable, porcelanato y la melamina,

asimismo, la señalética en cada puesto para brindar identidad como también el uso de mosaicos en el piso con los motivos de la pollera de la chola cuencana por medio de las tramas creadas, del mismo modo la colorimetría extraída de los 4 distintos elementos culturales que rodean al Mercado 10 de Agosto (ver imagen 52).

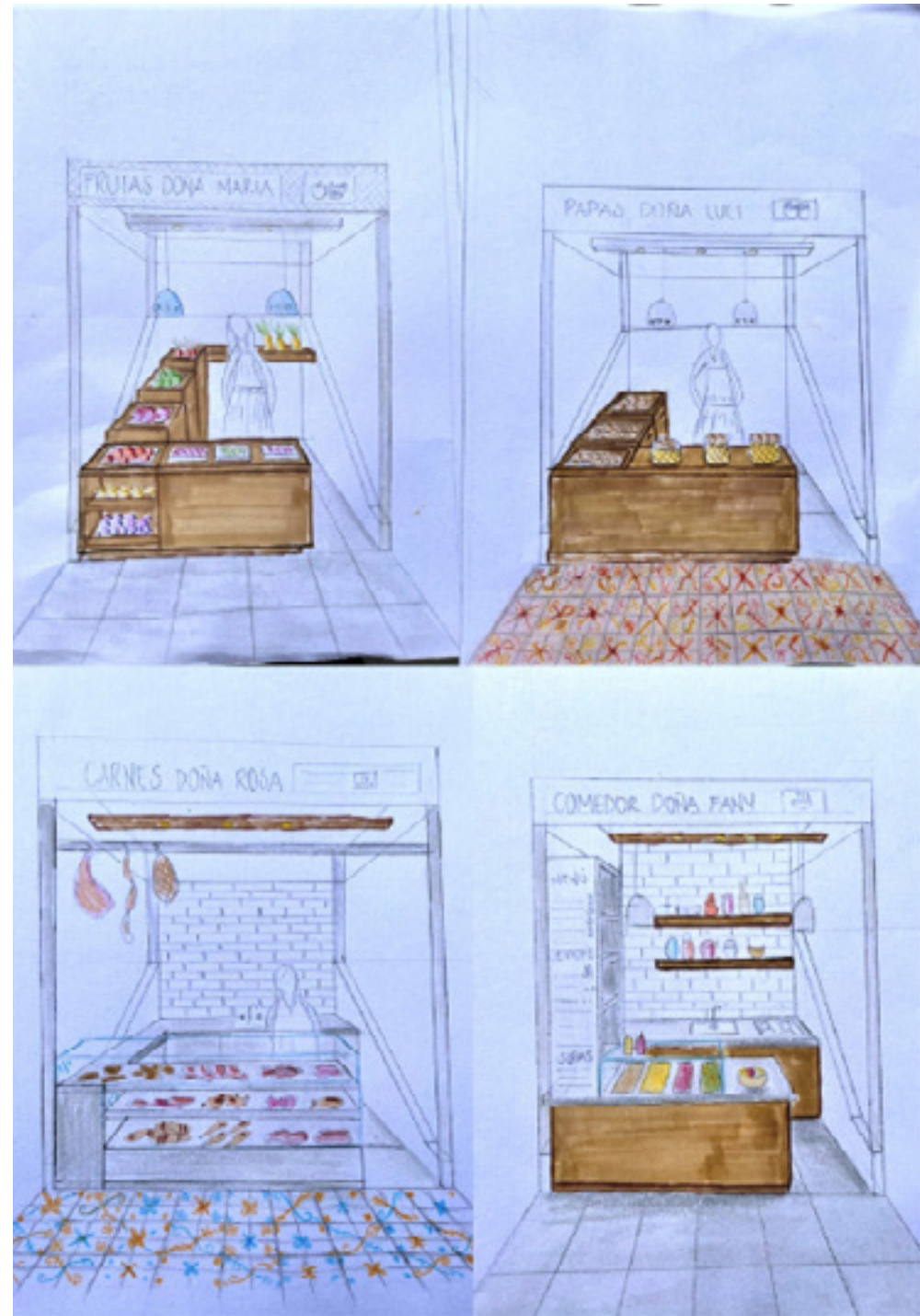


Imagen 52: "Bocetación de Espacios"
Fuente: Elaboración propia, 2022

A partir del análisis concretado anteriormente, se puede mencionar que ciertas condicionantes de diseño van a ser de gran valor para el proceso de diseño ya que gracias a estas se pudo identificar cuáles son las que deben permanecer sin ninguna alteración y cuales son otras que pueden ser mejoradas como el mobiliario, iluminación, ventilación, materialidad, señalización, distribución entre otros, logrando así una conexión con los criterios de diseño y programa arquitectónico que van a ser tomados como herramientas estratégicas para una mejora espacial dentro del Mercado 10 de Agosto, definiendo sus zonas, categorizadas para una mejor comprensión del espacio, los materiales antimicrobianos como medidas de bioseguridad, estilos de diseño contemporáneo y tradicional respetando su historia y valores arquitectónico y del mismo modo los rasgos y símbolos característicos identificados, logrando a través de instrumentos de retail design y visual merchandising un diseño estratégico para mejorar el lenguaje espacial y asimismo los distintos aspectos que lo rodean para realizar de la mejor manera el proyecto de diseño.

PROYECTO DE DISEÑO

04

Fuente de Imagen: Mercado 10 de Agosto. Escobar, Y. (2019)

En el siguiente capítulo se plantea crear una propuesta de diseño a partir del análisis con todos los datos anteriormente recopilados que se enfoca en mejorar las zonas de trabajo del Mercado 10 de Agosto e intenta resaltar el valor de la identidad cultural de Cuenca por medio del uso de materiales antimicrobianos localmente utilizados y la implementación de rasgos y símbolos característicos de la ciudad basándose en criterios tanto expresivos, funcionales, tecnológicos y significativos.

El capítulo explica la decisión de materiales, las zonas a intervenir, el mobiliario que se implementará, las medidas respectivas para sus usuarios y sus actividades, de igual manera la cromática seleccionada, entre otros elementos.

Se expone la documentación técnica, que incluye: planos arquitectónicos, cortes, elevaciones, detalles constructivos y perspectivas digitales de la propuesta.

Cumpliendo con la reflexión que convoca este trabajo de aplicar el diseño interior como herramienta para la puesta en valor de la identidad cultural en equipamientos comerciales dentro del Mercado 10 de Agosto.

4.1 Proyecto de Diseño

4.1.1 Conceptualización

El trabajo propone mejorar la calidad de vida y trabajo de los comerciantes del Mercado 10 de Agosto, es por esto que se han identificado zonas de alto, medio y bajo tráfico de uso, en las cuales se decidió seleccionar espacios para realizar las propuesta de diseño, generando una nueva organización, asimismo potenciando el valor de la identidad cultural de Cuenca y la implementación de rasgos y símbolos característicos de la ciudad. Es así, que para que estos espacios se adapten a la nueva realidad del Covid-19, el uso de materiales antimicrobianos es esencial, utilizando aquellos que se encuentran

en nuestro medio con el fin de prevenir virus y bacterias dentro de este equipamiento público, manteniendo una buena higiene para la salud de sus usuarios. Esta intervención busca incentivar la visita de clientes locales y extranjeros, mejorar las ventas de los productos existentes y considerar al equipamiento como un punto estratégico dentro de la ciudad de Cuenca potenciando sus valores patrimoniales y de identidad cultural, en la imagen 00 se puede revisar el cuadro de conceptualización de diseño y en la imagen 00 se encuentra el moodboard que explica los referentes y decisiones propositivas. (ver figura 19 y 20)

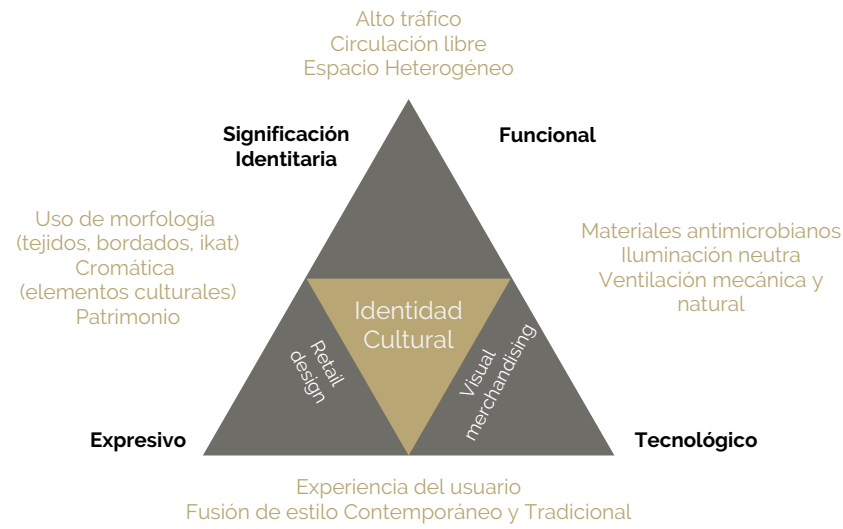


Figura 19: "Conceptualización del diseño"
Fuente: Elaboración propia, 2022

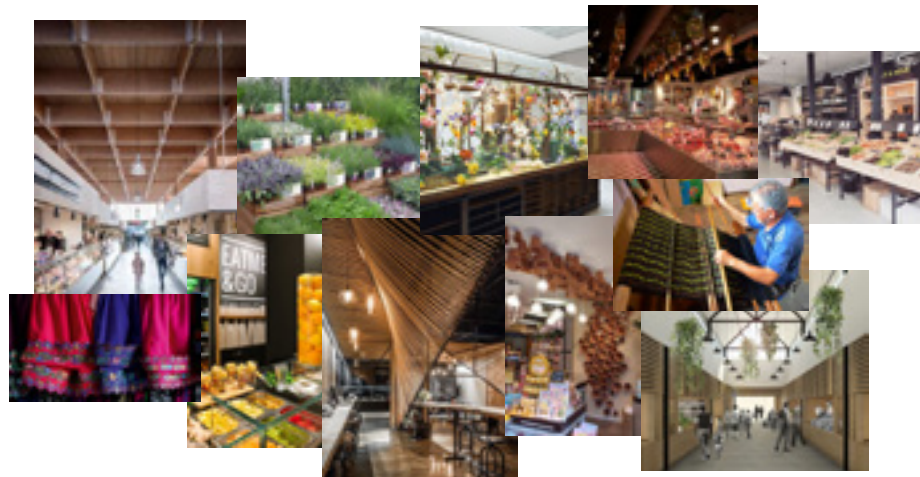


Figura 20: "Moodboard de diseño"
Fuente: Elaboración propia, 2022

4.1.2 Decisiones propositivas

Según la observación realizada se puede determinar que características como el orden, la circulación, higiene y funcionalidad de los puestos y las zonas de trabajo en el Mercado 10 de Agosto son una oportunidad para la propuesta de mejorar el espacio a partir del diseño interior.

Para la propuesta de diseño se tomó en consideración el uso de tramas y cromática. Para la paleta de colores se decidió trabajar mediante un análisis de la cromática del entorno del Mercado 10 de Agosto que fueron previamente revisados en programación, mientras que la decisión de las tramas se obtiene por medio de elementos que representen la fuerza de trabajo femenina, tanto en la vestimenta como

el uso de la morfología gracias a los bordados de la pollera de la chola cuencana, los tejidos, la macana y el ikat, los cuales serán componentes esenciales para ser trabajados dentro del espacio interior con el fin de representar la identidad cultural cuencana y del Mercado 10 de Agosto, (ver figura 21)

Se propone una nueva organización de determinadas zonas en donde se procedió con el diseño de cada espacio con sus puestos de trabajo y su mobiliario de acuerdo a los productos que se ofrecen, además se han añadido zonas y espacios de trabajo nuevos en consideración a los conceptos que el Visual Merchandising y el Retail Design aportan.










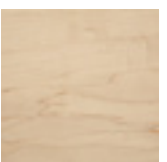

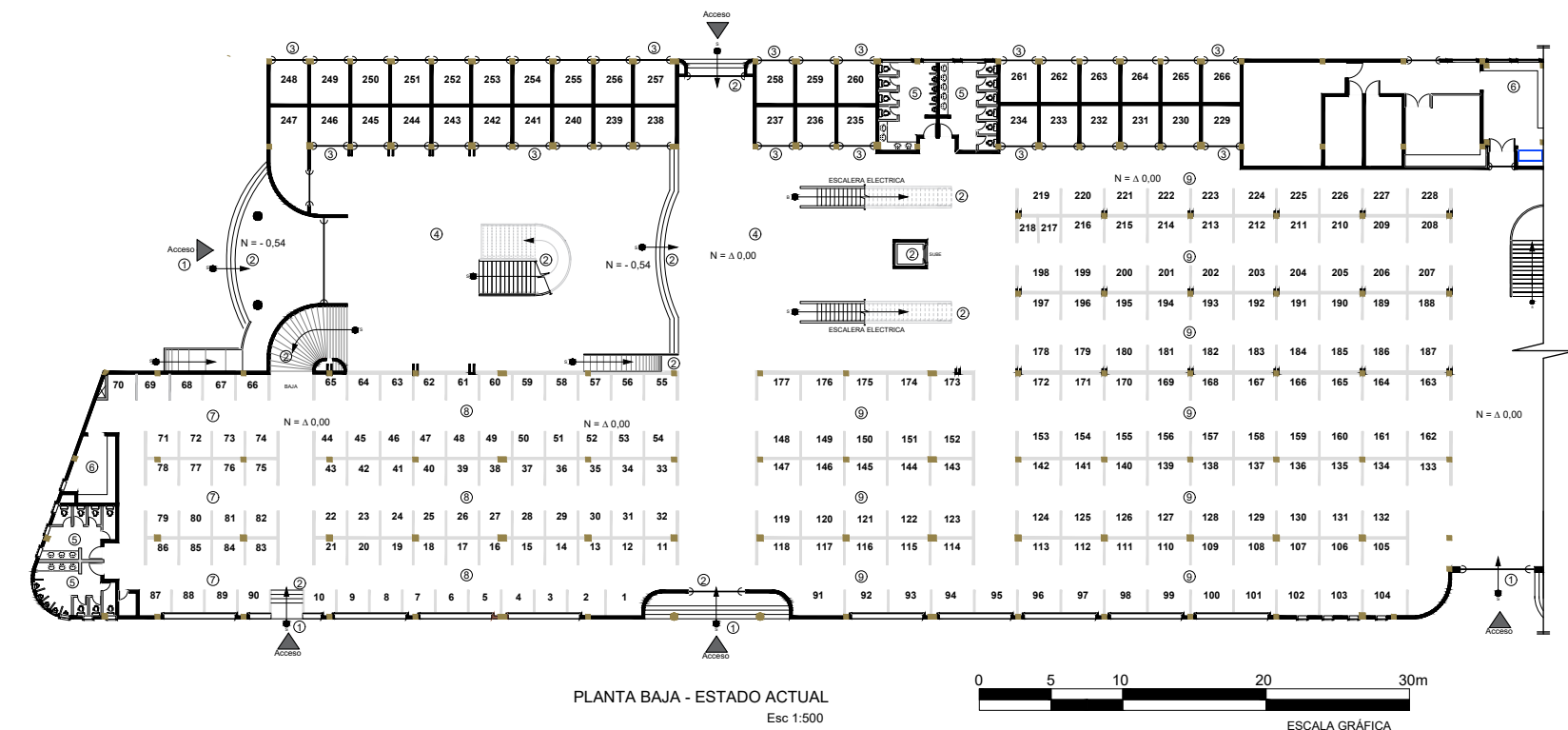
COLORIMETRÍA	MORFOLOGÍA / TRAMAS	MATERIALES
 #BF5E26  #F2BE5C  #9B763F	 Bordados de la pollera de la chola cuencana	 Tablero RH "Castaño" marca Pelikano  Metal Negro
 #667C58  #736c66  #A58A7F	 Elementos morfológicos extraídos de la pollera	 Piso de porcelanato Graitman (1,20x0,60)  Acero inoxidable
 #2F2BB  #5E817A  #D91882	 Resultado de mosaicos	 Plywood marca Pelikano  Adhesivo vinil

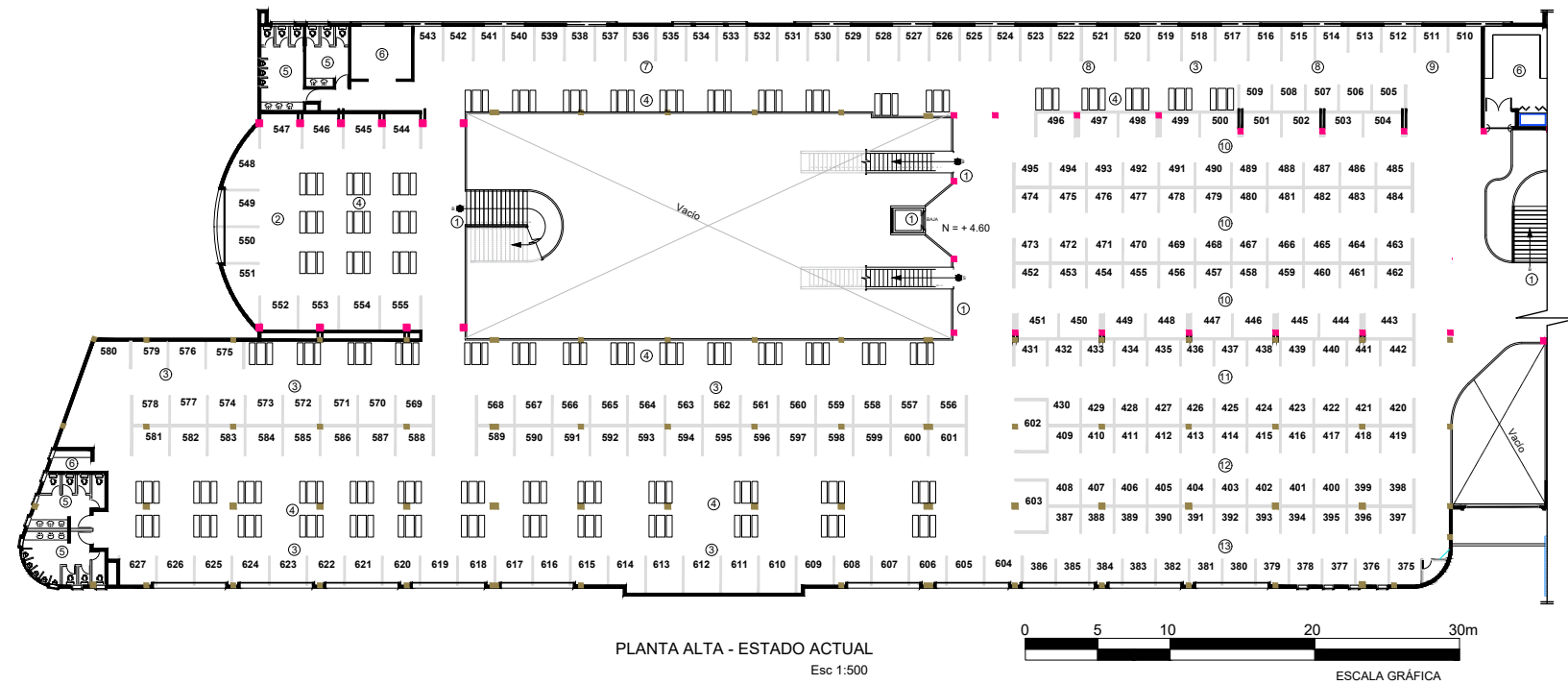
Figura 21: "Decisiones propositivas"
Fuente: Elaboración propia, 2022

4.2 DOCUMENTACIÓN TÉCNICA

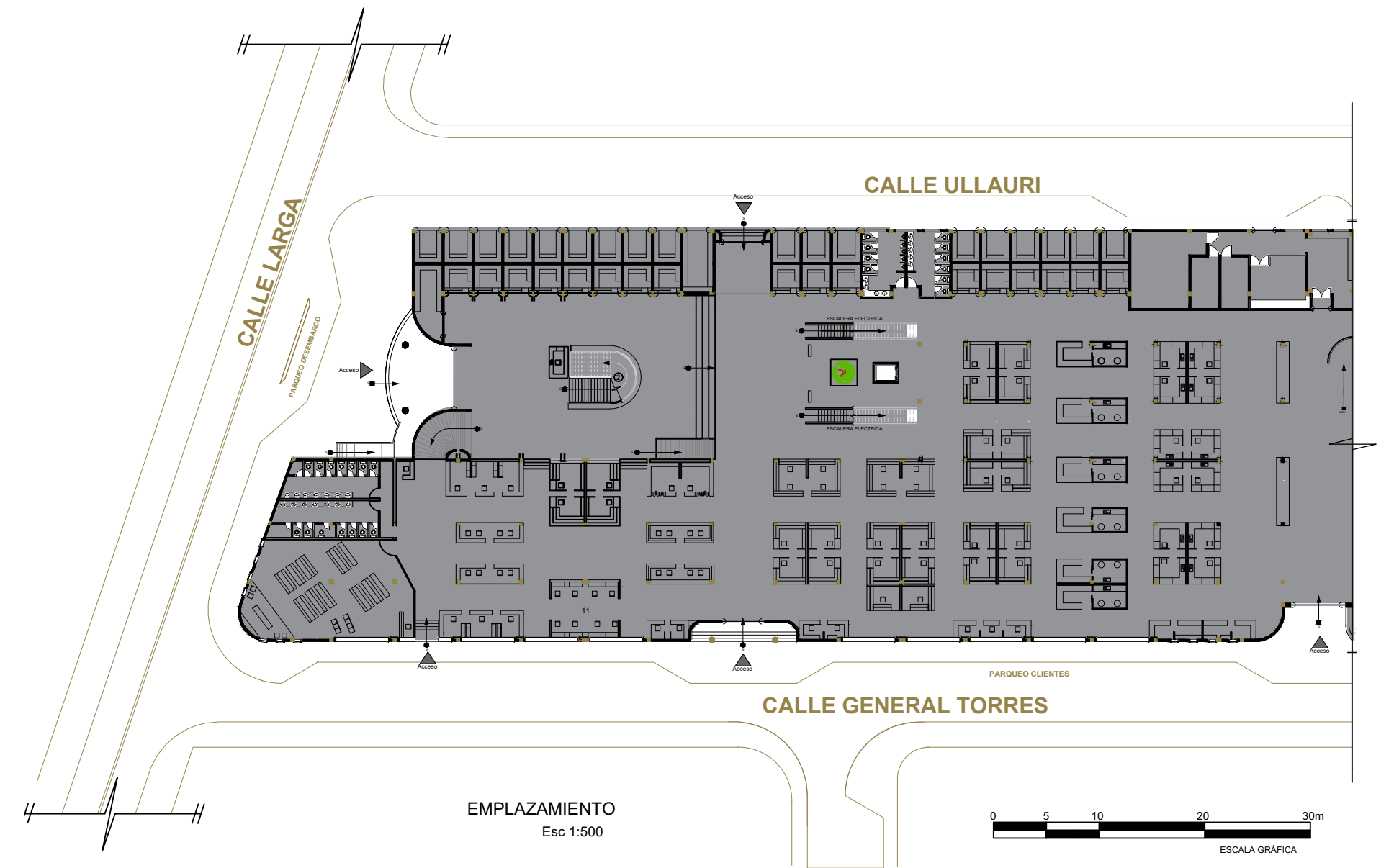


Listado de Espacios Estado Actual	
1	Acceso
2	Circulación Vertical
3	Abarrotes
4	Plazoleta
5	S.H.
6	Lavado de Productos
7	Papas
8	Frutas
9	Carnes
10	Frigoríficos

		PROYECTO:	CONTIENE:	ESCALA:	DISEÑO: S/A	DETALLE:	LÁMINA
		EL DISEÑO INTERIOR COMO HERRAMIENTA PARA LA PUESTA EN VALOR DE LA IDENTIDAD CULTURAL EN EQUIPAMIENTOS COMERCIALES		ESTADO ACTUAL	1:500	DIBUJO:	1/25
				PLANTA BAJA		REVISADO:	
					MANUELA CORNEJO MARTINA ORTIZ	LISTADO DE ESPACIOS	
					ARQ. MANUELA CORDERO		



Listado de Espacios Estado Actual	
1	Circulación Vertical
2	Hornados
3	Puestos de Comida
4	Comedores
5	S.H.
6	Lavado de Productos
7	Morochos y Jugos N = -0.54
8	Huevos y Lácteos
9	Dulces
10	Hortalizas
11	Granos Cocidos
12	Semillas
13	Plantas Medicinales



		PROYECTO:	CONTIENE:	ESCALA:	DISEÑO: S/A	DETALLE:	LÁMINA
		EL DISEÑO INTERIOR COMO HERRAMIENTA PARA LA PUESTA EN VALOR DE LA IDENTIDAD CULTURAL EN EQUIPAMIENTOS COMERCIALES	ESTADO ACTUAL PLANTA ALTA	1:500	DIBUJO: MANUELA CORNEJO MARTINA ORTIZ REVISADO: ARQ. MANUELA CORDERO	LISTADO DE ESPACIOS	2/25

		PROYECTO:	CONTIENE:	ESCALA:	DISEÑO: S/A	DETALLE:	LÁMINA
		EL DISEÑO INTERIOR COMO HERRAMIENTA PARA LA PUESTA EN VALOR DE LA IDENTIDAD CULTURAL EN EQUIPAMIENTOS COMERCIALES	EMPLAZAMIENTO	1:500	DIBUJO: MANUELA CORNEJO MARTINA ORTIZ REVISADO: ARQ. MANUELA CORDERO		3/25



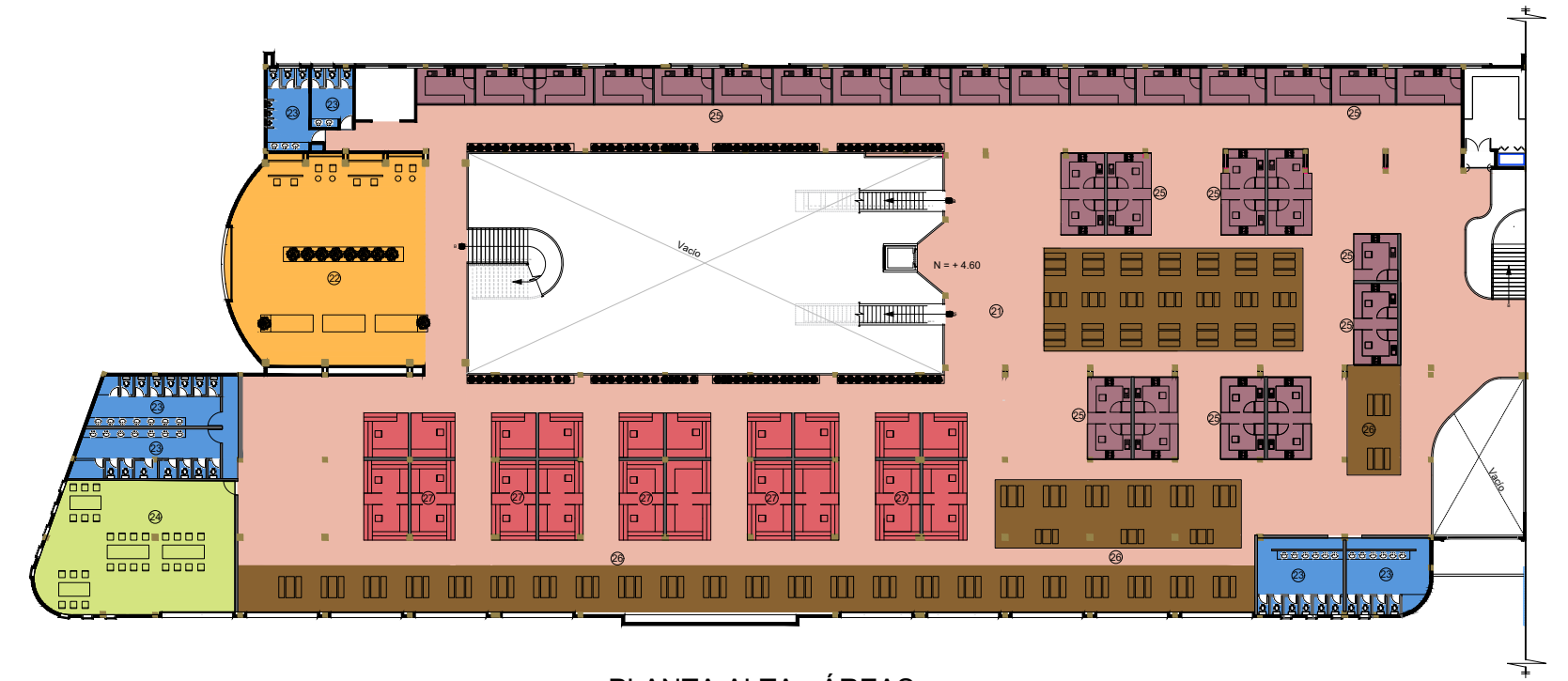
PLANTA BAJA - ÁREAS

Esc 1:500



ESCALA GRÁFICA

Listado de Áreas	
1	Acceso
2	Información 5.4 m ²
3	Abarrotes 345.34 m ²
4	Plazoleta 685.25 m ²
5	S.H. 127.78 m ²
6	Capilla 138.90 m ²
7	Velas 6.2 m ²
8	Plantas Medicinales 62.42 m ²
9	Plantas Ornamentales 40.51 m ²
10	Limpias 36.00 m ²
11	Macetas 20.13 m ²
12	Espicias 24.42 m ²
13	Carbón y Leña 7.05 m ²
14	Jugos 22.05 m ²
15	Frutas 113.13 m ²
16	Pan y Quesos 8.26 m ²
17	Verduras y Hortalizas 73.76 m ²
18	Tubérculos 37.11 m ²
19	Carnes 206.43
20	Granos Cocidos y Semillas 29.97 m ²
21	Circulación 1.197,31 m ²



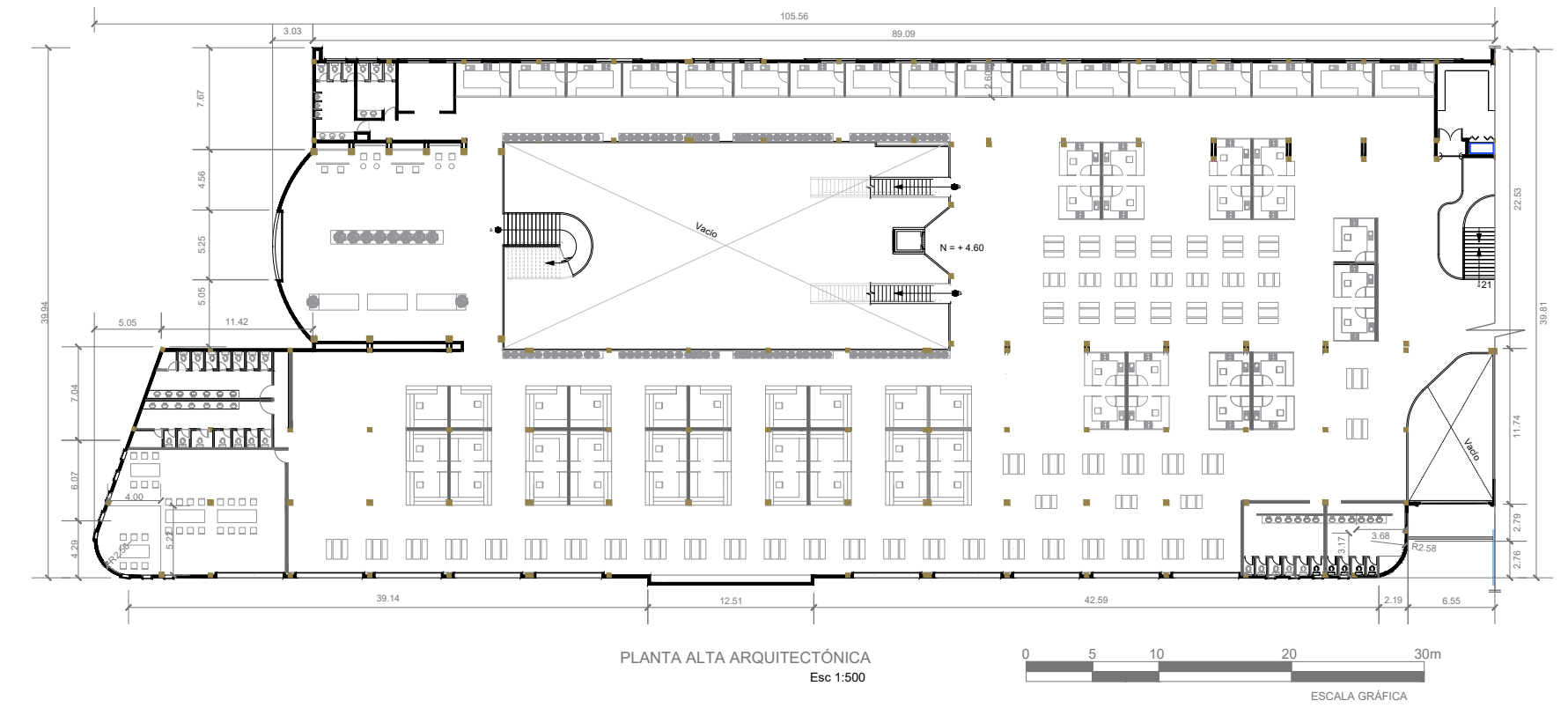
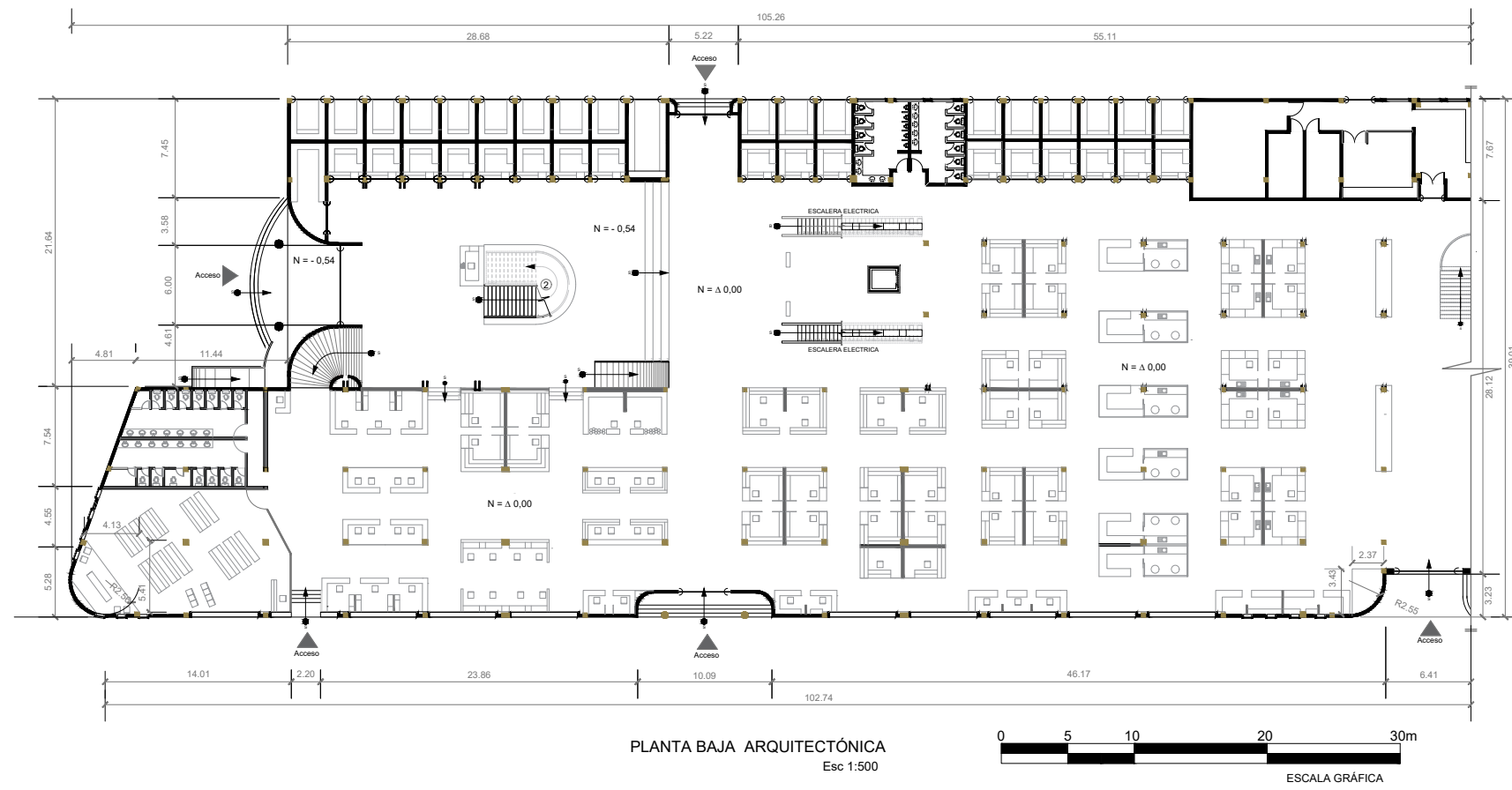
PLANTA ALTA - ÁREAS

Esc 1:500

Listado de espacios	
21	Circulación 1.313,36 m ²
22	Espacio Recreativo 196.01 m ²
23	S.H. 164.64 m ²
24	Sala de Conferencia 124.46 m ²
25	Puestos de Comida 372.57 m ²
26	Comedores 485.56 m ²
27	Dulces y Artesanías 215.40 m ²

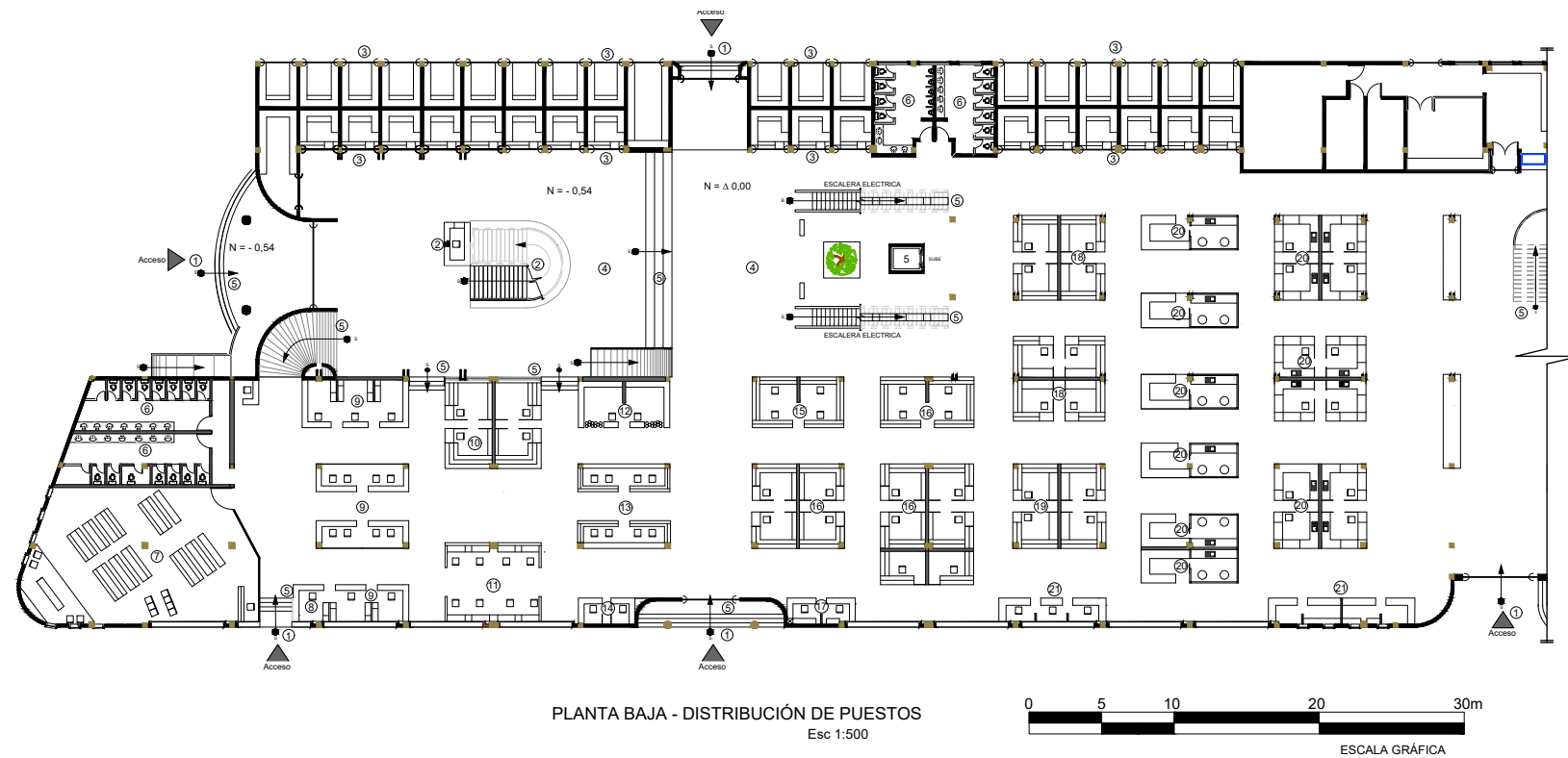
		PROYECTO:	CONTIENE:	ESCALA:	DISEÑO: S/A	DETALLE:	LÁMINA	
		EL DISEÑO INTERIOR COMO HERRAMIENTA PARA LA PUESTA EN VALOR DE LA IDENTIDAD CULTURAL EN EQUIPAMIENTOS COMERCIALES		ÁREAS PLANTA BAJA	1:500	DIBUJO: MANUELA CORNEJO MARTINA ORTIZ	LISTADO DE ÁREAS	4/25
					REVISADO: ARQ. MANUELA CORDERO			

		PROYECTO:	CONTIENE:	ESCALA:	DISEÑO: S/A	DETALLE:	LÁMINA	
		EL DISEÑO INTERIOR COMO HERRAMIENTA PARA LA PUESTA EN VALOR DE LA IDENTIDAD CULTURAL EN EQUIPAMIENTOS COMERCIALES		ÁREAS PLANTA ALTA	1:500	DIBUJO: MANUELA CORNEJO MARTINA ORTIZ	LISTADO DE ÁREAS	5/25
					REVISADO: ARQ. MANUELA CORDERO			

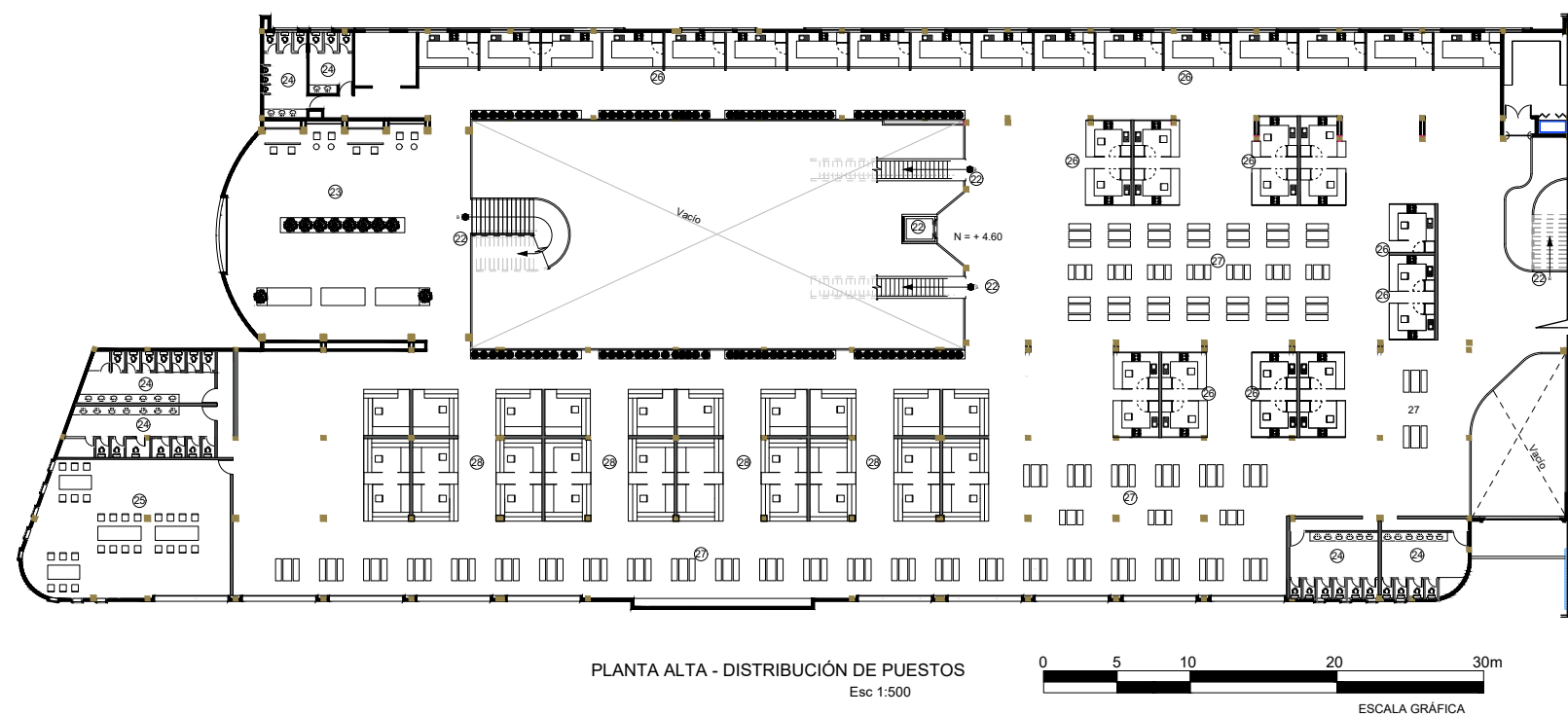


		PROYECTO: EL DISEÑO INTERIOR COMO HERRAMIENTA PARA LA PUESTA EN VALOR DE LA IDENTIDAD CULTURAL EN EQUIPAMIENTOS COMERCIALES	CONTIENE: PLANTA BAJA ARQUITECTÓNICA	ESCALA: 1:500	DISEÑO: S/A	DETALLE: COTAS	LÁMINA: 6/25
					DIBUJO: MANUELA CORNEJO MARTINA ORTIZ		
					REVISADO: ARQ. MANUELA CORDERO		

		PROYECTO: EL DISEÑO INTERIOR COMO HERRAMIENTA PARA LA PUESTA EN VALOR DE LA IDENTIDAD CULTURAL EN EQUIPAMIENTOS COMERCIALES	CONTIENE: PLANTA ALTA ARQUITECTÓNICA	ESCALA: 1:500	DISEÑO: S/A	DETALLE: COTAS	LÁMINA: 7/25
					DIBUJO: MANUELA CORNEJO MARTINA ORTIZ		
					REVISADO: ARQ. MANUELA CORDERO		



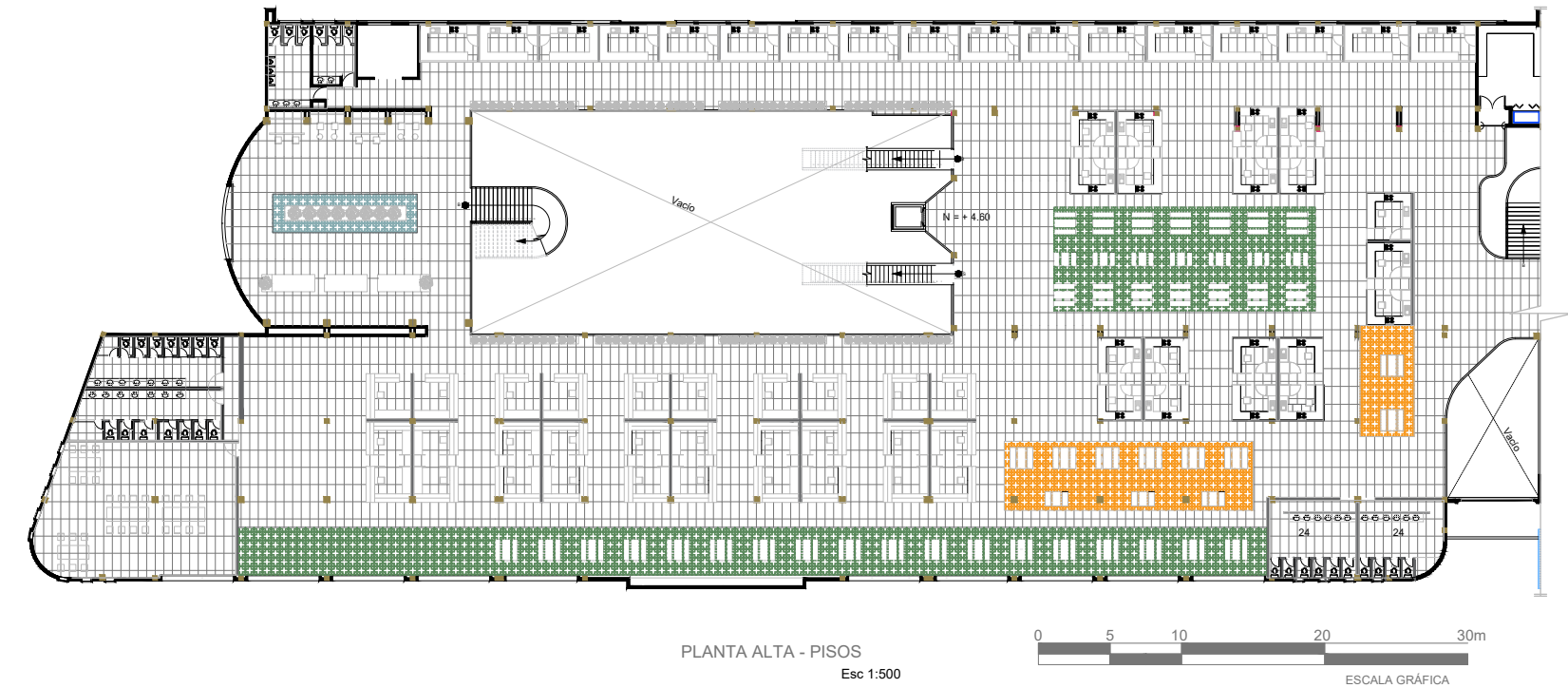
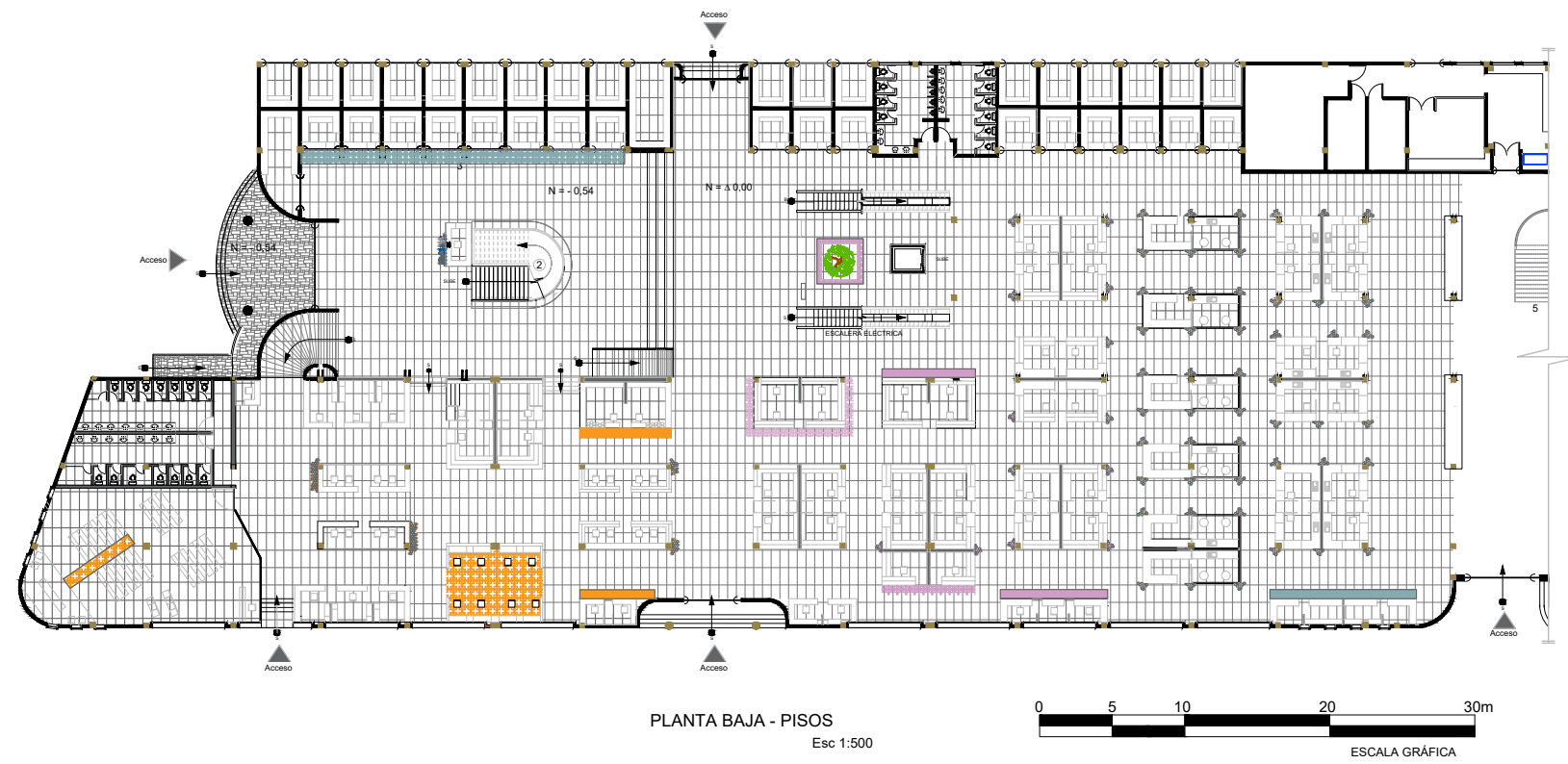
Listado de espacios	
1	Acceso
2	Información
3	Abarrotes
4	Plazoleta
5	Circulación Vertical
6	S.H.
7	Capilla
8	Velas
9	Plantas Medicinales
10	Plantas Aromáticas
11	Limpías
12	Macetas
13	Espicias
14	Carbón y Leña
15	Jugos
16	Frutas
17	Pan y Quesos
18	Verduras y Hortalizas
19	Tubérculos
20	Carnes
21	Granos Cocidos y Semillas



Listado de espacios	
22	Circulación Vertical
23	Espacio Recreativo
24	S.H.
25	Sala de Conferencia
26	Puestos de Comida
27	Comedores
28	Dulces y Artesanías

		PROYECTO: EL DISEÑO INTERIOR COMO HERRAMIENTA PARA LA PUESTA EN VALOR DE LA IDENTIDAD CULTURAL EN EQUIPAMIENTOS COMERCIALES	CONTIENE: PLANTA BAJA DISTRIBUCIÓN DE PUESTOS	ESCALA: 1:500	DISEÑO: S/A DIBUJO: MANUELA CORNEJO MARTINA ORTIZ REVISADO: ARQ. MANUELA CORDERO	DETALLE: LISTADO DE ESPACIOS	LÁMINA 8/25

		PROYECTO: EL DISEÑO INTERIOR COMO HERRAMIENTA PARA LA PUESTA EN VALOR DE LA IDENTIDAD CULTURAL EN EQUIPAMIENTOS COMERCIALES	CONTIENE: PLANTA ALTA DISTRIBUCIÓN DE PUESTOS	ESCALA: 1:500	DISEÑO: S/A DIBUJO: MANUELA CORNEJO MARTINA ORTIZ REVISADO: ARQ. MANUELA CORDERO	DETALLE: LISTADO DE ESPACIOS	LÁMINA 9/25

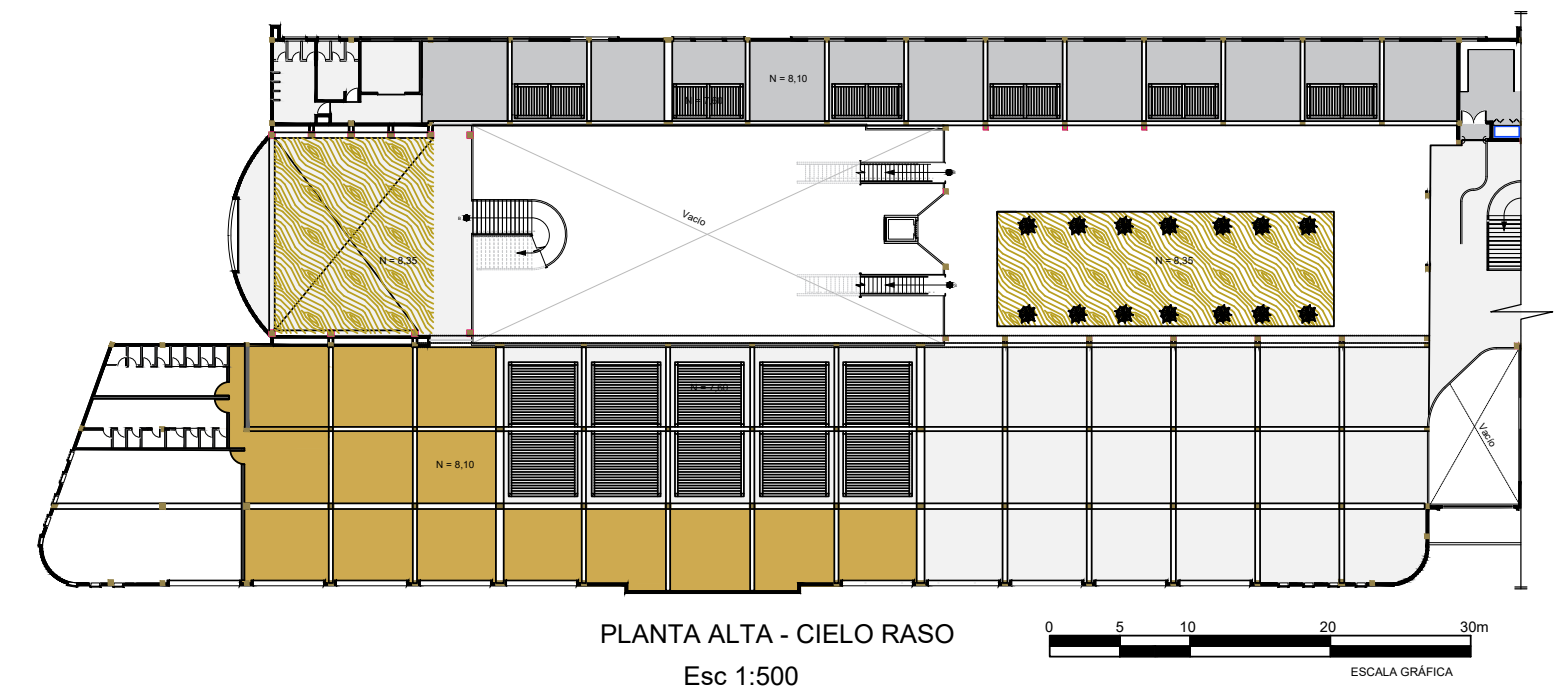
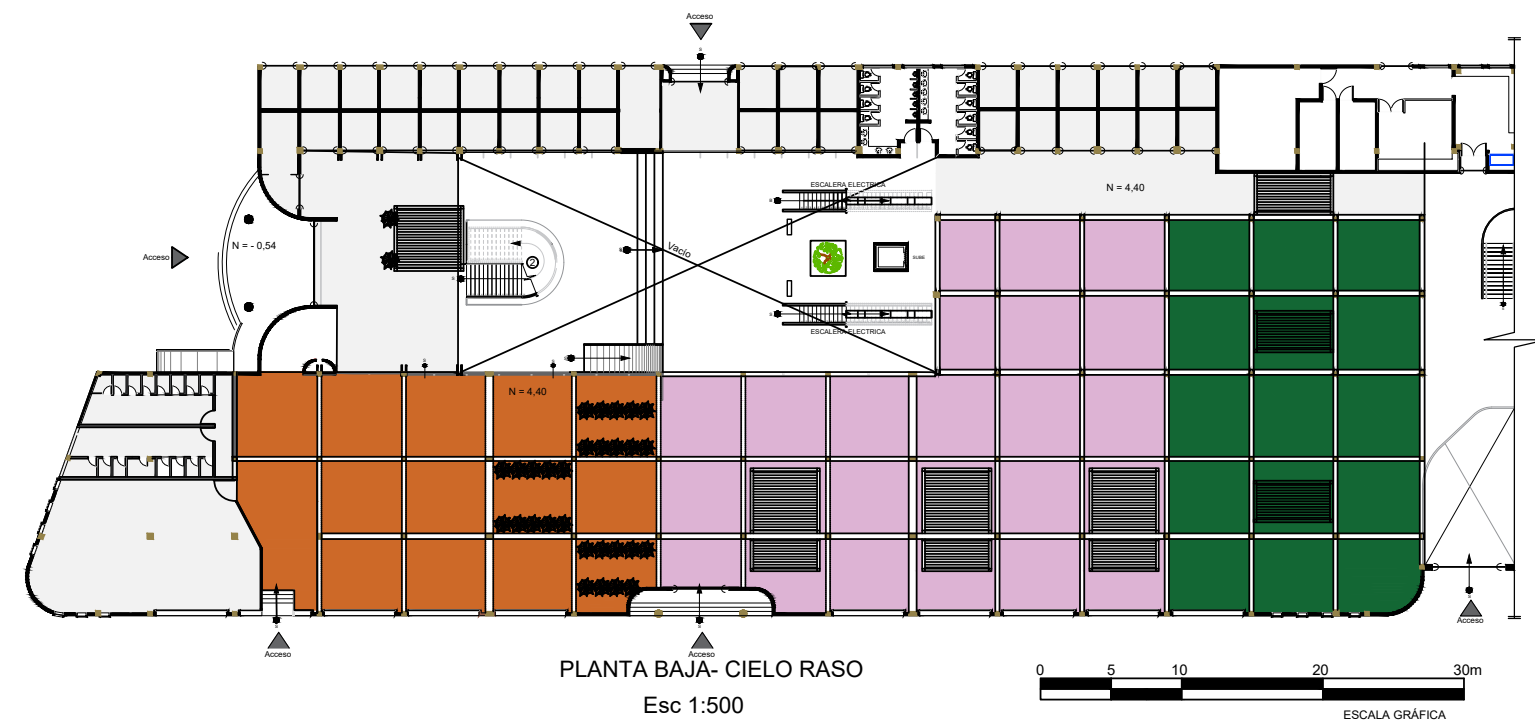


Listado de Materiales		
Real	Simbología	Detalles
		Porcelanato GRAIMAN Gray 120 cm x 60cm e: 8mm
		Mosaico GRAIMAN Personalizado Tonos Azules 30 x 30cm e: 8mm
		Mosaico GRAIMAN Personalizado Tonos Azules 30cm x 30cm e: 8mm
		Mosaico GRAIMAN Personalizado Tonos Morados 30cm x 30cm e: 8mm
		Mosaico GRAIMAN Personalizado Tonos Azules 30 cm x 30cm e: 8mm
		Pintura Epóxica Multisus ICO PINTUCO color naranja, Código: NR070-D
		Pintura Epóxica Multisus ICO PINTUCO color azul, Código: AZ110-T
		Pintura Epóxica Multisus ICO PINTUCO color lila, Código: VL116-T
		Hormicrete Actual

Listado de Materiales		
Real	Plano	Detalles
		Porcelanato GRAIMAN Gray 120 cm x 60cm e: 8mm
		Mosaico GRAIMAN Personalizado Tonos Azules 15 cm x 15cm e: 8mm
		Mosaico GRAIMAN Personalizado Tonos Verdes 15 cm x 15cm e: 8mm
		Mosaico GRAIMAN Personalizado Tonos Naranja 15 cm x 15cm e: 8mm

		PROYECTO:	CONTIENE:	ESCALA:	DISEÑO: S/A	DETALLE:	LÁMINA
		EL DISEÑO INTERIOR COMO HERRAMIENTA PARA LA PUESTA EN VALOR DE LA IDENTIDAD CULTURAL EN EQUIPAMIENTOS COMERCIALES	PLANTA BAJA PISOS	1: 500	DIBUJO: MANUELA CORNEJO MARTINA ORTIZ	LISTADO DE MATERIALES	10/25
		REVISADO:			ARQ. MANUELA CORDERO		

		PROYECTO:	CONTIENE:	ESCALA:	DISEÑO: S/A	DETALLE:	LÁMINA
		EL DISEÑO INTERIOR COMO HERRAMIENTA PARA LA PUESTA EN VALOR DE LA IDENTIDAD CULTURAL EN EQUIPAMIENTOS COMERCIALES	PLANTA ALTA PISOS	1: 500	DIBUJO: MANUELA CORNEJO MARTINA ORTIZ	LISTADO DE MATERIALES	11/25
		REVISADO:			ARQ. MANUELA CORDERO		

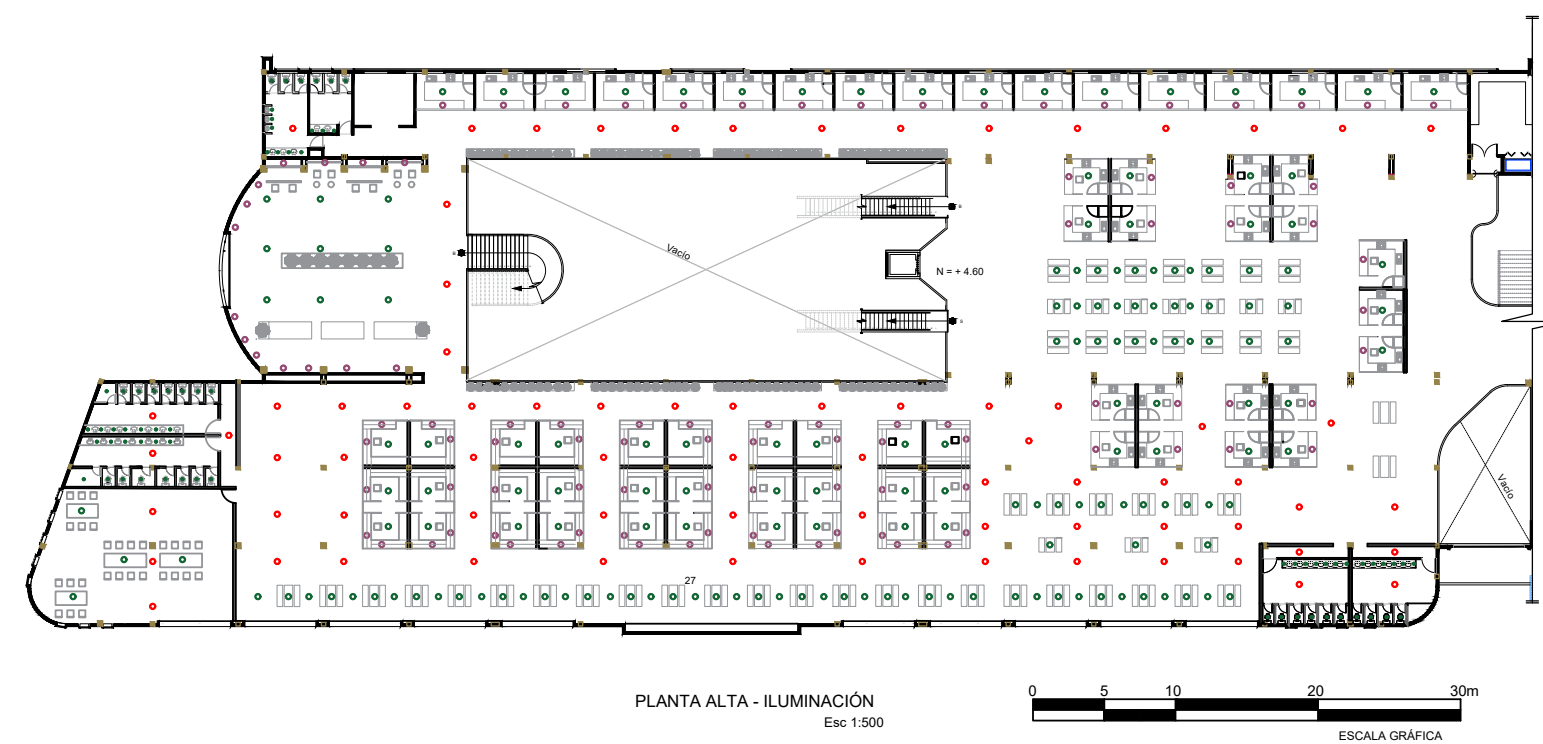
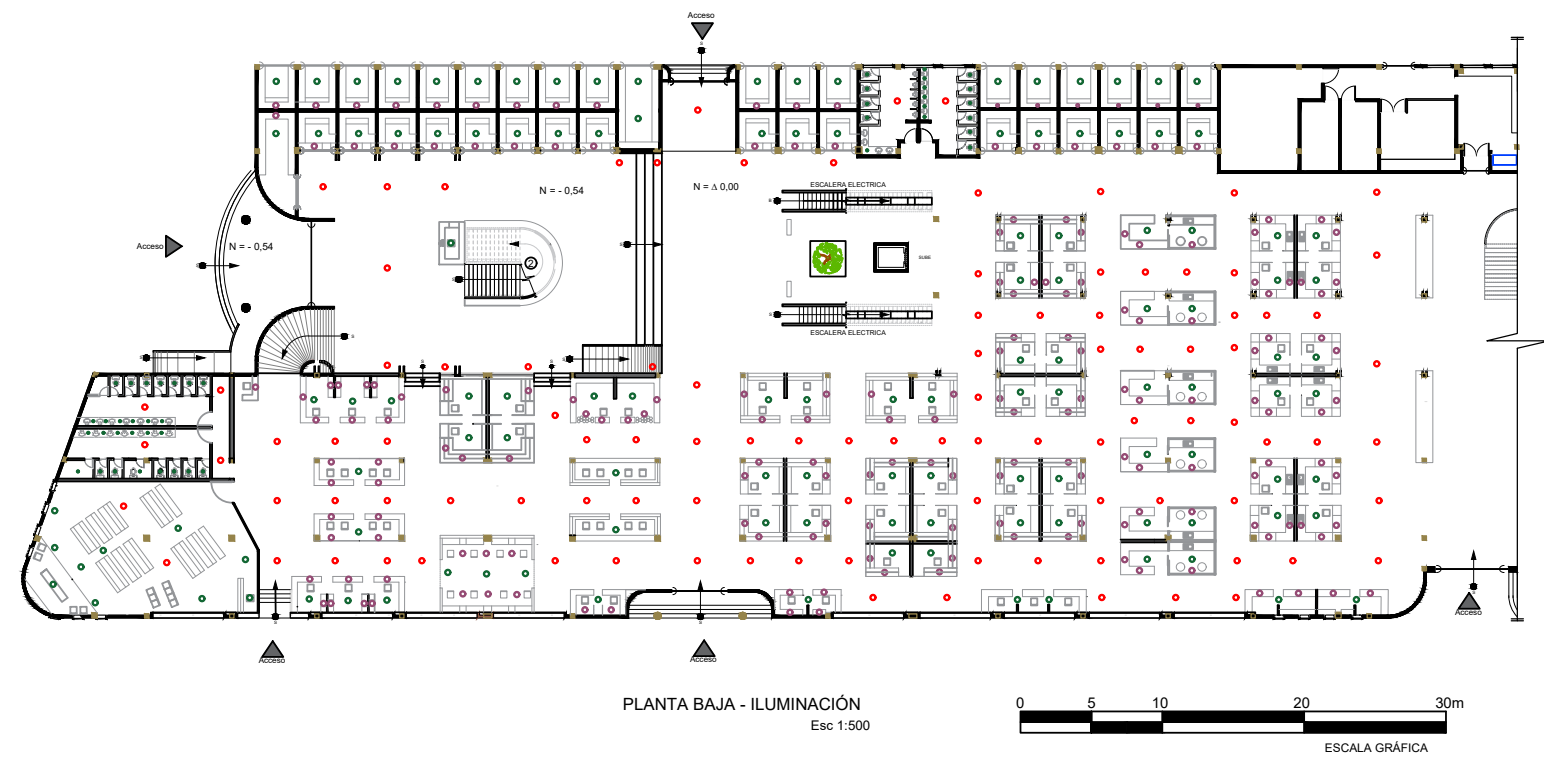


Listado de Materiales		
Real	Simbología	Detalles
		Pintura blanca marca PINTUCO pintulux Código: OW001-P sobre cielo raso existente
		Pintura naranja marca PINTUCO pintulux Código: NR105-D sobre cielo raso existente
		Pintura verde marca PINTUCO pintulux Código: VD108-A sobre cielo raso existente
		Pintura lila marca PINTUCO pintulux Código: VL116-T sobre cielo raso existente
		Estructura de metal recubierta de madera, tubos metálicos de colores
		Vegetación colgante

Listado de Materiales		
Real	Simbología	Detalles
		Pintura blanca marca PINTUCO pintulux Código: OW001-P
		Pintura café marca PINTUCO pintulux Código: AM083-A sobre cielo raso existente
		Pintura gris marca PINTUCO pintulux Código: TR109-T sobre cielo raso existente
		Plywood moldeado curvo marca Pelikano
		Estructura de metal recubierta de madera, tubos metálicos de colores
		Vegetación colgante



		PROYECTO:	CONTIENE:	ESCALA:	DISEÑO: S/A	DETALLE:	LÁMINA
		EL DISEÑO INTERIOR COMO HERRAMIENTA PARA LA PUESTA EN VALOR DE LA IDENTIDAD CULTURAL EN EQUIPAMIENTOS COMERCIALES	PLANTA BAJA CIELO RASO	1: 500	DIBUJO: MANUELA CORNEJO MARTINA ORTIZ	LISTADO DE MATERIALES	12/25
					REVISADO: ARQ. MANUELA CORDERO		



		PROYECTO:	CONTIENE:	ESCALA:	DISEÑO: S/A	DETALLE:	LÁMINA
		EL DISEÑO INTERIOR COMO HERRAMIENTA PARA LA PUESTA EN VALOR DE LA IDENTIDAD CULTURAL EN EQUIPAMIENTOS COMERCIALES	PLANTA ALTA CIELO RASO	1: 500	DIBUJO: MANUELA CORNEJO MARTINA ORTIZ	LISTADO DE MATERIALES	13/25
					REVISADO: ARQ. MANUELA CORDERO		

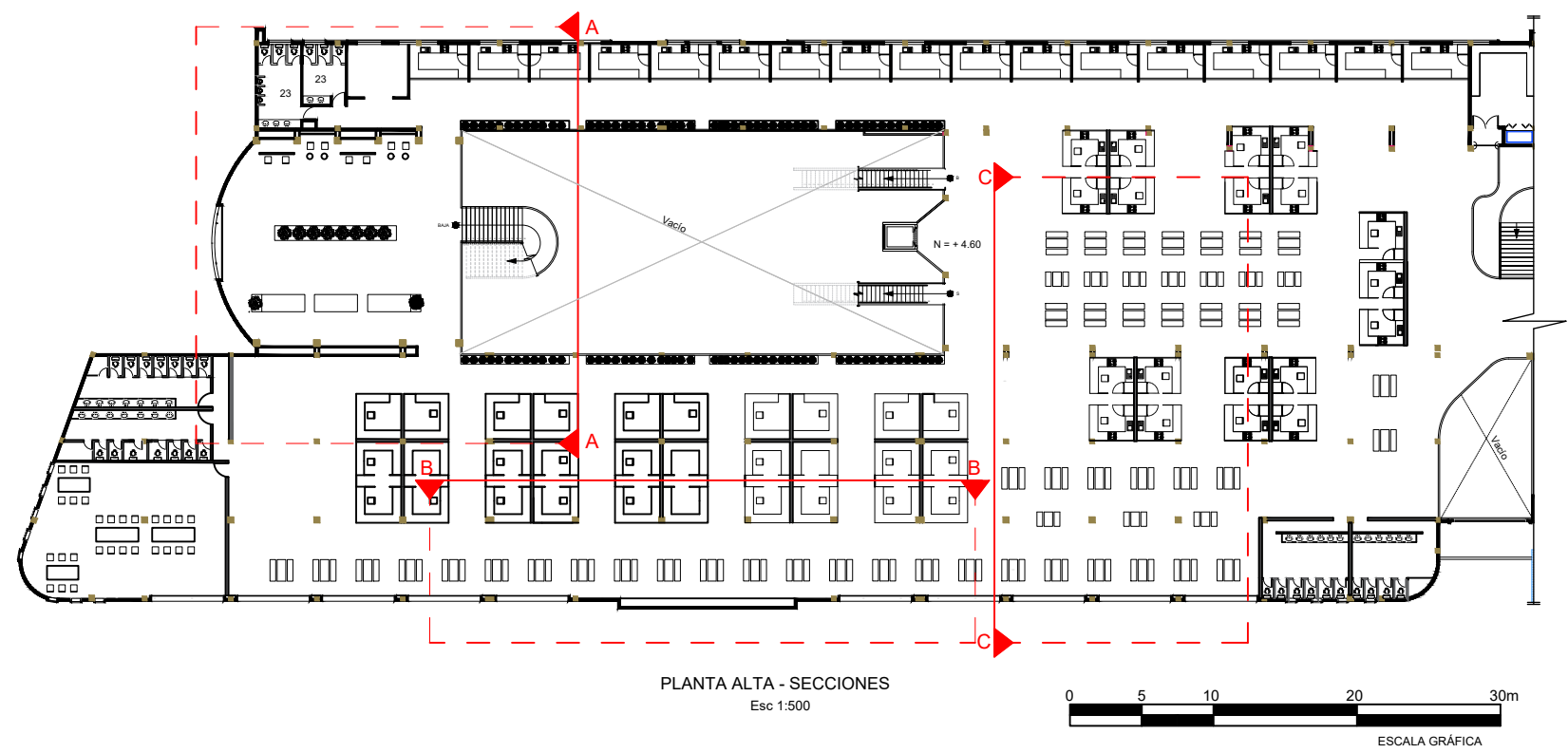
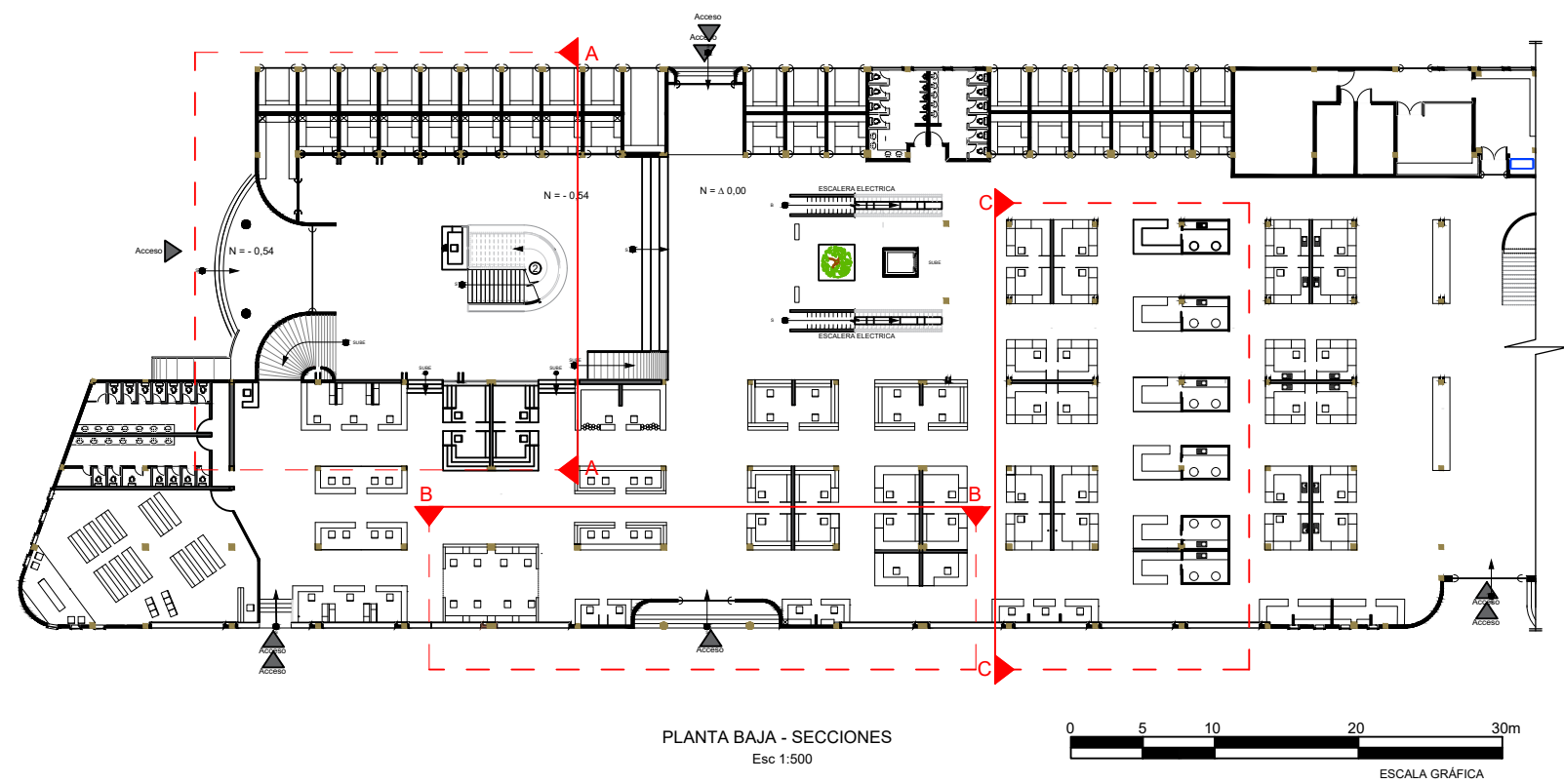


Listado de Materiales		
Real	Simbología	Detalles
		Iluminación General / Spot LED
		Iluminación Zonal / Spot LED / Lámparas LED Lineales / Focos LED Colgantes
		Iluminación Puntual / Spot Led, Tiras LED

Listado de Materiales		
Real	Simbología	Detalles
		Iluminación General / Spot LED
		Iluminación Zonal / Spot LED / Lámparas LED Lineales / Focos LED Colgantes
		Iluminación Puntual / Spot Led, Tiras LED

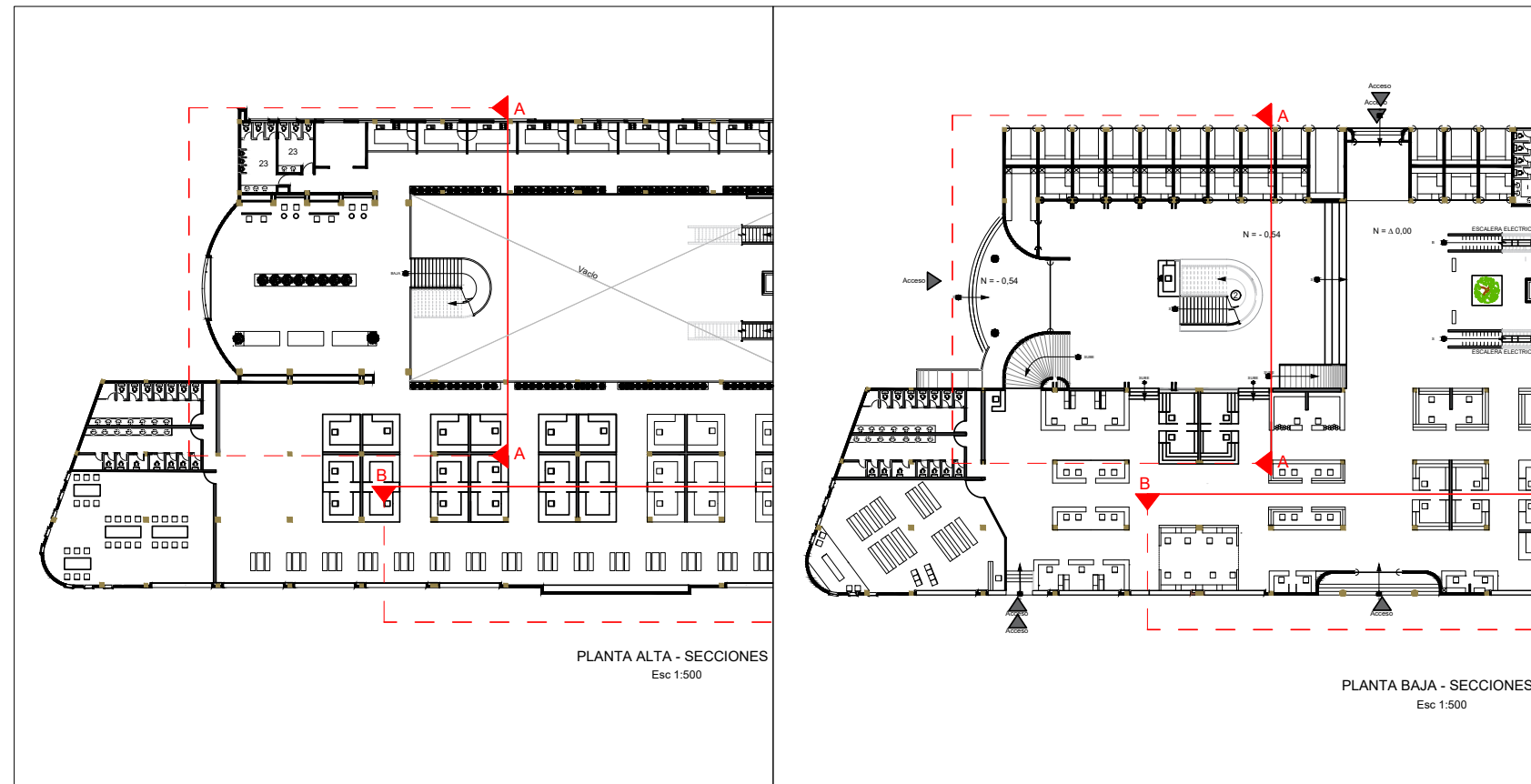
		PROYECTO:	CONTIENE:	ESCALA:	DISEÑO: S/A	DETALLE:	LÁMINA
		EL DISEÑO INTERIOR COMO HERRAMIENTA PARA LA PUESTA EN VALOR DE LA IDENTIDAD CULTURAL EN EQUIPAMIENTOS COMERCIALES	PLANTA BAJA ILUMINACIÓN	1: 500	DIBUJO: MANUELA CORNEJO MARTINA ORTIZ	LISTADO DE ELEMENTOS	14/25
					REVISADO: ARQ. MANUELA CORDERO		

		PROYECTO:	CONTIENE:	ESCALA:	DISEÑO: S/A	DETALLE:	LÁMINA
		EL DISEÑO INTERIOR COMO HERRAMIENTA PARA LA PUESTA EN VALOR DE LA IDENTIDAD CULTURAL EN EQUIPAMIENTOS COMERCIALES	PLANTA ALTA ILUMINACIÓN	1: 500	DIBUJO: MANUELA CORNEJO MARTINA ORTIZ	LISTADO DE ELEMENTOS	15/25
					REVISADO: ARQ. MANUELA CORDERO		



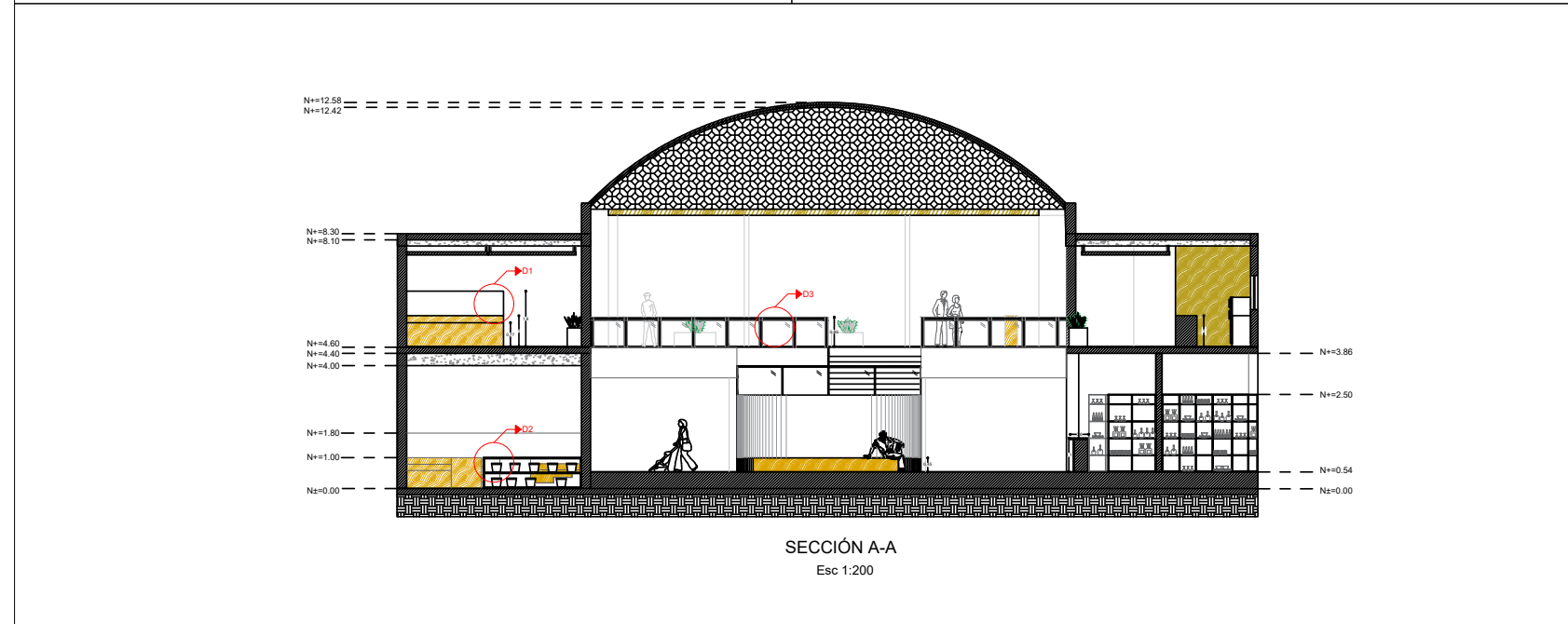
		PROYECTO:	CONTIENE:	ESCALA:	DISEÑO: S/A	DETALLE:	LÁMINA 16/25
		EL DISEÑO INTERIOR COMO HERRAMIENTA PARA LA PUESTA EN VALOR DE LA IDENTIDAD CULTURAL EN EQUIPAMIENTOS COMERCIALES	PLANTA BAJA SECCIONES	1: 500	DIBUJO: MANUELA CORNEJO MARTINA ORTIZ		
					REVISADO: ARQ. MANUELA CORDERO		

		PROYECTO:	CONTIENE:	ESCALA:	DISEÑO: S/A	DETALLE:	LÁMINA 17/25
		EL DISEÑO INTERIOR COMO HERRAMIENTA PARA LA PUESTA EN VALOR DE LA IDENTIDAD CULTURAL EN EQUIPAMIENTOS COMERCIALES	PLANTA ALTA SECCIONES	1: 500	DIBUJO: MANUELA CORNEJO MARTINA ORTIZ		
					REVISADO: ARQ. MANUELA CORDERO		



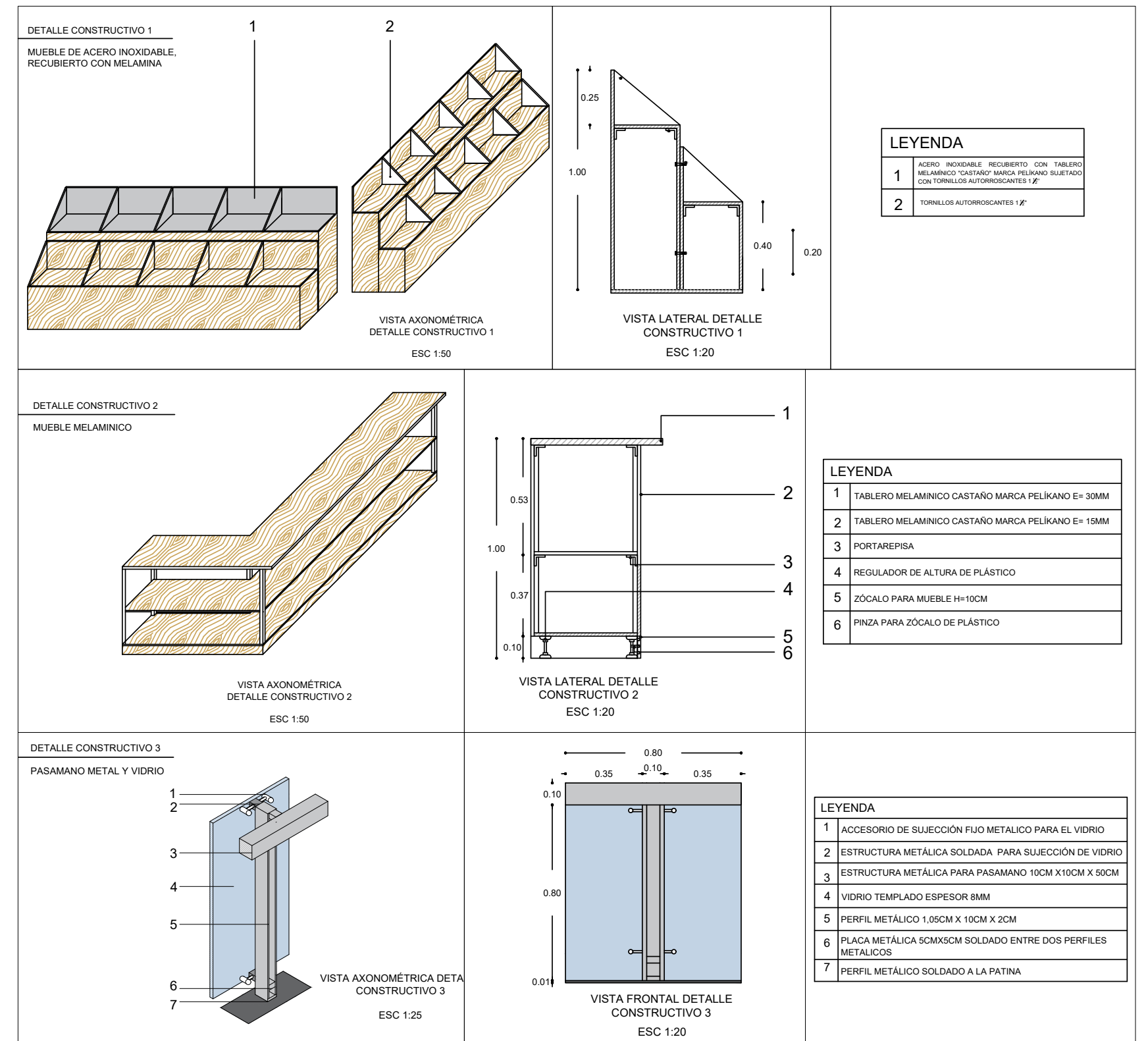
PLANTA ALTA - SECCIONES
Esc 1:500

PLANTA BAJA - SECCIONES
Esc 1:500



SECCIÓN A-A
Esc 1:200

	PROYECTO:	CONTIENE:	ESCALA:	DISEÑO: S/A	DETALLE:	LÁMINA
	EL DISEÑO INTERIOR COMO HERRAMIENTA PARA LA PUESTA EN VALOR DE LA IDENTIDAD CULTURAL EN EQUIPAMIENTOS COMERCIALES	PLANTAS SECCIONES SECCIÓN A-A	TODAS LAS MENCIONADAS	DIBUJO: MANUELA CORNEJO MARTINA ORTIZ REVISADO: ARQ. MANUELA CORDERO		



DETALLE CONSTRUCTIVO 1
MUEBLE DE ACERO INOXIDABLE, RECUBIERTO CON MELAMINA

VISTA AXONOMÉTRICA DETALLE CONSTRUCTIVO 1
ESC 1:50

VISTA LATERAL DETALLE CONSTRUCTIVO 1
ESC 1:20

LEYENDA	
1	ACERO INOXIDABLE RECUBIERTO CON TABLERO MELAMINICO "CASTANO" MARCA PELIKANO SUEJATO CON TORNILLOS AUTORROSCANTES 1/8"
2	TORNILLOS AUTORROSCANTES 1/8"

DETALLE CONSTRUCTIVO 2
MUEBLE MELAMINICO

VISTA AXONOMÉTRICA DETALLE CONSTRUCTIVO 2
ESC 1:50

VISTA LATERAL DETALLE CONSTRUCTIVO 2
ESC 1:20

LEYENDA	
1	TABLERO MELAMINICO CASTAÑO MARCA PELIKANO E= 30MM
2	TABLERO MELAMINICO CASTAÑO MARCA PELIKANO E= 15MM
3	PORTAREPISA
4	REGULADOR DE ALTURA DE PLÁSTICO
5	ZÓCALO PARA MUEBLE H=10CM
6	PINZA PARA ZÓCALO DE PLÁSTICO

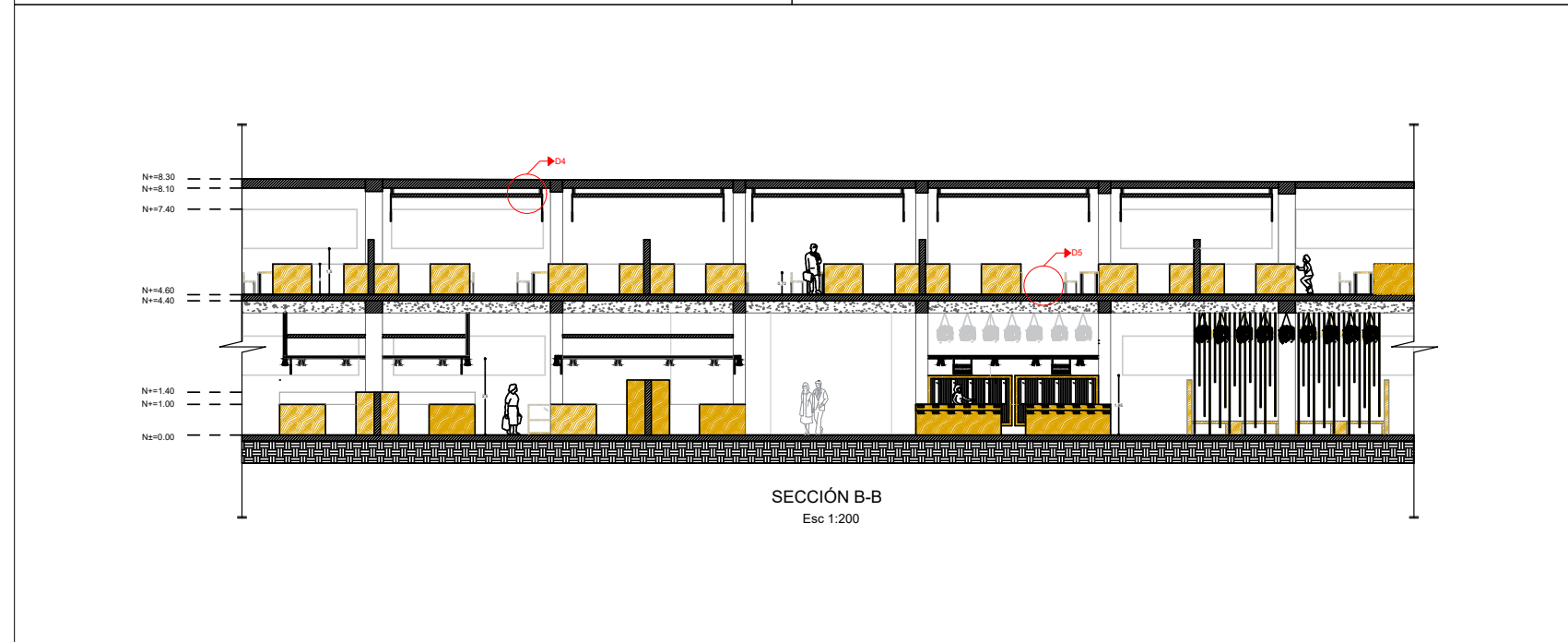
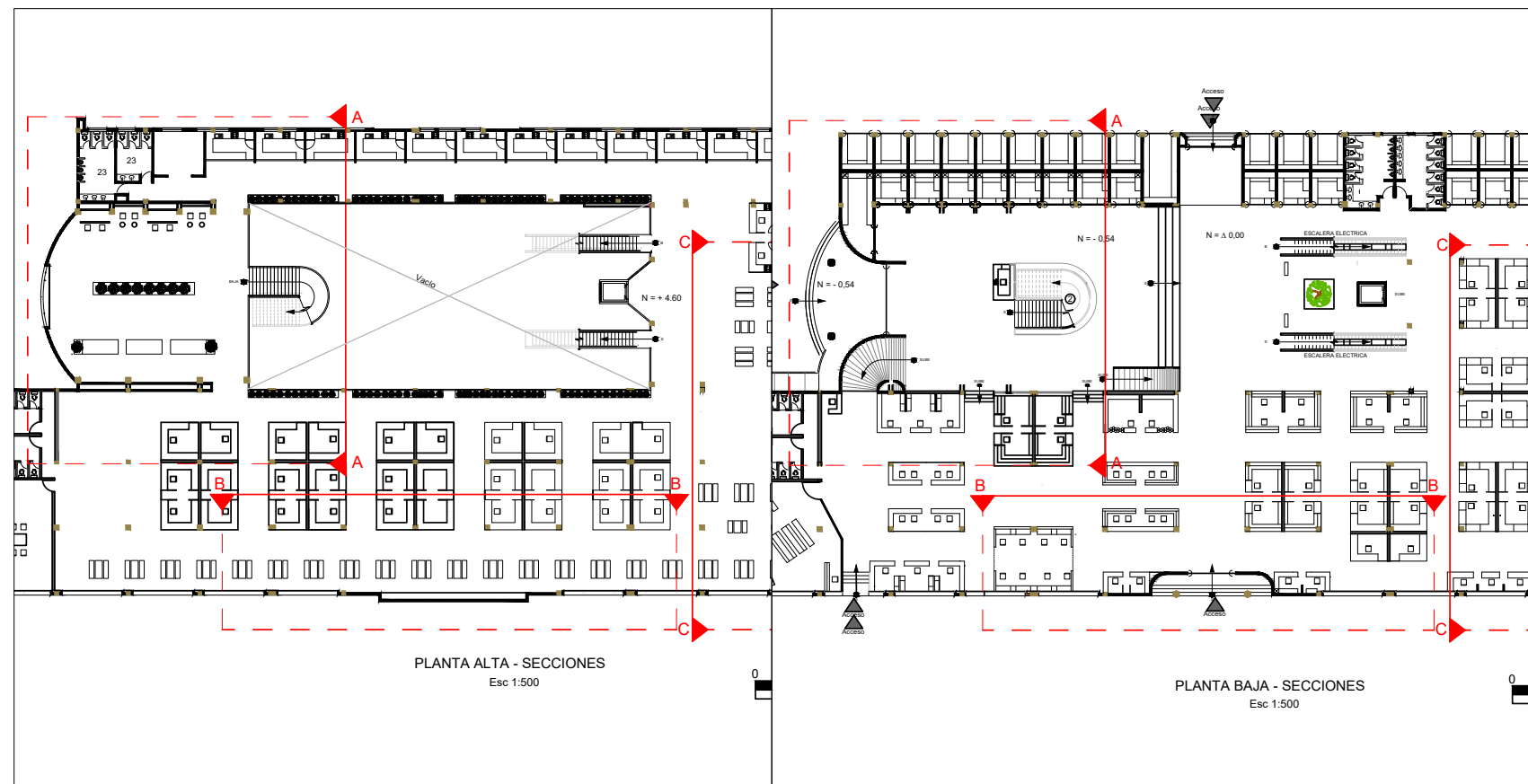
DETALLE CONSTRUCTIVO 3
PASAMANO METAL Y VIDRIO

VISTA AXONOMÉTRICA DETALLE CONSTRUCTIVO 3
ESC 1:25

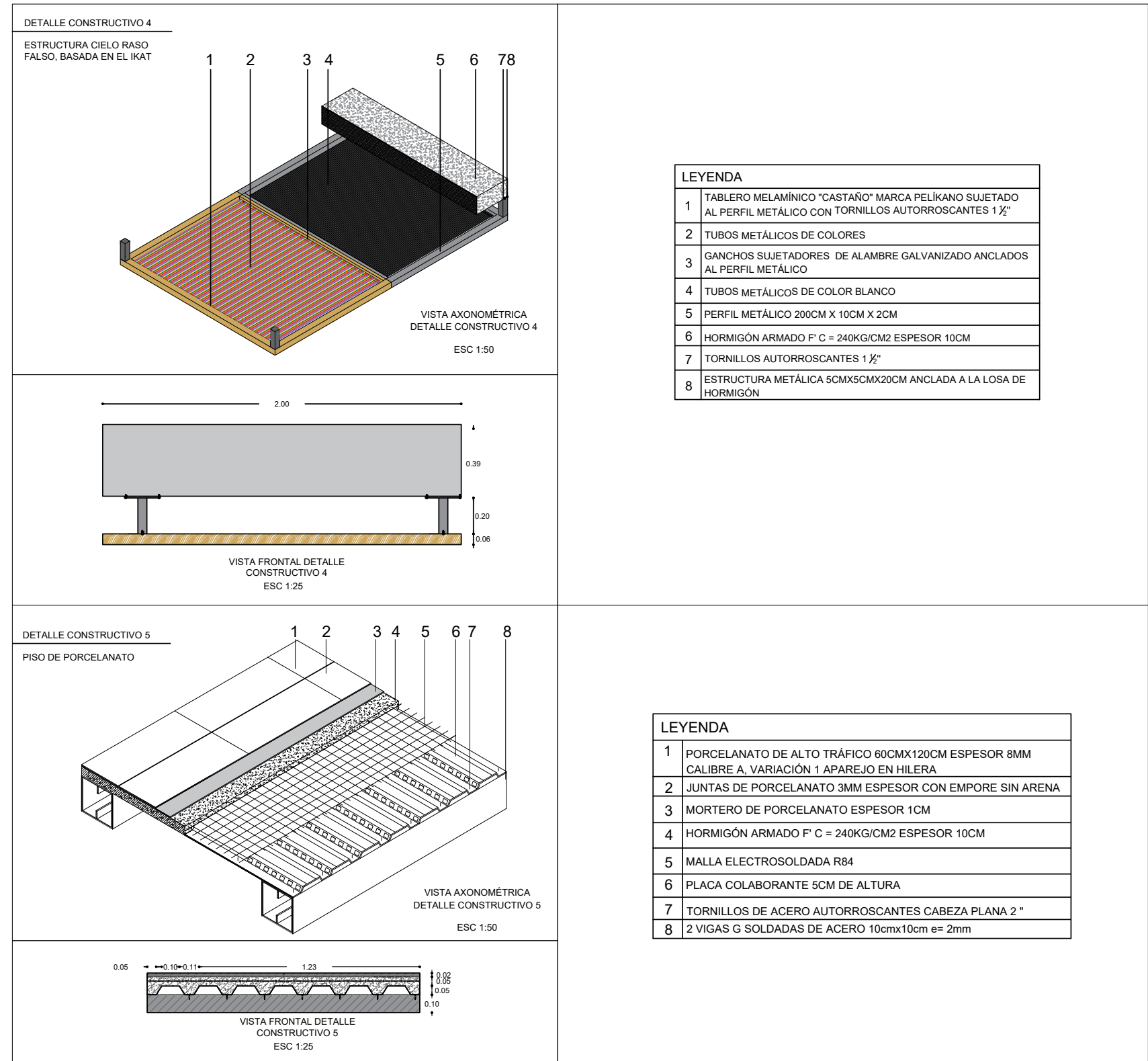
VISTA FRONTAL DETALLE CONSTRUCTIVO 3
ESC 1:20

LEYENDA	
1	ACCESORIO DE SUJECCIÓN FIJO METALICO PARA EL VIDRIO
2	ESTRUCTURA METÁLICA SOLDADA PARA SUJECCIÓN DE VIDRIO
3	ESTRUCTURA METÁLICA PARA PASAMANO 10CM X10CM X 50CM
4	VIDRIO TEMPLADO ESPESOR 8MM
5	PERFIL METÁLICO 1,05CM X 10CM X 2CM
6	PLACA METÁLICA 5CMX5CM SOLDADO ENTRE DOS PERFILES METALICOS
7	PERFIL METÁLICO SOLDADO A LA PATINA

	PROYECTO:	CONTIENE:	ESCALA:	DISEÑO: S/A	DETALLE:	LÁMINA
	EL DISEÑO INTERIOR COMO HERRAMIENTA PARA LA PUESTA EN VALOR DE LA IDENTIDAD CULTURAL EN EQUIPAMIENTOS COMERCIALES	DETALLES CONSTRUCTIVOS	TODAS LAS MENCIONADAS	DIBUJO: MANUELA CORNEJO MARTINA ORTIZ REVISADO: ARQ. MANUELA CORDERO		



	PROYECTO:	CONTIENE:	ESCALA:	S/A	DETALLE:	LÁMINA
	EL DISEÑO INTERIOR COMO HERRAMIENTA PARA LA PUESTA EN VALOR DE LA IDENTIDAD CULTURAL EN EQUIPAMIENTOS COMERCIALES	PLANTAS SECCIONES SECCIÓN B-B	TODAS LAS MENCIONADAS	DIBUJO: MANUELA CORNEJO MARTINA ORTIZ REVISADO:		20/25



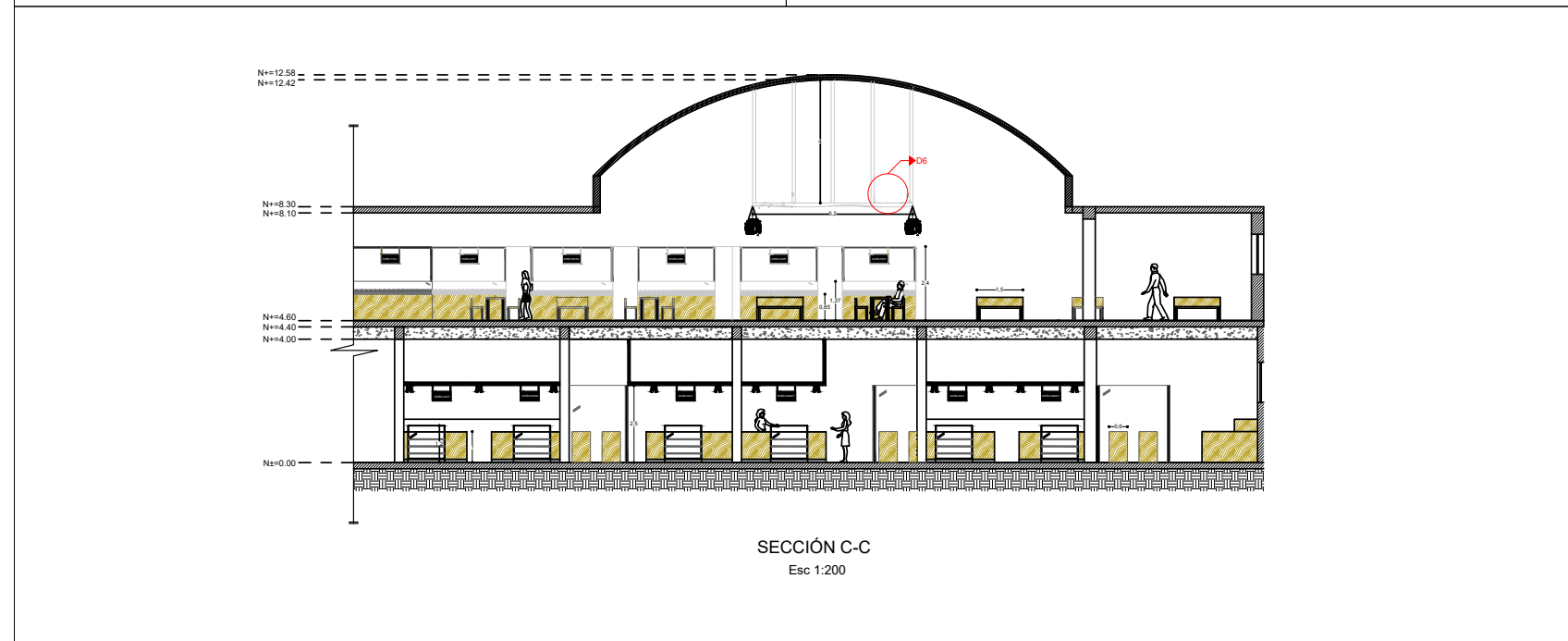
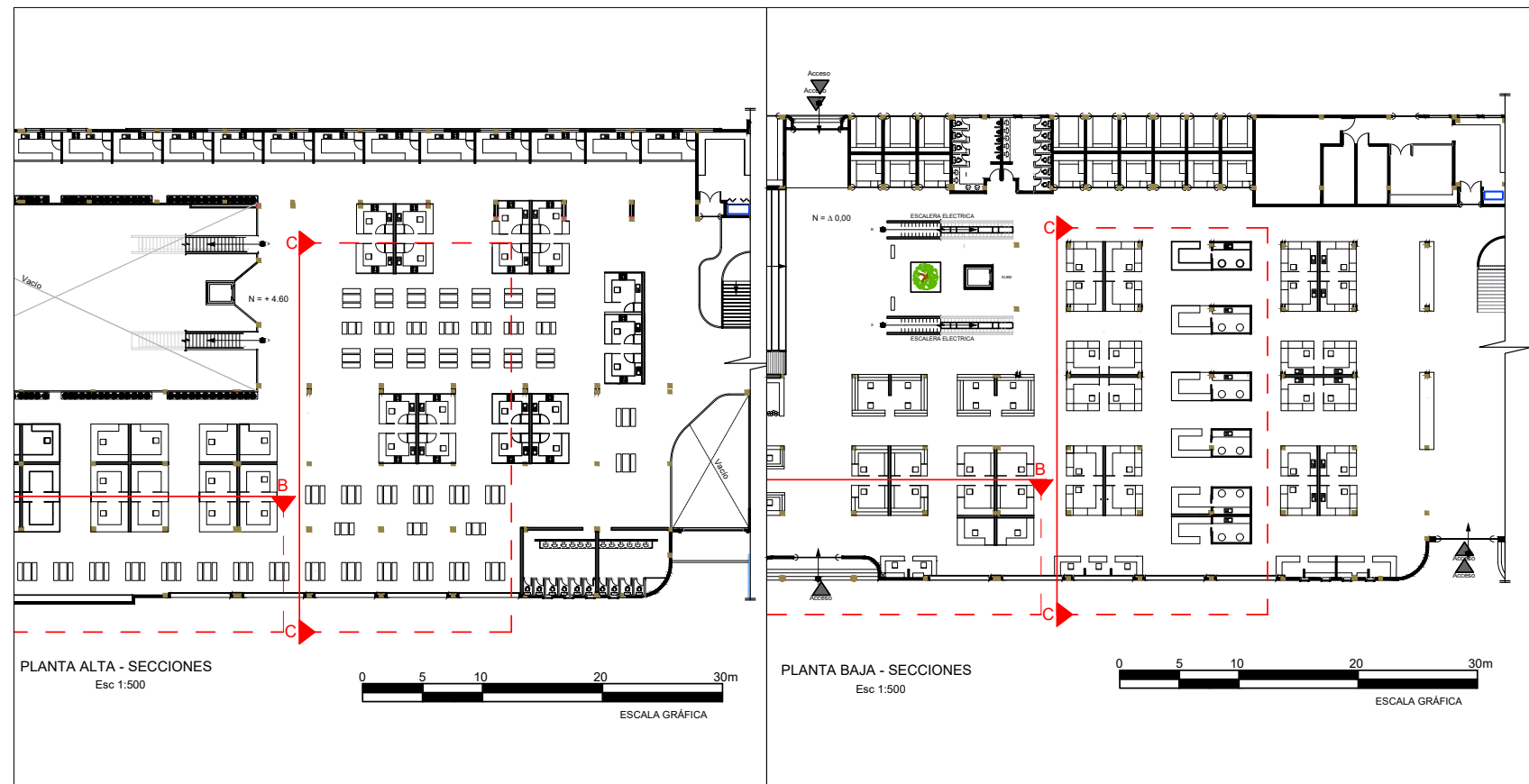
LEYENDA

1	TABLERO MELAMÍNICO "CASTAÑO" MARCA PELIKANO SUJETADO AL PERFIL METÁLICO CON TORNILLOS AUTORROSCANTES 1 1/2"
2	TUBOS METÁLICOS DE COLORES
3	GANCHOS SUJETADORES DE ALAMBRE GALVANIZADO ANCLADOS AL PERFIL METÁLICO
4	TUBOS METÁLICOS DE COLOR BLANCO
5	PERFIL METÁLICO 200CM X 10CM X 2CM
6	HORMIGÓN ARMADO F' C = 240KG/CM2 ESPESOR 10CM
7	TORNILLOS AUTORROSCANTES 1 1/2"
8	ESTRUCTURA METÁLICA 5CMX5CMX20CM ANCLADA A LA LOSA DE HORMIGÓN

LEYENDA

1	PORCELANATO DE ALTO TRÁFICO 60CMX120CM ESPESOR 8MM CALIBRE A, VARIACIÓN 1 APAREJO EN HILERA
2	JUNTAS DE PORCELANATO 3MM ESPESOR CON EMPORE SIN ARENA
3	MORTERO DE PORCELANATO ESPESOR 1CM
4	HORMIGÓN ARMADO F' C = 240KG/CM2 ESPESOR 10CM
5	MALLA ELECTROSOLDADA R84
6	PLACA COLABORANTE 5CM DE ALTURA
7	TORNILLOS DE ACERO AUTORROSCANTES CABEZA PLANA 2"
8	2 VIGAS G SOLDADAS DE ACERO 10cmx10cm e= 2mm

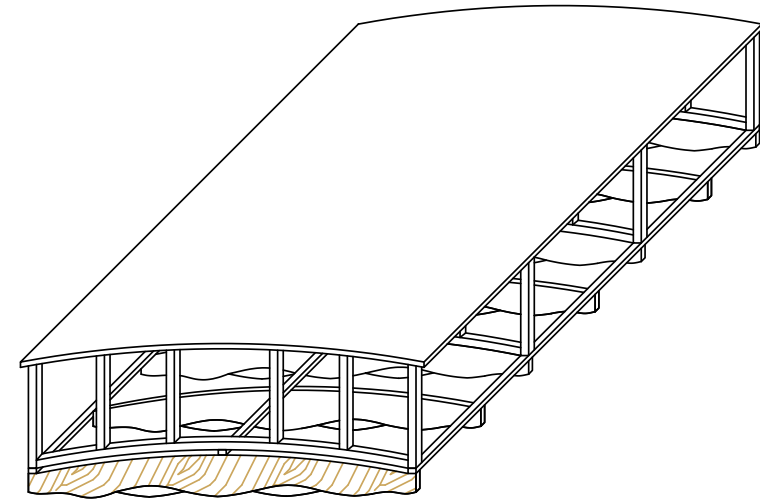
	PROYECTO:	CONTIENE:	ESCALA:	DISEÑO: S/A	DETALLE:	LÁMINA
	EL DISEÑO INTERIOR COMO HERRAMIENTA PARA LA PUESTA EN VALOR DE LA IDENTIDAD CULTURAL EN EQUIPAMIENTOS COMERCIALES	DETALLES CONSTRUCTIVOS	TODAS LAS MENCIONADAS	DIBUJO: MANUELA CORNEJO MARTINA ORTIZ REVISADO: ARQ. MANUELA CORDERO	LISTADO DE ESPACIOS	21/25



	PROYECTO:	CONTIENE:	ESCALA:	S/A	DETALLE:	LÁMINA
	EL DISEÑO INTERIOR COMO HERRAMIENTA PARA LA PUESTA EN VALOR DE LA IDENTIDAD CULTURAL EN EQUIPAMIENTOS COMERCIALES	PLANTAS SECCIONES SECCIÓN C-C	TODAS LAS MENCIONADAS	DIBUJO:		22/25
				MANUELA CORNEJO MARTINA ORTIZ		
			REVISADO:	ARQ. MANUELA CORDERO		

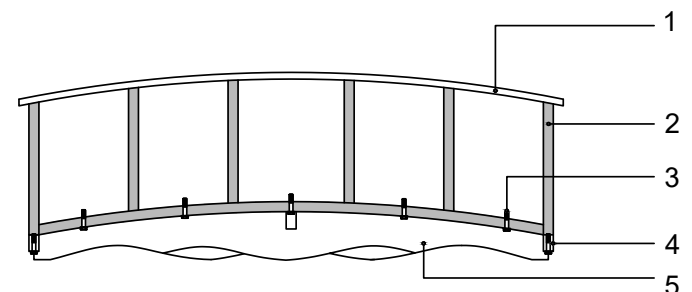
DETALLE CONSTRUCTIVO 6

ESTRUCTURA CIELO RASO FALSO, MADERA CURVA PLYWOOD



VISTA AXONOMÉTRICA
DETALLE CONSTRUCTIVO 6

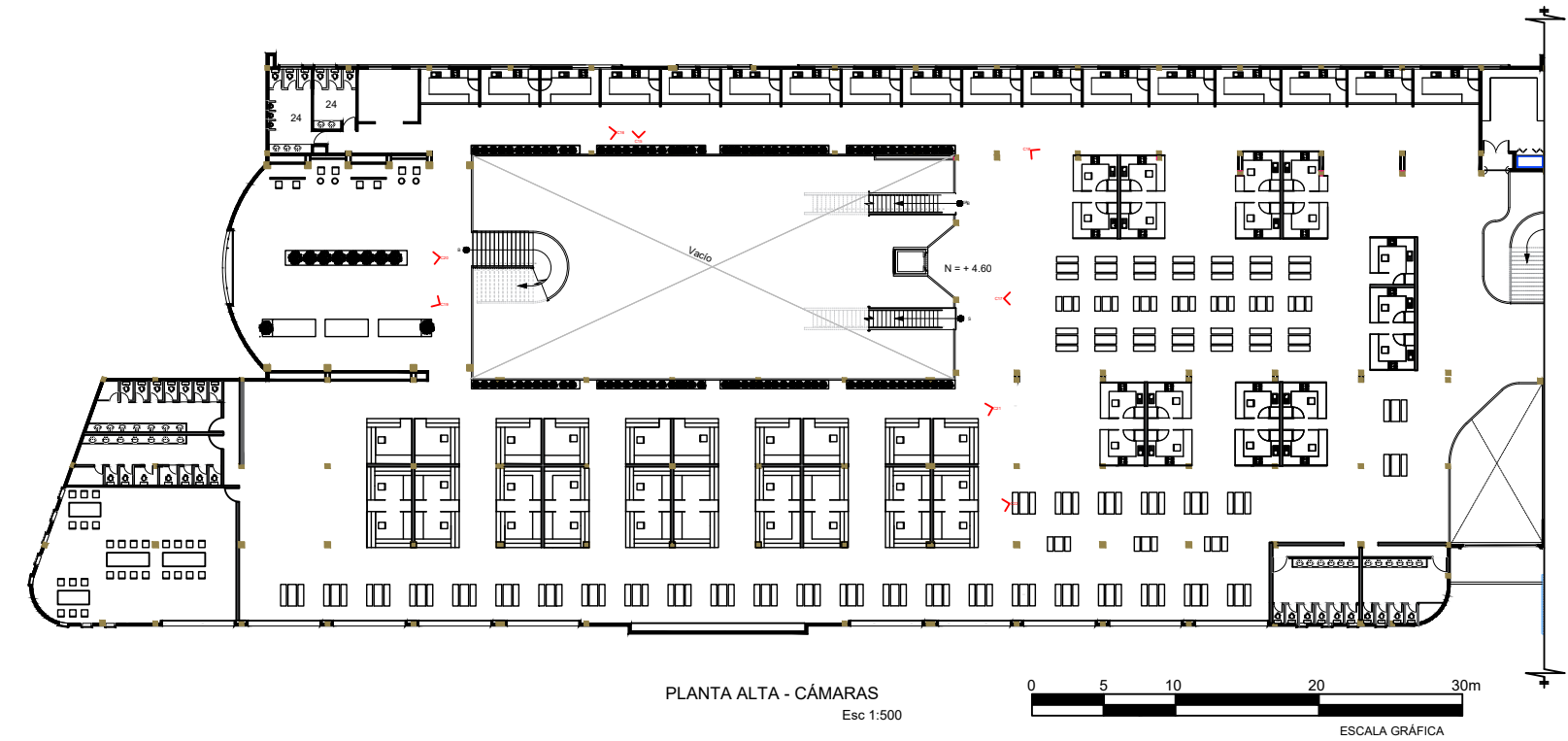
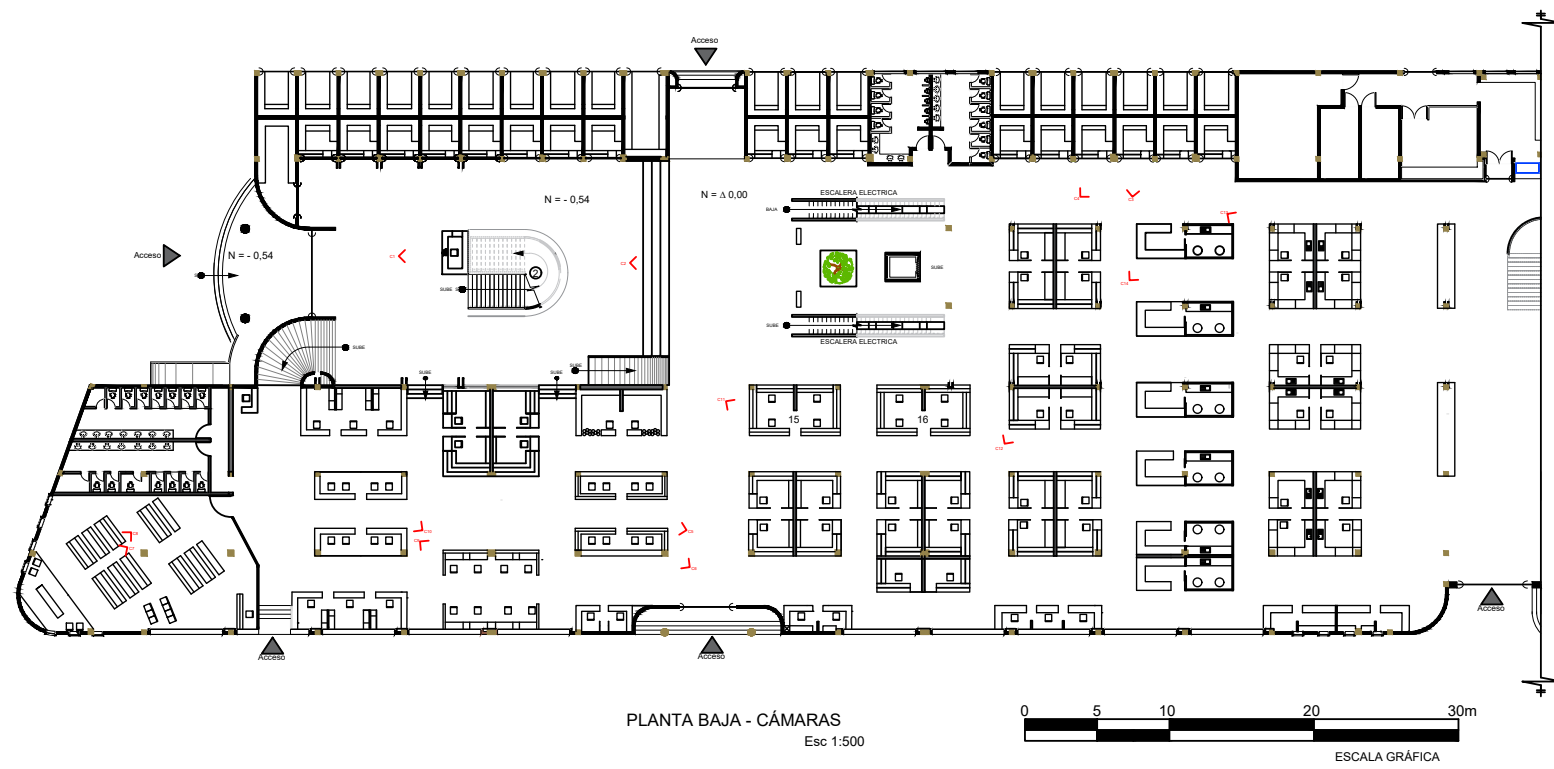
ESC 1:25



VISTA FRONTAL DETALLE
CONSTRUCTIVO 6
ESC 1:20

LEYENDA	
1	Cubierta de acero galvanizado e=2mm
2	Estructura metálica cada 60cm
3	Tornillos autorroscantes 1 1/2
4	Perfil metálico T soldada a la estructura metálica 5cmX5cmX150cm
5	Lamas de madera plywood

	PROYECTO:	CONTIENE:	ESCALA:	S/A	DETALLE:	LÁMINA
	EL DISEÑO INTERIOR COMO HERRAMIENTA PARA LA PUESTA EN VALOR DE LA IDENTIDAD CULTURAL EN EQUIPAMIENTOS COMERCIALES	DETALLES CONSTRUCTIVOS	TODAS LAS MENCIONADAS	DIBUJO:		23/25
				MANUELA CORNEJO MARTINA ORTIZ		
			REVISADO:	ARQ. MANUELA CORDERO		



		PROYECTO: EL DISEÑO INTERIOR COMO HERRAMIENTA PARA LA PUESTA EN VALOR DE LA IDENTIDAD CULTURAL EN EQUIPAMIENTOS COMERCIALES	CONTIENE: PLANTA BAJA CÁMARAS	ESCALA: 1:500	DISEÑO: S/A	DETALLE: 	LÁMINA 24/25
					DIBUJO: MANUELA CORNEJO MARTINA ORTIZ		
					REVISADO: ARQ. MANUELA CORDERO		

		PROYECTO: EL DISEÑO INTERIOR COMO HERRAMIENTA PARA LA PUESTA EN VALOR DE LA IDENTIDAD CULTURAL EN EQUIPAMIENTOS COMERCIALES	CONTIENE: PLANTA ALTA CÁMARAS	ESCALA: 1:500	DISEÑO: S/A	DETALLE: 	LÁMINA 25/25
					DIBUJO: MANUELA CORNEJO MARTINA ORTIZ		
					REVISADO: ARQ. MANUELA CORDERO		

4.3 Propuesta

NOTA: Se ha implementado un puesto de información en la zona de ingreso.



Imagen 53: "Estado actual, ingreso principal Mercado 10 de Agosto"
Fuente: Blog Packing up the pieces, Megs, 2022.

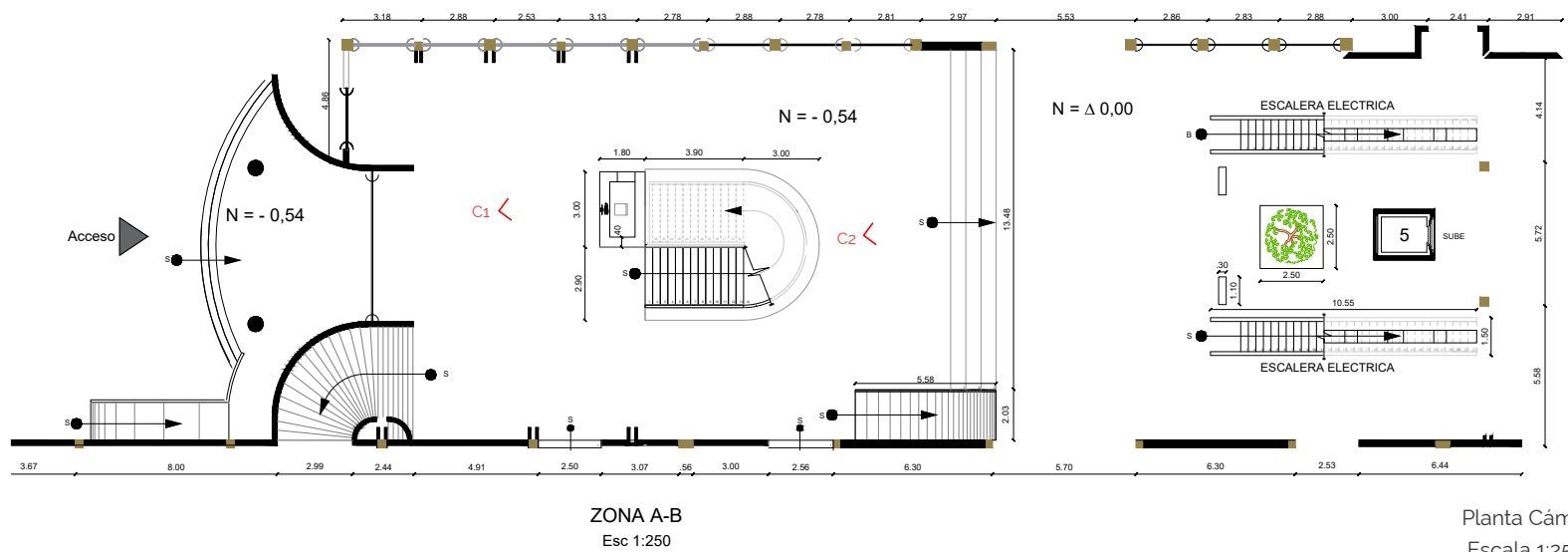
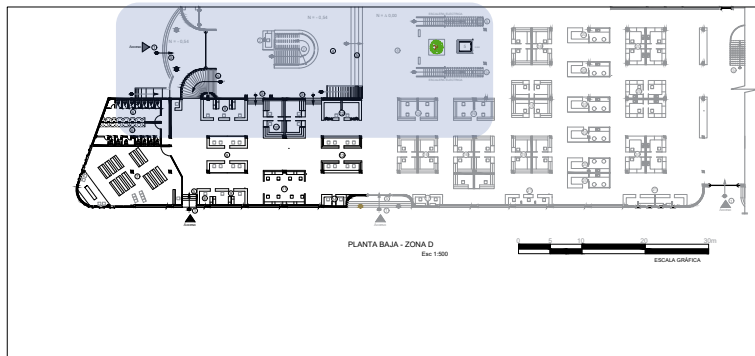


Imagen 54: "Fotografía de ingreso principal al Mercado 10 de Agosto"
Fuente: Elaboración propia, 2022



Imagen 55: "Fotografía estado actual de plazoleta del mercado"
Fuente: Elaboración propia, 2022

Estado Actual



Planta Cámara 1 y 2
Escala 1:250

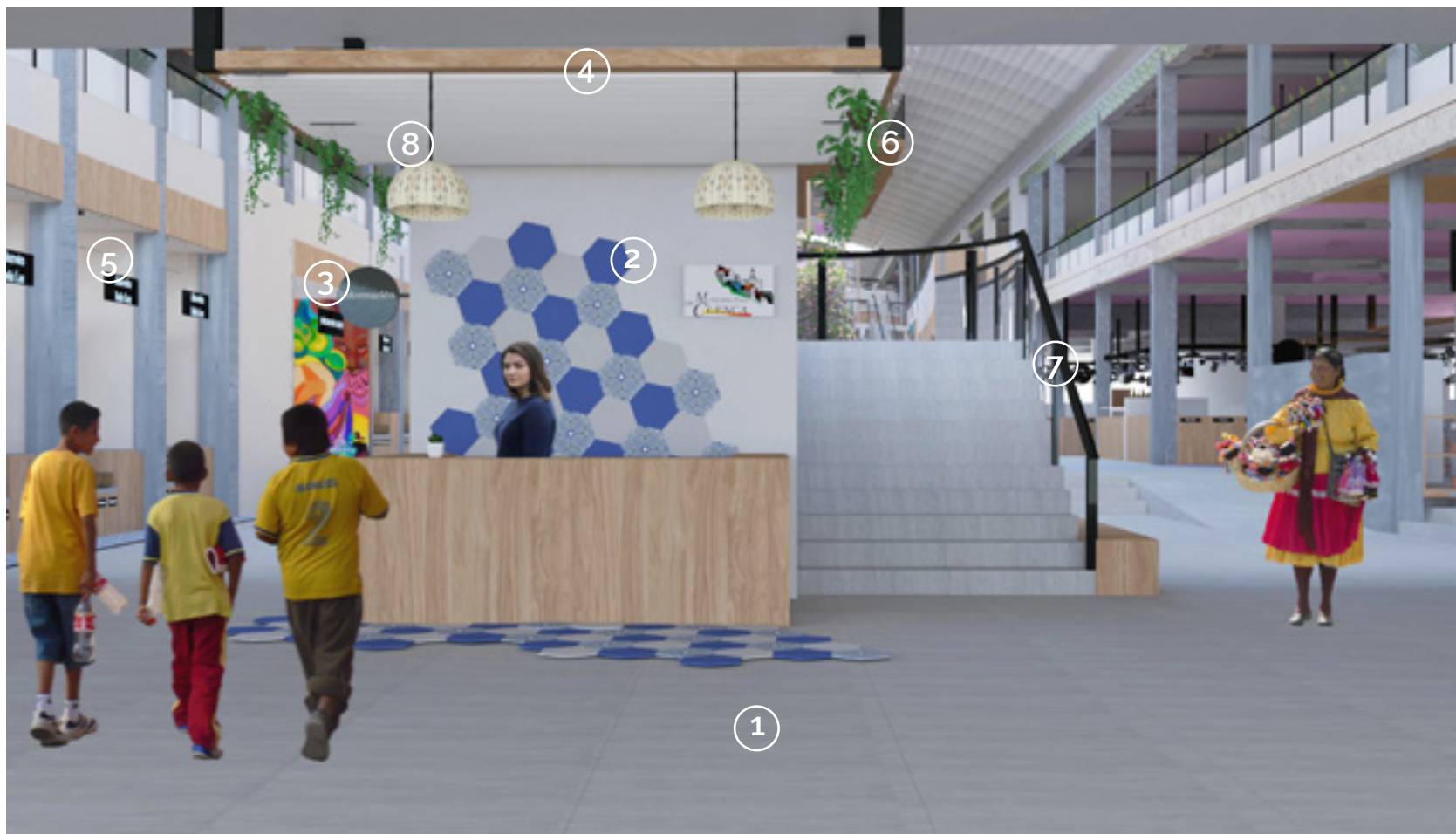


Imagen 56: "C1: Zona de Ingreso principal"
Fuente: Elaboración propia, 2022

RECURSOS	CRITERIO FUNCIONAL	CRITERIO SIGNIFICACIÓN IDENTITARIA
<ol style="list-style-type: none"> 1. Piso de porcelanato Graitman (1,20x0,60) 2. Mosaico elementos culturales (.30cm x 30cm). 3. Señalética informativa en metal a 2 metros de altura. 4. Estructura de metal recubierta de melamina RH Castaño PELIKANO basada en la macana 5. Señalética identitaria 6. Vegetación colgante 7. Pasamanos de vidrio y metal negro 8. Iluminación zonal 4500k 	<ul style="list-style-type: none"> - Lenguaje Continuo del Espacio - Circulación doble - Guía de espacios - Zona de información - Señalización del espacio por medio de letreros con íconos de la zona y de tipografía para una fácil lectura. - Letrero con los nombres de cada producto en venta - Zonas de descanso 	<ul style="list-style-type: none"> - Valores culturales por medio de colores azul, gris, blanco, rosado y violeta tomados de la paleta de colores - Representación de bordados de la pollera en los mosaicos de piso y pared - Macana representada en cielo raso falso - Vegetación local presente



Imagen 57: "C2: Zona de Plazoleta"
Fuente: Elaboración propia, 2022

	1	2	3	Leyenda	
Colores				1. Pintura naranja marca PINTUCO pintulux Código: NR 105-D	2. Pintura gris marca PINTUCO pintulux Código: TR 109-T
Texturas				3. Mural representativo de la cultura cuencana con pinturas marca PINTUCO pintulux	4. Melamina RH "Castaño" marca PELIKANO
				5. Piso de porcelanato Graiman (1,20x0,60)	6. Interior de mueble de acero inoxidable
				7. Mosaico elementos culturales (.30cm x 30cm).	

Recursos Generales



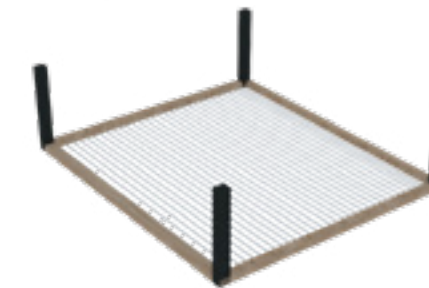
"Puesto de Ingreso principal"



"Iluminación general (ojo de buey led) 4500k" "Iluminación zonal (riel led) 4500k"



"Silla de trabajo en puestos de venta"



"Estructura cielo raso falso basada en la macana"



"Totem informativo"



"Señalética Municipalidad Cuenca"



"Señalética informativa"



"Bancos de descanso"

NOTA: Se ha decidido mantener la zona de abarrotes en su lugar original.



Imagen 58: "Estado actual puestos de abarrotes en el Mercado 10 de Agosto"
Fuente: Elaboración propia, 2022



Imagen 59: "Fotografía de exhibición de productos en la zona de abarrotes"
Fuente: Elaboración propia, 2022

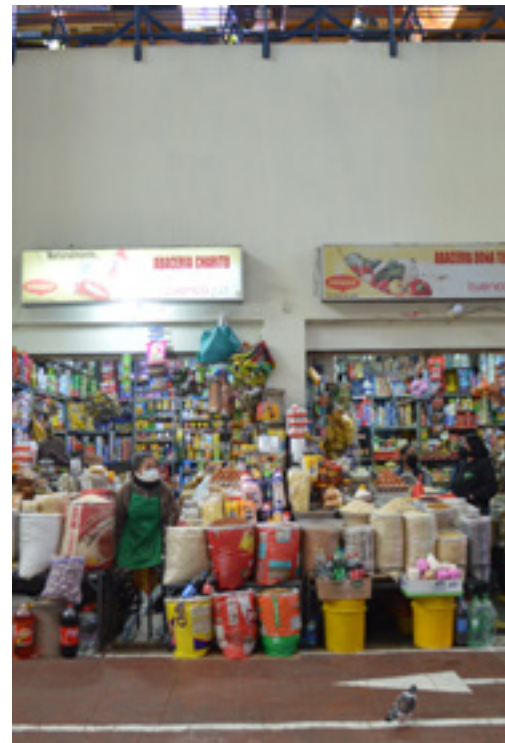
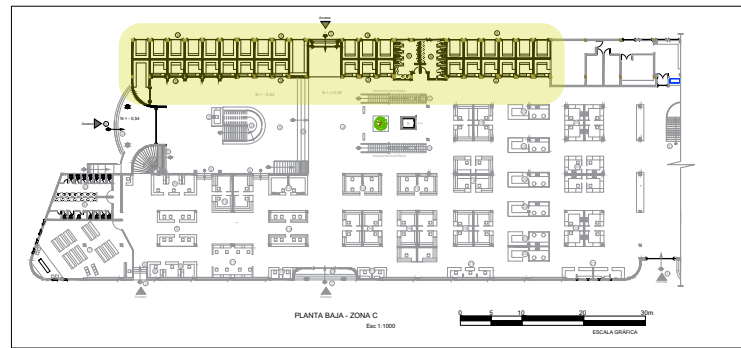


Imagen 60: "Estado actual puestos de abarrotes en el Mercado 10 de Agosto"
Fuente: Elaboración propia, 2022

Estado Actual



Planta Cámara 3 y 4
Escala 1:250



Imagen 61: "C3: Zona de Abarrotes"
Fuente: Elaboración propia, 2022

RECURSOS	CRITERIO TECNOLÓGICO	CRITERIO EXPRESIVO
<ol style="list-style-type: none"> 1. Tablero melamínico RH "Castaño" marca PELIKANO 2. Canastas de paja toquilla para exhibición de productos 3. Iluminación led artificial 4500 k 4. Mobiliario para almacenamiento y exhibición de productos 5. Señalética identitaria e informativa 6. Mesón de acero inoxidable 	<ul style="list-style-type: none"> - Uso de materiales antimicrobianos melamina rh, porcelanato y pintura - Espesor de formatos grandes en materiales de piso y mobiliario - Iluminación Led colgante y en dicroico 600 lux - Ventilación Natural 	<ul style="list-style-type: none"> - Temperatura de Luz Neutra 4500k - Señalética Informativa de la venta de productos - Fusión Estilo Tradicional y Contemporáneo - Uso de Canastas para mantener el contexto local, logrando jerarquía en el espacio - El uso de retail design mostrando orden a los productos

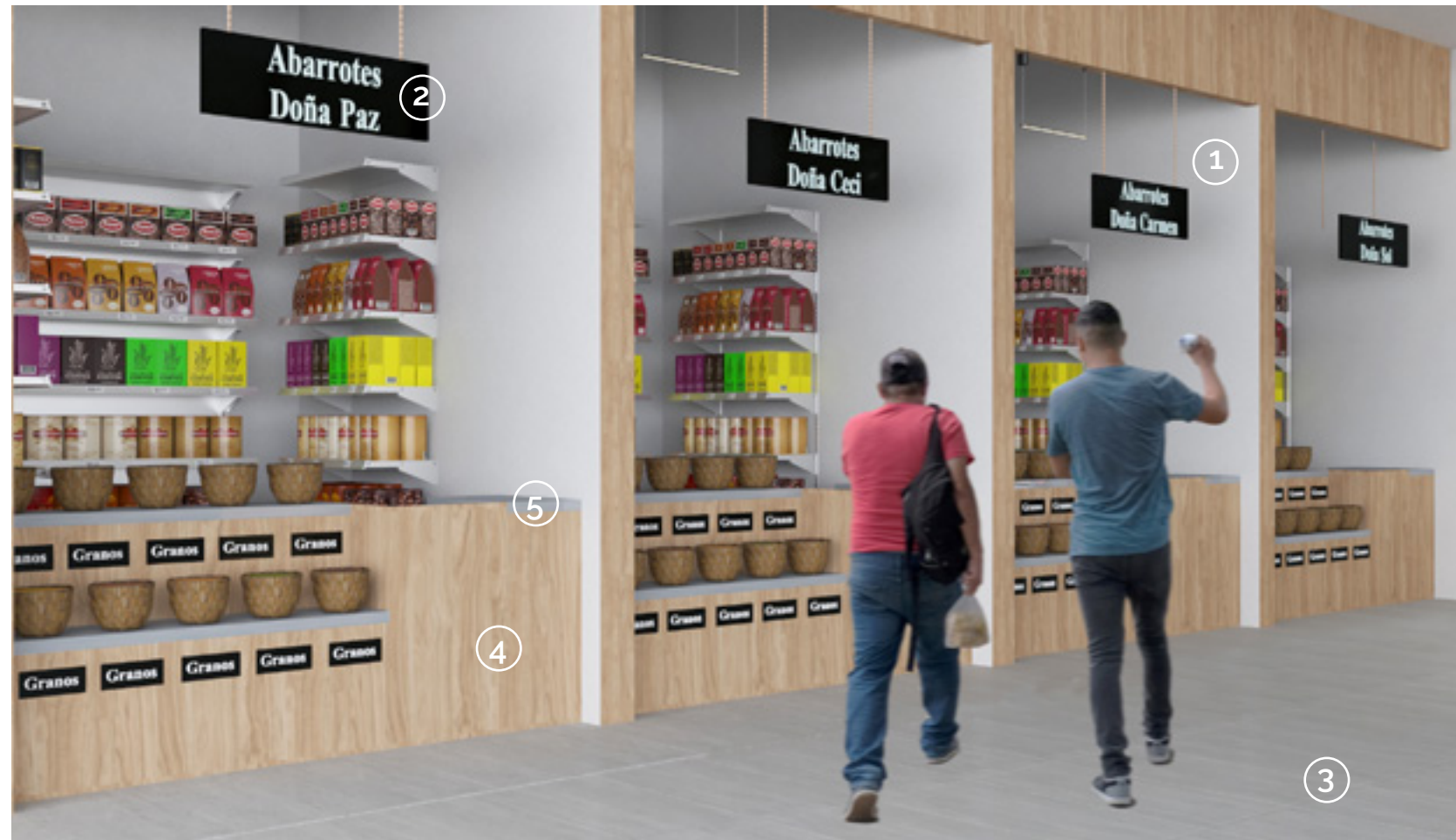


Imagen 62: "C4: Zona de Abarrotes"
Fuente: Elaboración propia, 2022

		Leyenda			
Colores	1	1. Pintura blanca marca PINTUCO pintulux Código: OW001-P 2. Metal negro 3. Piso de porcelanato Graitman (1,20x0,60) 4. Melamina RH "Castaño" marca PELI-KANO 5. Acero inoxidable			
	2				
3					
4					
5					
Texturas	1				
	2				
	3				
	4				

Recursos Generales



"Puesto de venta de abarrotes"



"Iluminación general (ojo de buey led) 4500k" "Iluminación zonal (tira led) 4500k"



"Silla para puesto de trabajo"



"Canastas de paja toquilla para exhibición de productos"



"Señalética identitaria e informativa"



"Mobiliario de repisas para los productos"

NOTA: Se ha decidido cambiar de lugar a esta zona a la planta baja.



Imagen 63: "Estado actual, mobiliario zona de plantas medicinales"
Fuente: Elaboración propia, 2022

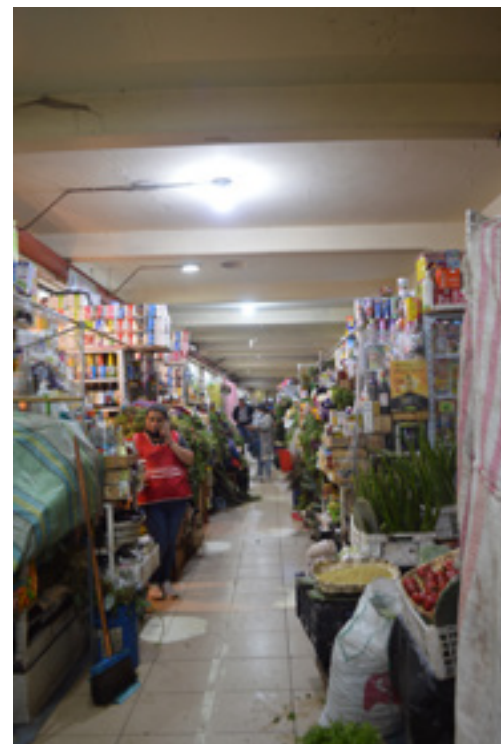
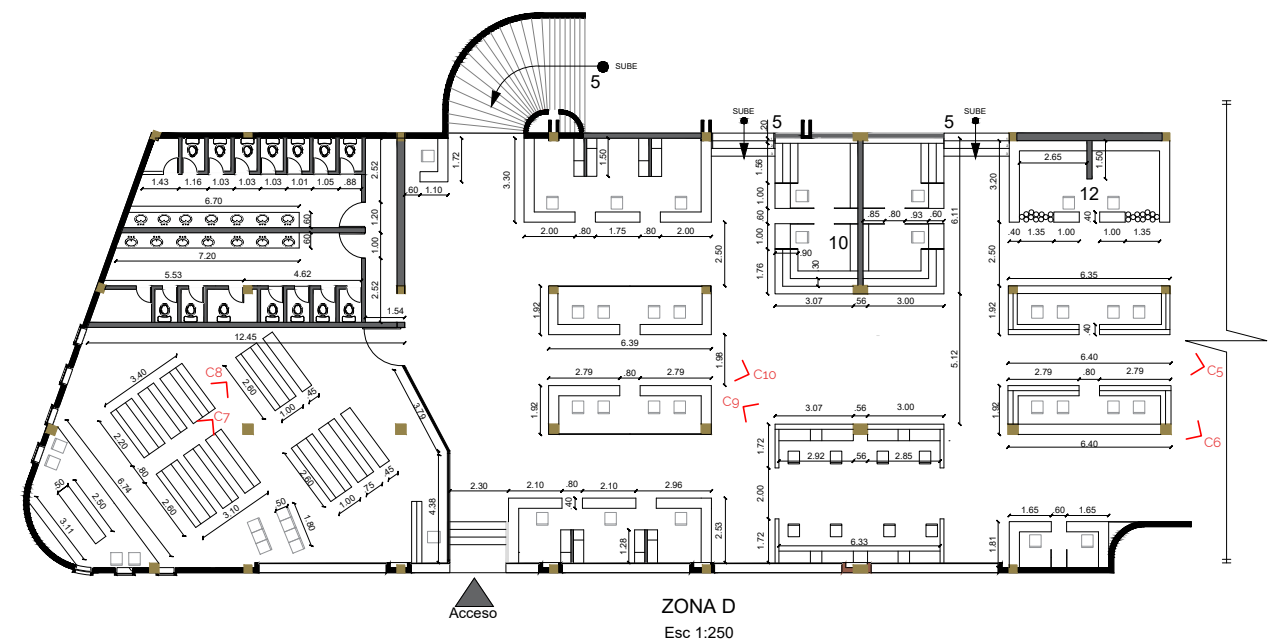
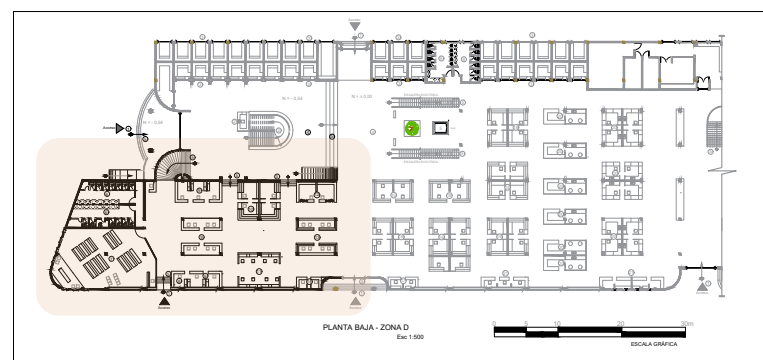


Imagen 64: "Estado actual, pasillo zona de plantas medicinales"
Fuente: Elaboración propia, 2022



Imagen 65: "Estado actual, mobiliario zona de plantas medicinales"
Fuente: Elaboración propia, 2022

Estado Actual



Planta Cámara 5 y 6
Escala 1:250



Imagen 66: "C5: Zona de Plantas Medicinales"
Fuente: Elaboración propia, 2022

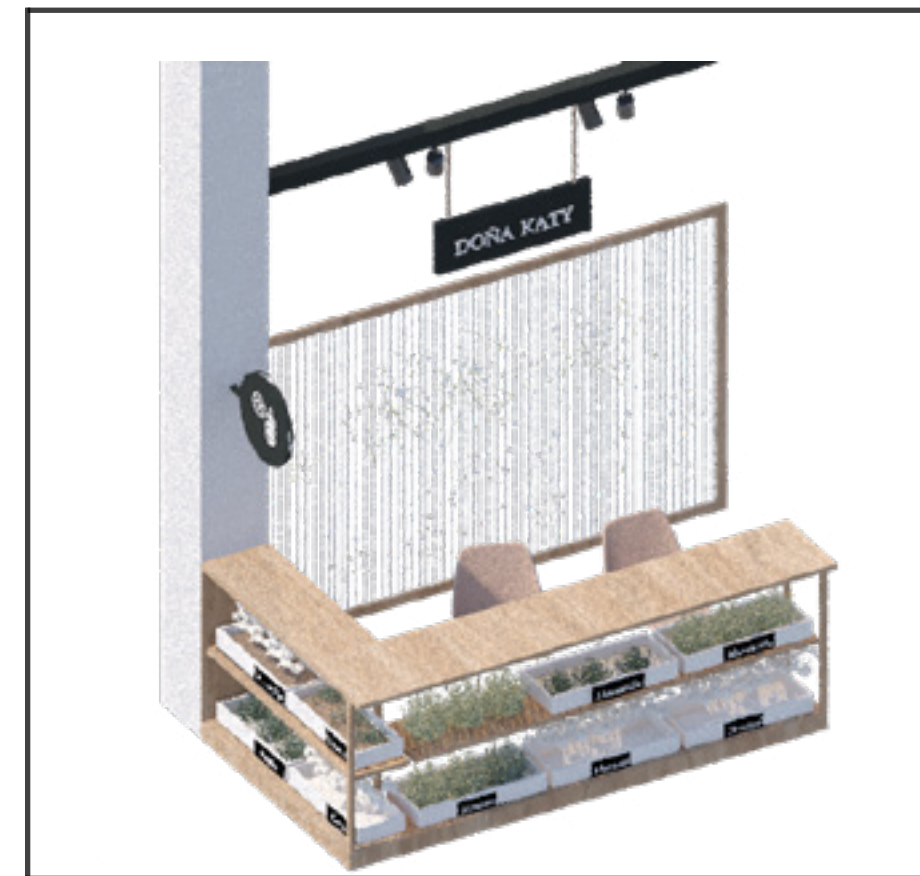
RECURSOS	CRITERIO FUNCIONAL	CRITERIO SIGNIFICACIÓN IDENTITARIA
<ol style="list-style-type: none"> 1. Piso de porcelanato Graitman (1,20x0,60) 2. Mosaico elementos culturales (.30cm x 30cm). 3. Señalética informativa en metal a 2 metros de altura. 4. Estructura de metal recubierta de melamina RH "Castaño" marca PELIKANO basada en la macana 5. Señalética identitaria 6. Cielo raso pintado con pintura naranja marca PINTUCO pintulux Código: NR105-D 7. Iluminación general y zonal 4000 k 8. Mobiliario para exhibición de plantas 	<ul style="list-style-type: none"> - Lenguaje Continuo del Espacio - Circulación doble - Conexión de espacios plantas medicinales a la Capilla - Mobiliario a dos niveles para los productos - Señalización del espacio por medio de letreros con íconos de la zona y de tipografía para una fácil lectura - Letrero con los nombres de cada producto en venta - Carteles de metal colgados en cada puesto de trabajo con los nombres de las comerciantes. - Experiencia sensorial del usuario por medio de los olores 	<ul style="list-style-type: none"> - Valores culturales por medio de colores naranja, gris, blanco y café tomados de la paleta de colores - Representación de bordados de la pollera en los mosaicos de piso y pared - Macana representada en mobiliario colgante de plantas



Imagen 67: "C6: Zona de Plantas Medicinales"
Fuente: Elaboración propia, 2022

		1	2	3	Leyenda
Colores					
	Texturas				

Recursos Generales



"Puesto de Plantas Medicinales"



"Iluminación general (ojo de buey led) 4500k" "Iluminación zonal (riel led) 4500k"



"Silla de trabajo en puestos de venta"



"Maceta para cada tipo de planta con su propio nombre"



"Estructura para exhibición basada en la macana"



"Señalética identitaria e informativa"



"Mueble exhibidor para plantas"

NOTA: Se ha decidido implementar una capilla por la presencia de la religión dentro del mercado.



Imagen 68: "Estado actual, altar religioso presente dentro del Mercado 10 de Agosto"
Fuente: Elaboración propia, 2022

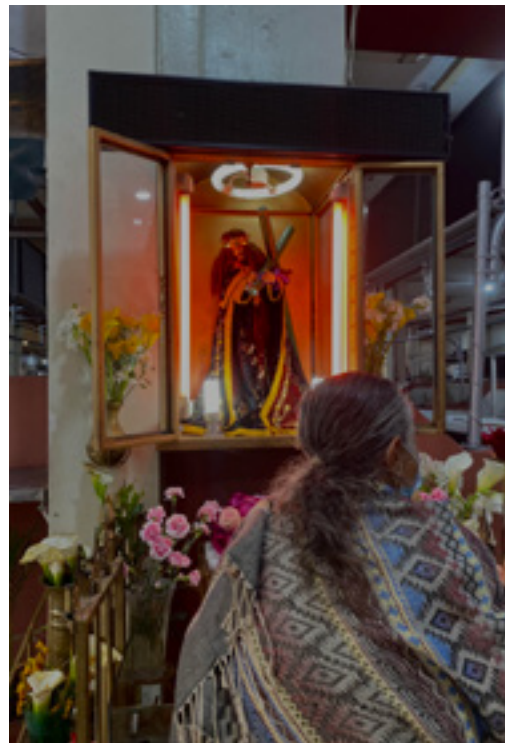
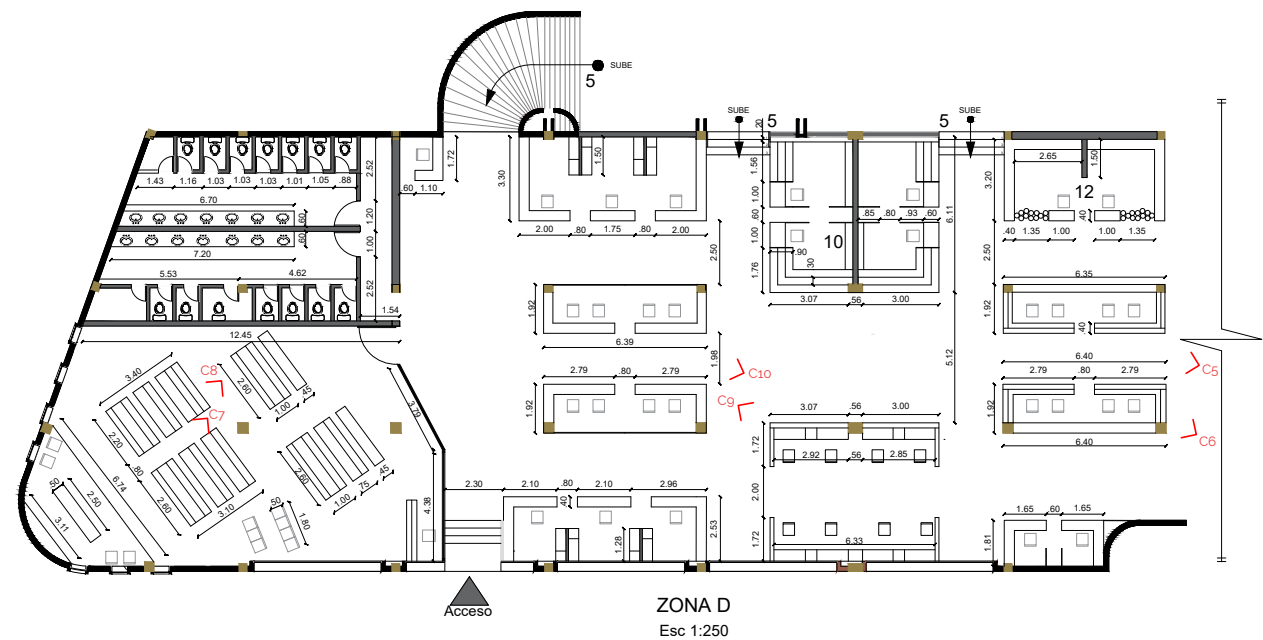
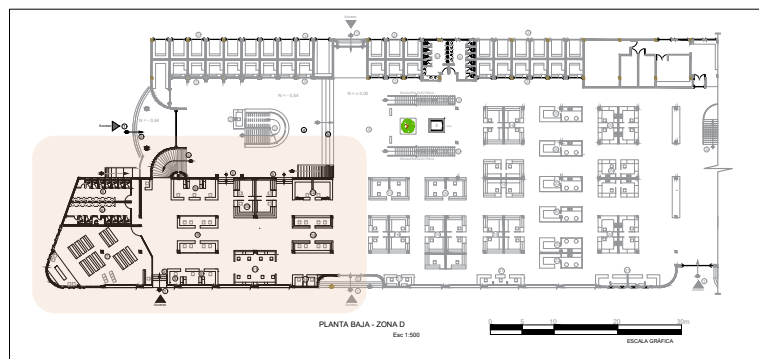


Imagen 69: "Estado actual, altar religioso presente dentro del Mercado 10 de Agosto"
Fuente: Elaboración propia, 2022



Imagen 70: "Estado actual, altar religioso presente dentro del Mercado 10 de Agosto"
Fuente: Elaboración propia, 2022

Estado Actual



Planta Cámara 7 y 8
Escala 1:250



Imagen 71: "C7: Zona de Capilla"
Fuente: Elaboración propia, 2022

RECURSOS

1. Mosaico elementos culturales
2. Tablero melamínico "Castaño" marca PELIKANO
3. Iluminación led artificial 4500 k
4. Estructura de metal recubierta de melamina RH "Castaño" marca PELIKANO basada en la macana
5. Iluminación general artificial 4500k
6. Tablero melamínico "Castaño" marca PELIKANO
7. Sillón color blanco
8. Elementos religiosos

CRITERIO EXPRESIVO

- Temperatura de Luz Neutra 4500k
- Señalética Informativa de la venta de productos
- Fusión Estilo Tradicional y Contemporáneo
- Mantener los elementos religiosos dentro del espacio

CRITERIO TECNOLÓGICO

- Uso de materiales antimicrobianos melamina rh, porcelanato y pintura
- Espesor de materiales antimicrobianos en formatos grandes
- Iluminación Led en tiras
- Iluminación Neutra en dicroicos
- Entrada de Luz Natural
- Ventilación Natural por medio de entrada de aire por puerta y ventanas.



Imagen 72: "C7: Zona de Capilla"
Fuente: Elaboración propia, 2022

		Leyenda			
Colores	1	1. Pintura blanca marca PINTUCO pintulux Código: OW001-P 2. Metal negro 3. Piso de porcelanato Graitman (1,20x0,60) 4. Melamina RH "Castaño " marca PELIKANO 5. Mosaico elementos culturales (.30cm x 30cm).			
	2				
3					
4					
5					
Texturas	1	2	3	4	5
	2	3	4	5	

Recursos Generales



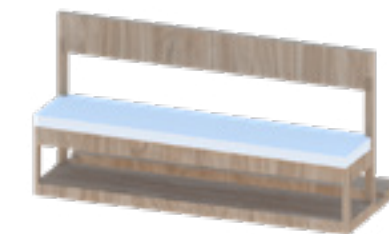
"Zona de capilla"



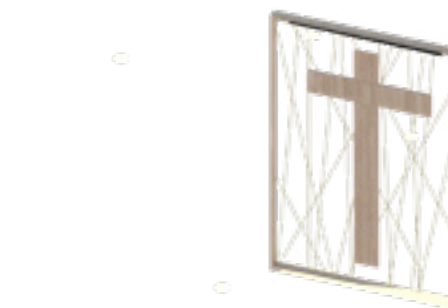
"Iluminación general (ojo de buey led) 4500k" "Iluminación zonal (tiras led) 4500k"



"Silla para misas"



"Sillas para rezar"



"Estructura para cruz basada en la macana"



"Elementos religiosos"



"Velas"

NOTA: Se ha decidido implementar una zona propia con el mobiliario adecuado para las limpiezas, además se generó una sola zona para venta de especias que actualmente se venden en distintas zonas.



Imagen 73: "Fotografía actual de ritual de limpiezas en el Mercado 10 de Agosto"
Fuente: Blog Packing up the pieces, Megs (2022)

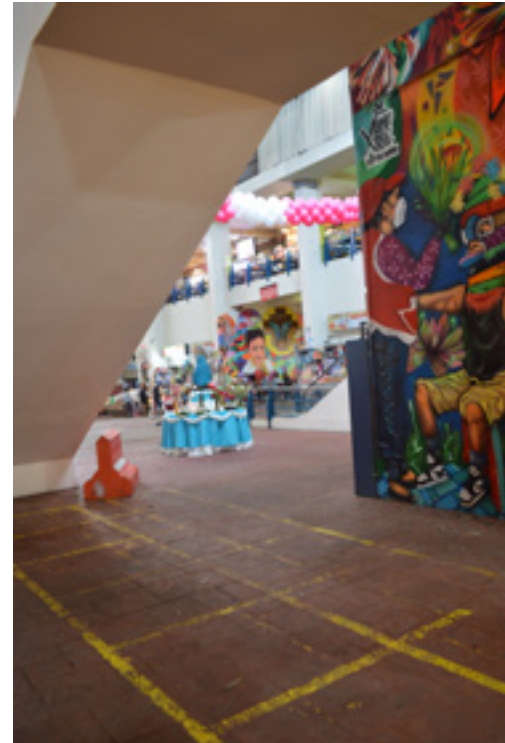
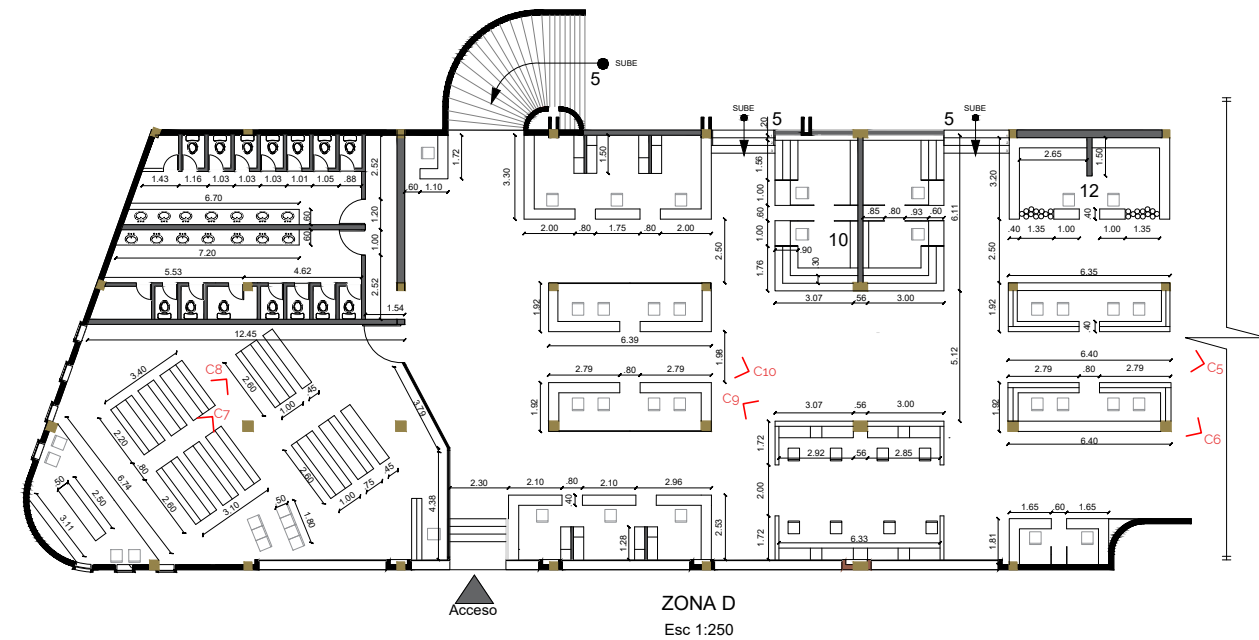
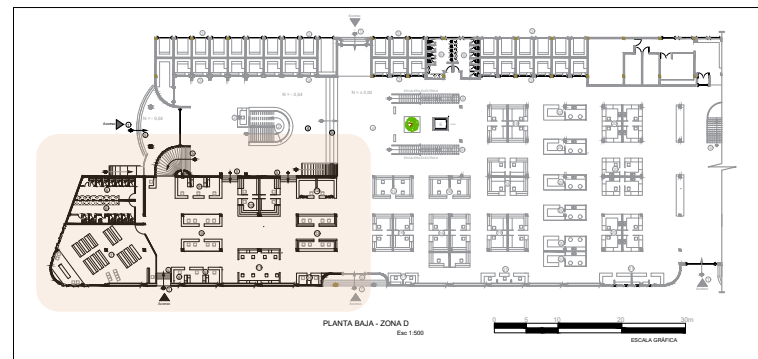


Imagen 74: "Estado actual, zona en la que se practican las limpiezas dentro del mercado"
Fuente: Elaboración propia, 2022



Imagen 75: "Fotografía de ritual de limpiezas en el Mercado 10 de Agosto"
Fuente: Flickr, motoperu (2021)

Estado Actual



Planta Cámara 9 y 10
Escala 1:250

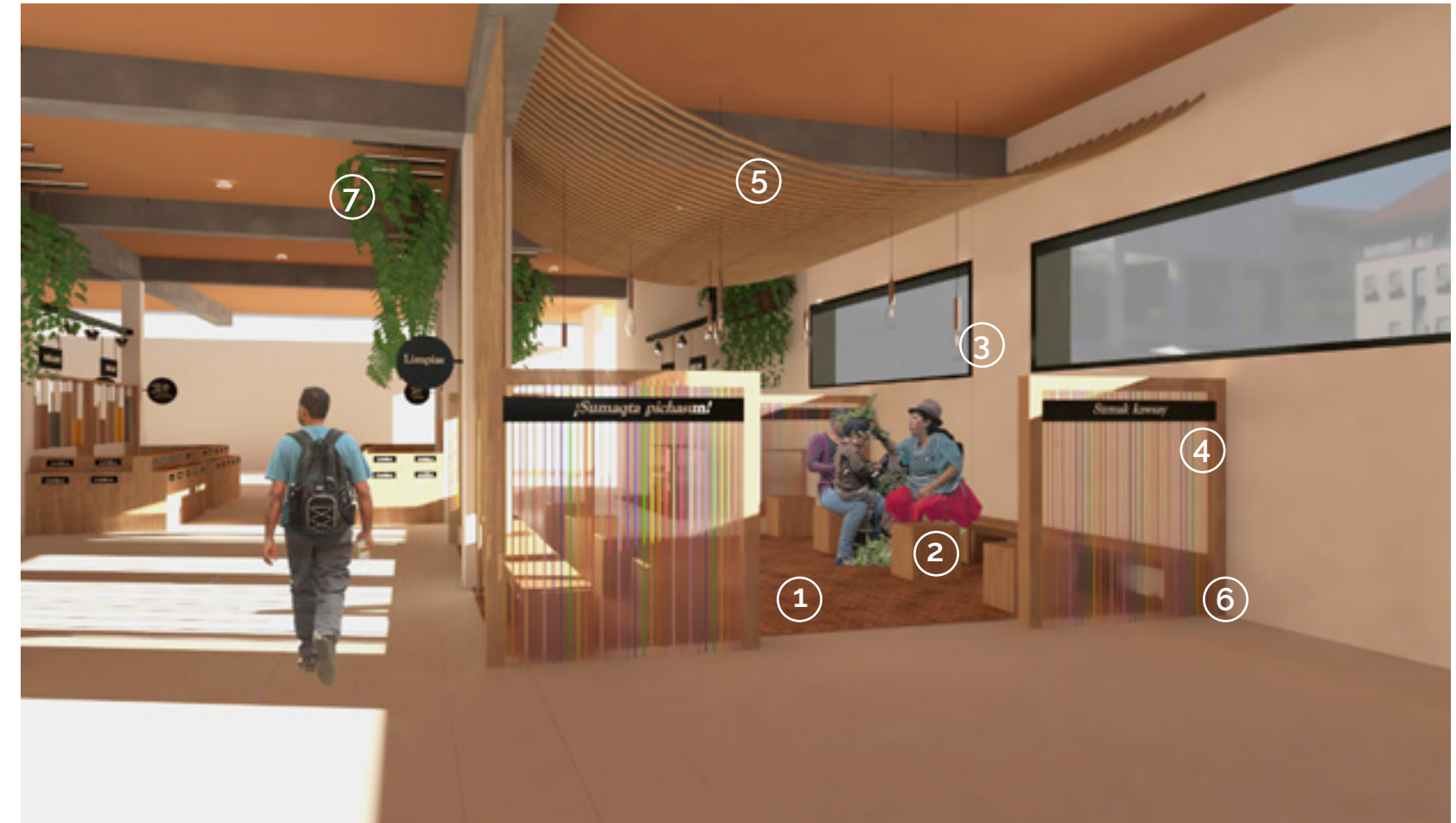


Imagen 76: "C9: Zona de Limpias"
Fuente: Elaboración propia, 2022

RECURSOS

1. Mosaico elementos culturales
2. Tablero melamínico "Castaño" marca PELIKANO
3. Iluminación led artificial 4500 k
4. Estructura de metal recubierta de melamina RH "Castaño" marca PELIKANO basada en la macana
5. Estructura basada en las tramas del tejido
6. Tablero melamínico "Castaño" marca PELIKANO
7. Vegetación colgante

CRITERIO EXPRESIVO

- Temperatura de Luz Neutra 4500k
- Señalética Informativa de la venta de productos
- Fusión Estilo Tradicional y Contemporáneo en mobiliario, piso, paredes y cielo raso
- Brindar un espacio propio para curativas y sanación ancestral.
- Señalización con palabras en kichwa para realizar los rituales de sanación
- Uso de colores en el cielo para reconocer las distintas zonas del Mercado por medio del Visual Merchandising

CRITERIO SIGNIFICACIÓN IDENTITARIA

- Valores culturales por medio de colores naranja, gris, blanco y café tomados de la paleta de colores
- Representación de bordados de la pollera en los mosaicos de piso
- Macana representada en mobiliario
- Representación de materiales tradicionales en elemento decorativo de pared y cielo raso interpretando a la macana



Imagen 77: "C10; Zona de Especies"
Fuente: Elaboración propia, 2022

		Leyenda			
Colores	1	2	1. Pintura naranja marca PINTUCO pintulux Código: NR 105-D 2. Pintura blanca marca PINTUCO pintulux Código: OW001-P 3. Metal negro 4. Piso de porcelanato Graiman (1,20x0,60) 5. Melamina RH "Castaño" marca PELLIKANO 6. Mosaico elementos culturales (.30cm x 30cm).		
	3	4			
Texturas	5	6			

Recursos Generales



"Puesto de venta de especias"



"Estructura para almacenamiento y exhibición basada en la macana"



"Estructura basada en la macana"



"Mobiliario para clientes de limpias"



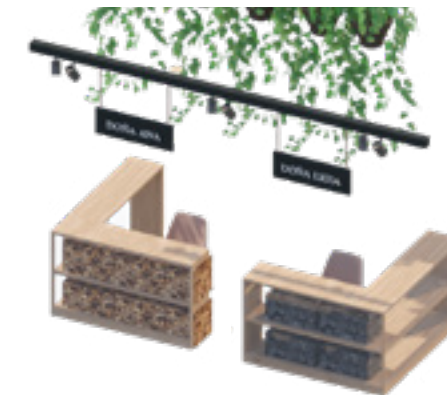
"Señalética identitaria e informativa"



"Iluminación general (ojo de buey led) 4500k" "Iluminación zonal (riel led) 4500k"



"Silla para puesto de trabajo"



"Puesto de venta de leña y carbón"



"Mobiliario para venta de macetas"

NOTA: Se ha decidido cambiar de lugar a la zona de frutas además de sumar puestos de jugos y vegetales en el mismo lugar.



Imagen 78: "Estado actual , pasillo de zona de frutas Mercado 10 de Agosto"
Fuente: Elaboración propia, 2022

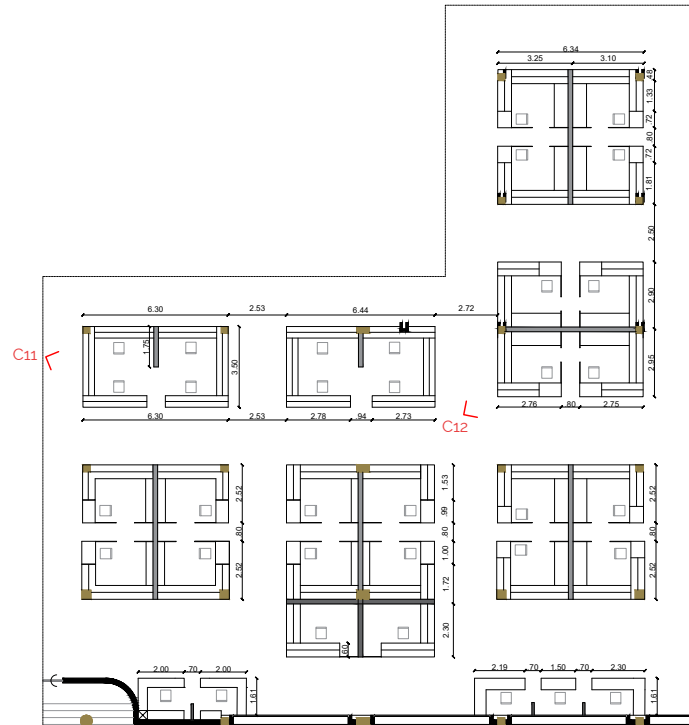
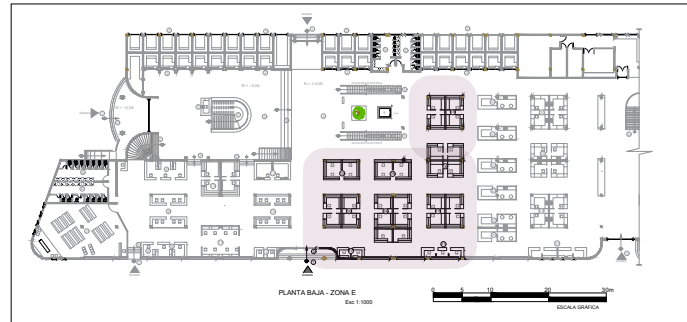


Imagen 79: "Fotografía de exhibición de productos en zona de vegetales y hortalizas"
Fuente: Elaboración propia, 2022



Imagen 80: "Fotografía de exhibición actual de frutas en el mercado"
Fuente: Elaboración propia, 2022

Estado Actual



ZONA E
Esc 1:250

Planta Cámara 11 y 12
Escala 1:250



Imagen 81: "C11: Zona de jugos y frutas"
Fuente: Elaboración propia, 2022

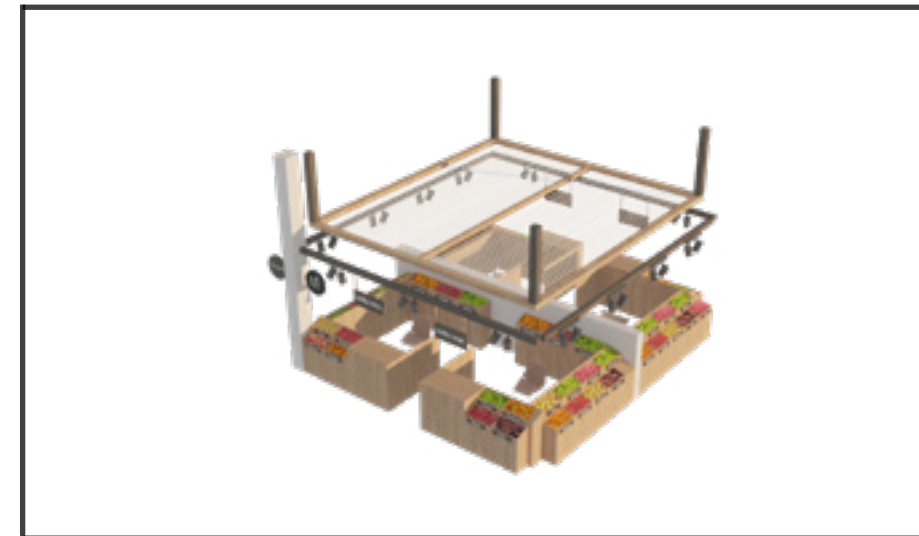
RECURSOS	CRITERIO FUNCIONAL	CRITERIO TECNOLÓGICO
<ol style="list-style-type: none"> Mosaico elementos culturales Tablero melamínico "Castaño" marca PELIKANO Iluminación led tipo riel artificial 4500 k Estructura de metal recubierta de melamina RH "Castaño" marca PELIKANO basada en la macana Iluminación general artificial 4500k Señalética informativa e identitaria Piso de porcelanato Graitman (1,20x0,60) 	<ul style="list-style-type: none"> Lenguaje Continuo del Espacio Circulación doble Mobiliario a dos niveles para los productos Señalización del espacio por medio de letreros con íconos de la zona y de tipografía para una fácil lectura Letrero con los nombres de cada producto en venta Carteles de metal colgados en cada puesto de trabajo con los nombres de las comerciantes Experiencia sensorial del usuario al implementar el puesto de jugos cerca de los puestos de frutas 	<ul style="list-style-type: none"> Uso de materiales antimicrobianos melamina rh, porcelanato, pintura y acero inoxidable Espesor de formatos grandes de materiales en piso y mobiliario Iluminación Led colgante y en dicróico Ventilación Natural Iluminación Natural



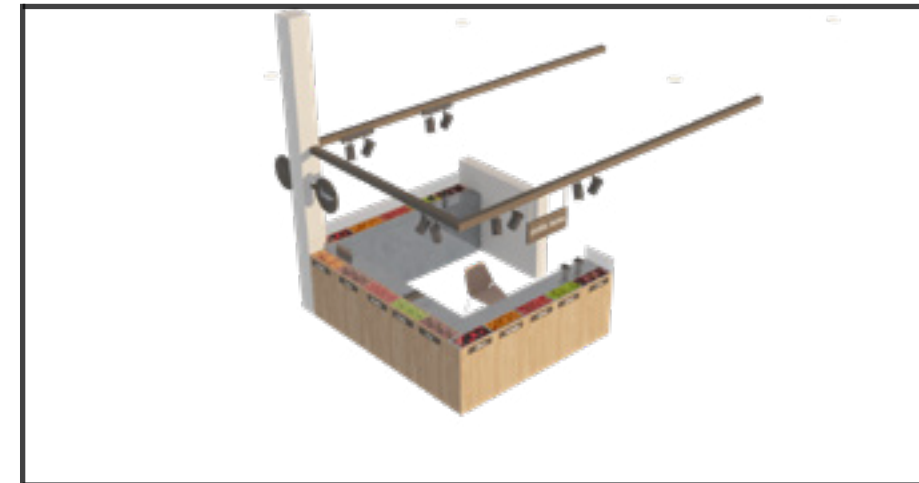
Imagen 82: "C12: Zona de Vegetales"
Fuente: Elaboración propia, 2022

		Colores				Texturas				Leyenda
		1	2	3	4	5	6	7		
									<p>Leyenda</p> <p>1. Pintura violeta marca PINTUCO pintulux Código: VL040-T</p> <p>2. Pintura blanca marca PINTUCO pintulux Código: OW001-P</p> <p>3. Pintura gris marca PINTUCO pintulux Código: TR 109-T</p> <p>4. Interior de acero inoxidable</p> <p>5. Piso de porcelanato Graiman (1,20x0,60)</p> <p>6. Melamina RH Castaño PELIKANO</p> <p>7. Mosaico elementos culturales (.30cm x 30cm).</p>	

Recursos Generales



"Axonometría puesto de venta de frutas"



"Axonometría puesto de venta de jugos"



"Axonometría puesto de venta de vegetales"



"Iluminación general (ojo de buey led) 4500k" "Iluminación zonal (riel led) 4500k"



"Silla para puesto de trabajo"



"Estructura cielo raso falso basada en la macana"



"Señalética informativa e identitaria"

NOTA: Se ha decidido mantener la zona de carnes en su lugar original.



Imagen 83: "Estado actual, puestos de venta en zona de carnes"
Fuente: Elaboración propia, 2022

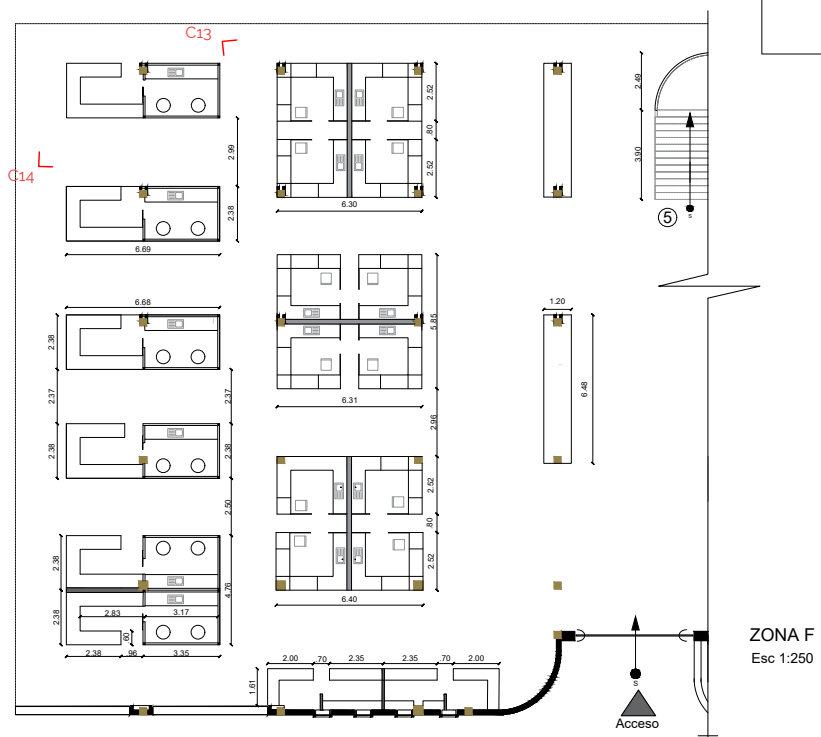
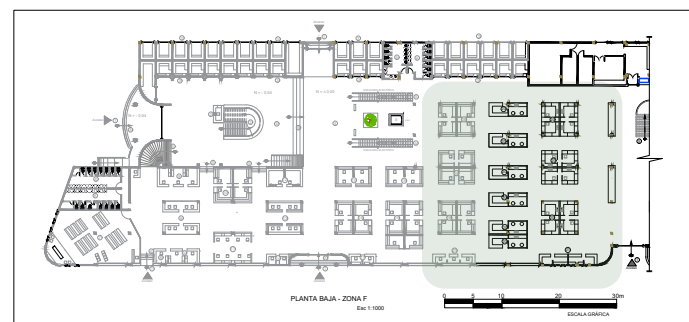


Imagen 84: "Fotografía pasillo actual zona de venta de carnes"
Fuente: Elaboración propia, 2022



Imagen 85: "Fotografía vendedora de carnes en el Mercado 10 de Agosto"
Fuente: Elaboración propia, 2022

Estado Actual



ZONA F
Esc 1:250

Planta Cámara 13 y 14
Escala 1:250



Imagen 86: "C13: Zona de Carnes"
Fuente: Elaboración propia, 2022

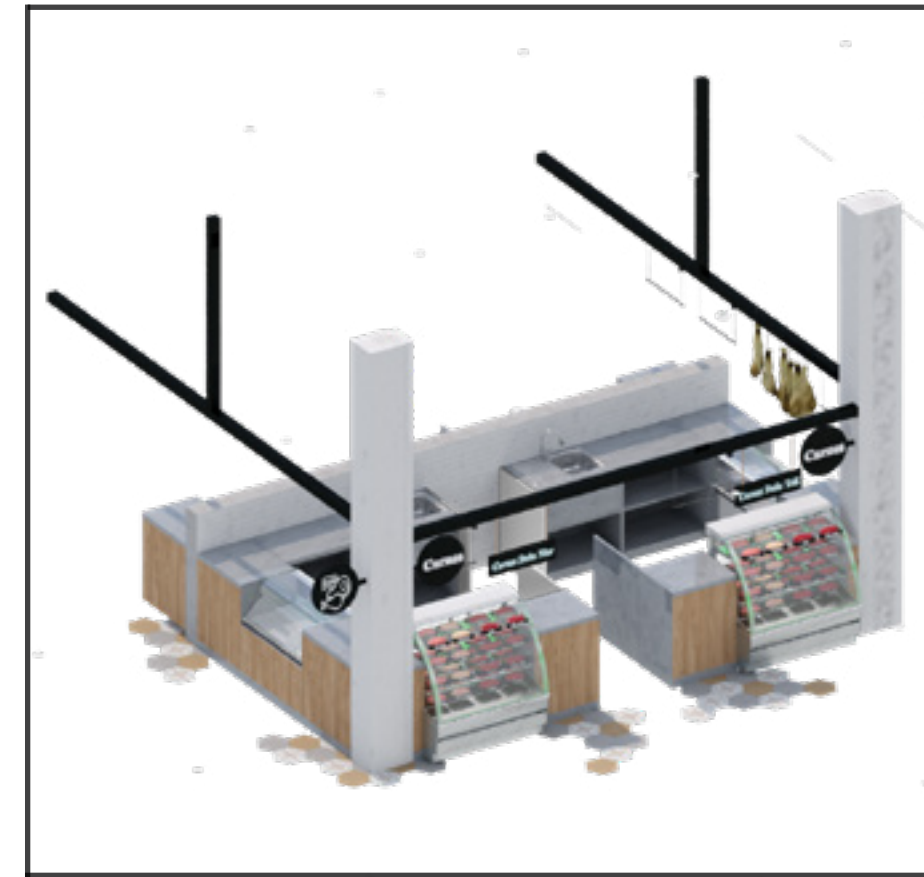
RECURSOS	CRITERIO FUNCIONAL	CRITERIO TECNOLÓGICO
<ol style="list-style-type: none"> Mosaico elementos culturales Tablero melaminico "Castaño" marca PELIKANO Iluminación led artificial 4500 k Estructura de metal recubierta de melamina RH "Castaño" marca PELIKANO basada en la macana Iluminación general artificial 4500k Frigoríficos para cárnicos Señalética informativa Mesón de acero inoxidable 	<ul style="list-style-type: none"> Lenguaje Continuo del Espacio Circulación doble Espacio dinámico Experiencia para el usuario en la creación de cuartos de vidrio para corte de productos Mobiliario que cumple con las normativas higiénicas para la venta de cárnicos Señalización del espacio por medio de letreros con íconos de la zona y de tipografía para una fácil lectura Letrero con los nombres de cada producto en venta Carteles de metal colgados en cada puesto de trabajo con los nombres de las comerciantes 	<ul style="list-style-type: none"> Uso de materiales antimicrobianos melamina rh, porcelanato, pintura y acero inoxidable Espesor de formatos grandes en piso y mobiliario Iluminación Led colgante y en dicróico Ventilación Natural Iluminación Natural Uso de Frigoríficos Ventilación Artificial



Imagen 87: "C14: Zona de Carnes"
Fuente: Elaboración propia, 2022

		Leyenda		
Colores	1	2	3	1. Pintura violeta marca PINTUCO pintulux Código: VD053-A 2. Pintura blanca marca PINTUCO pintulux Código: OW001-P 3. Pintura gris marca PINTUCO pintulux Código: TR 109-T
	4	5	6	
	7			
Texturas	4	5	6	4. Acero inoxidable 5. Piso de porcelanato Graitman (1,20x0,60) 6. Melamina RH "Castaño" marca PELLIKANO 7. Mosaico elementos culturales (.30cm x 30cm).
	7			

Recursos Generales



"Axonometría puestos de venta de cárnicos"

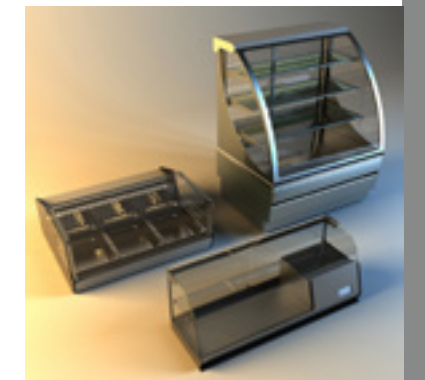


"Iluminación general (ojo de buey led) 4500k"

"Iluminación zonal (riel led) 4500k"



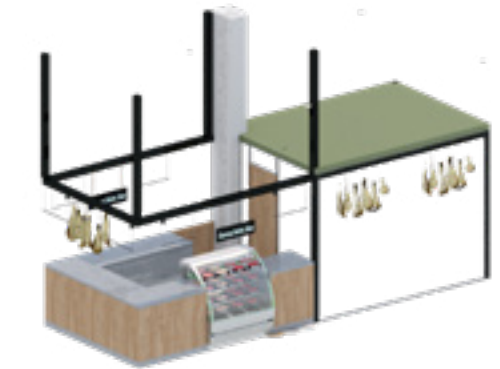
"Silla para puesto de trabajo"



"Frigoríficos para productos cárnicos"



"Estructura de cielo raso falso basada en la macana"



"Módulo puesto de trabajo y showroom zona de cárnicos"



"Señalética identitaria e informativa"



"Ganchos de acero inoxidable para colgar productos"



"Puesto showroom para corte de productos"

NOTA: Se implemento una zona amplia y variada de patio de comidas en donde actualmente se encuentran la zona de jugos.



Imagen 88: "Fotografía pasillo actual zona de venta de jugos y comida"
Fuente: Elaboración propia, 2022

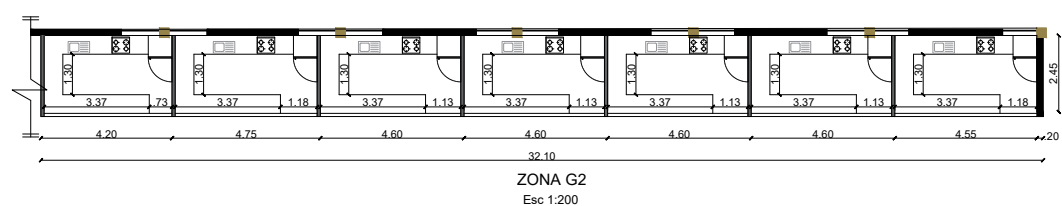
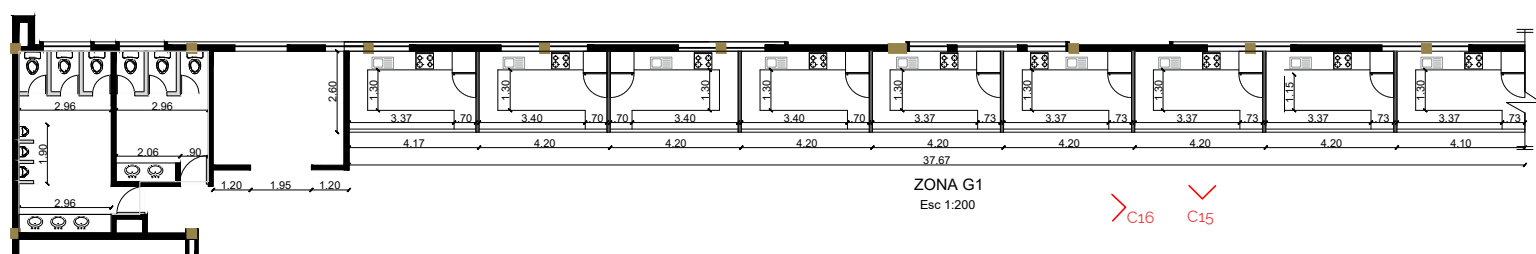
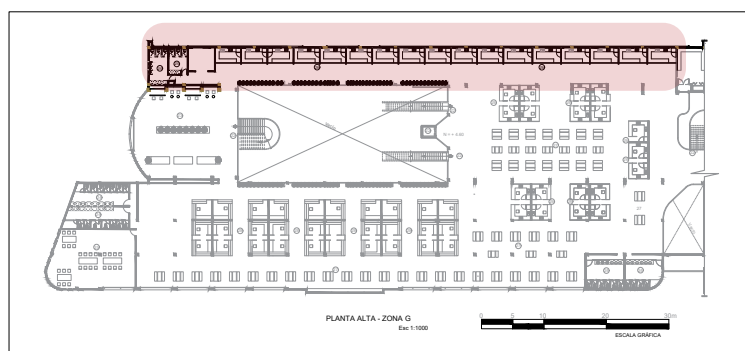


Imagen 89: "Fotografía puesto de venta de jugos y comida"
Fuente: Elaboración propia, 2022



Imagen 90: "Fotografía clientes en zona de venta de jugos y comida"
Fuente: Elaboración propia, 2022

Estado Actual



Planta Cámara 15 y 16
Escala 1:250



Imagen 91: "C15: Puestos de comida"
Fuente: Elaboración propia, 2022

RECURSOS	CRITERIO TECNOLÓGICO	CRITERIO SIGNIFICACIÓN IDENTITARIA
<ol style="list-style-type: none"> 1. Tablero melamínico "Castaño" Pelikano 2. Señalética informativa 3. Estructura de metal recubierta de melamina RH "Castaño" marca PELIKANO basada en la macana 4. Iluminación general led artificial 4500 k 5. Señalética identitaria 6. Mesón de acero inoxidable 	<ul style="list-style-type: none"> - Uso de materiales antimicrobianos melamina rh, porcelanato, pintura y acero inoxidable - Espesor de formatos grandes en piso y mobiliario - Iluminación Led colgante y en dicroico - Ventilación Natural - Iluminación Natural - Uso de Frigoríficos - Ventilación Artificial 	<ul style="list-style-type: none"> - Valores culturales por medio de distintos colores tomados de la paleta de colores - Macana representada en cielo raso falso



Imagen g2: "C16: Puestos de comida"
Fuente: Elaboración propia, 2022

		Leyenda			
Colores	1	2	1. Pintura blanca marca PINTUCO pintulux Código: OW001-P 2. Pintura gris marca PINTUCO pintulux Código: TR 109-T 3. Piso de porcelanato Graitman (1,20x0,60) 4. Melamina RH "Castaño" marca PELIKANO 5. Vitral representativo de elementos culturales de la ciudad de Cuenca 6. Mesón de acero inoxidable		
	3	4			
Texturas	5	6			
	3	4			

Recursos Generales



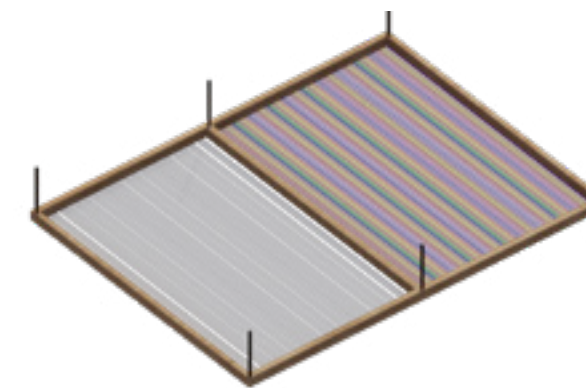
"Axonometría puesto de venta de comida"



"Iluminación general (ojo de buey led) 4500k" "Iluminación zonal (tira led) 4500k"



"Silla para puesto de trabajo"



"Estructura de cielo raso falso basada en la macana"



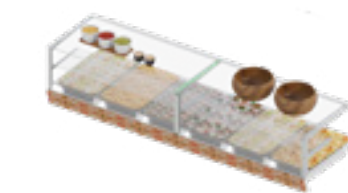
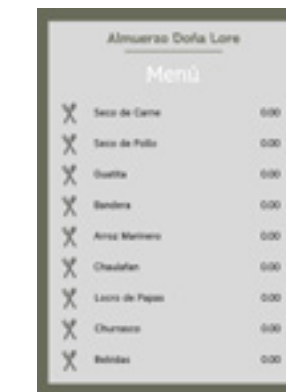
"Cocina"



"Campana extractora"



"Señalética identitaria e informativa"



"Contenedores de comida"



"Refrigerador"

NOTA: Se implemento una zona amplia y variada de patio de comidas en donde actualmente se encuentran la zona de hortalizas y comedores.



Imagen 93: "Fotografía pasillo actual zona de venta de hortalizas"
Fuente: Elaboración propia, 2022

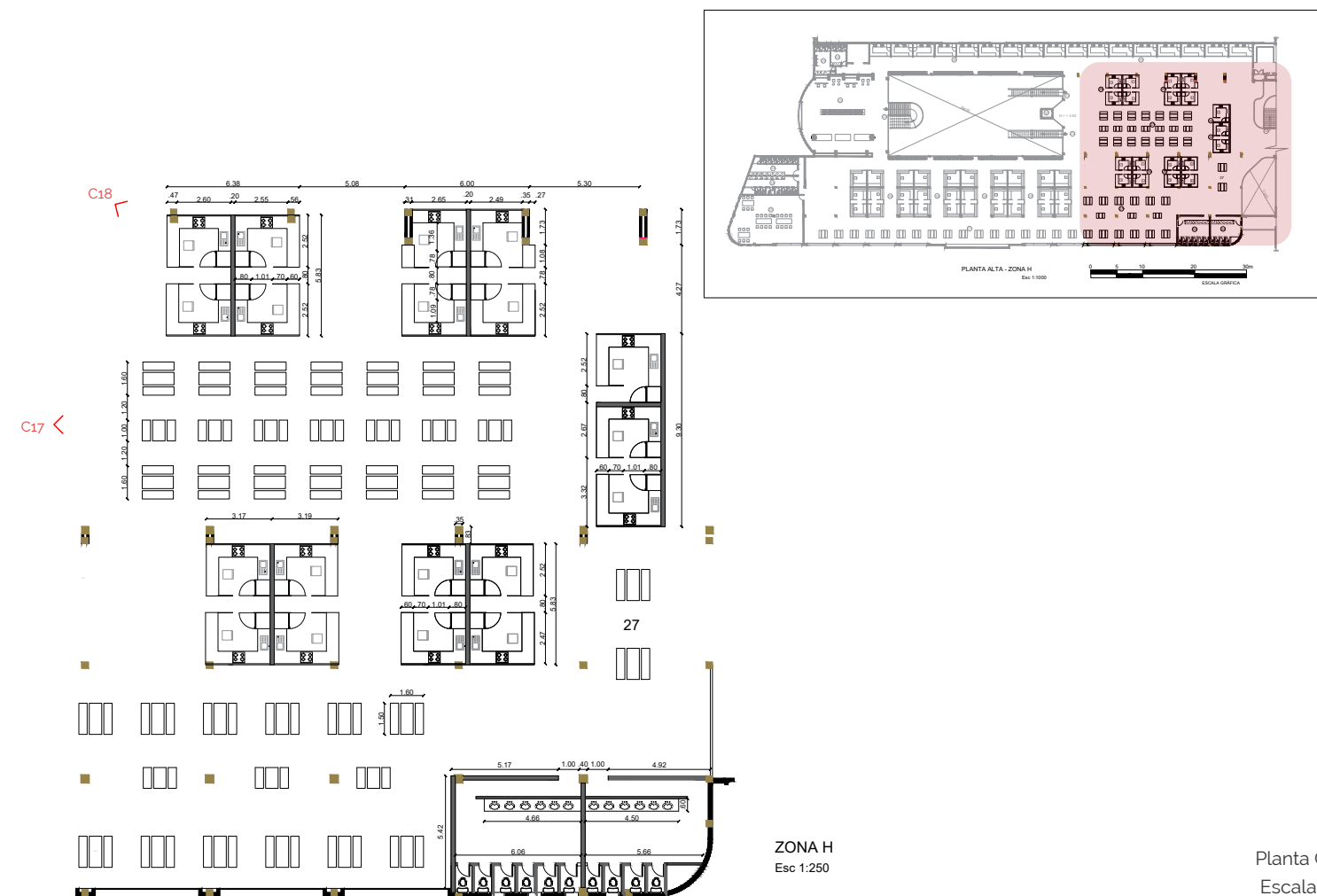


Imagen 94: "Estado actual, zona de comedores dentro del mercado"
Fuente: Elaboración propia, 2022



Imagen 95: "Estado actual, zona de comedores dentro del mercado"
Fuente: Elaboración propia, 2022

Estado Actual



Planta Cámara 17 y 18
Escala 1:250



Imagen 96: "C17: Puestos de comidas"
Fuente: Elaboración propia, 2022

RECURSOS	CRITERIO TECNOLÓGICO	CRITERIO SIGNIFICACIÓN IDENTITARIA
<ol style="list-style-type: none"> 1. Tablero melamínico "Castaño" marca PELIKANO 2. Señalética informativa 3. Vegetación colgante 4. Estructura de cielo raso de plywood curvo basado en los bordados y tejidos 5. Iluminación general led artificial 4500 k 6. Mural representativo de la fuerza de trabajo femenino 7. Moisacos elementos culturales 	<ul style="list-style-type: none"> - Uso de materiales antimicrobianos melamina rh, porcelanato, pintura y acero inoxidable - Espesor de formatos grandes en materiales de piso, pared, cielo raso y mobiliario - Iluminación Led colgante y en dicroico - Ventilación Natural - Iluminación Natural - Uso de Frigoríficos - Ventilación Artificial 	<ul style="list-style-type: none"> - Valores culturales por medio de colores naranja, verde, gris, blanco y café tomados de la paleta de colores - Representación de bordados de la pollera en los mosaicos de piso. - Bordados y tejidos representados en el cielo raso - Mural artístico que representa la fuerza de trabajo femenino dentro del Mercado 10 de Agosto



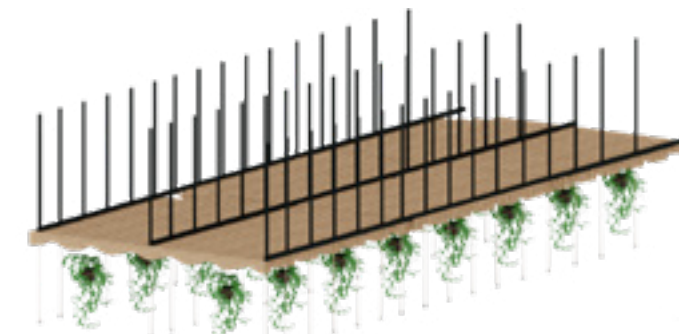
Imagen 97: "C18: Puestos de comida"
Fuente: Elaboración propia, 2022

		Leyenda			
Colores	1	1. Pintura blanca marca PINTUCO pintulux Código: OW001-P 2. Interior de acero inoxidable 3. Piso de porcelanato Graitman (1,20x0,60) 4. Melamina RH "Castaño" marca PELIKANO 5. Mosaico elementos culturales (.30cm x 30cm).			
	2				
3					
4					
5					
Texturas	1				
	2				
	3				
	4				
	5				

Recursos Generales



"Axonometría, puesto de venta de comida"



"Estructura basada en los bordados típicos. hecha con madera plywood y metal con vegetación colgante"



"Señalética identitaria e informativa"



"Iluminación general (ojo de buey led) 4500k"



"Iluminación zonal (riel led) 4500k"



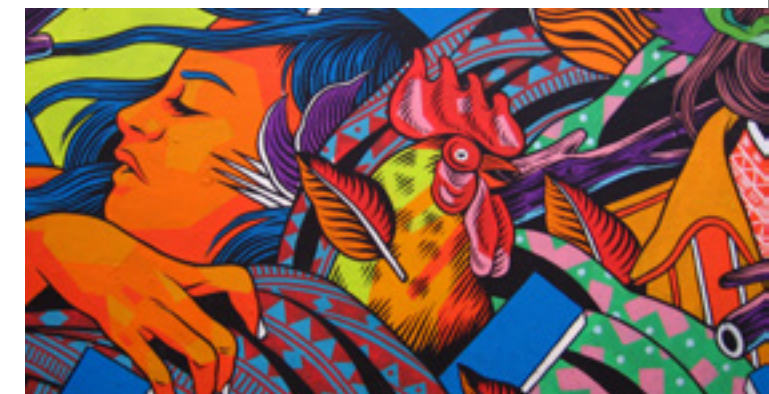
"Silla para puesto de trabajo"



"Puestos de comedores"



"Contenedores de comida, refrigerador y cocina"



"Mural representativo de la fuerza de trabajo femenina"

NOTA: Se ha generado una zona recreativa-cultural en el espacio donde se encuentran los hornados actualmente.



Imagen 98: "Fotografía puesto de venta de hornado en el Mercado 10 de Agosto"
Fuente: Elaboración propia, 2022

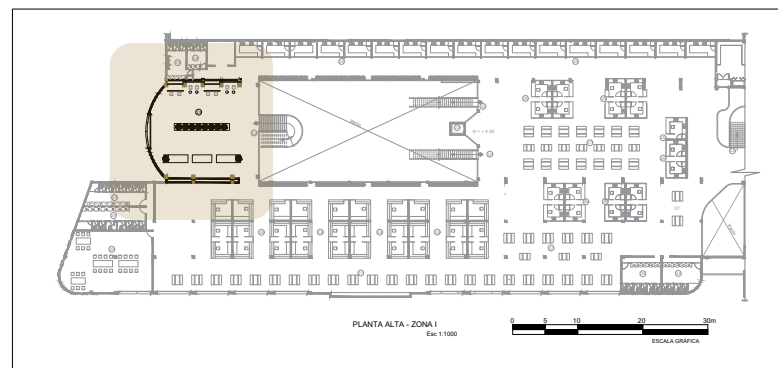


Imagen 99: "Estado actual, zona de hornados dentro del mercado"
Fuente: Elaboración propia, 2022

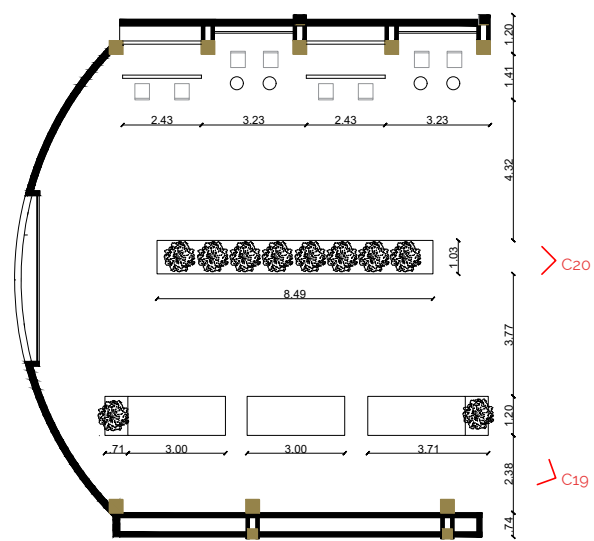


Imagen 100: "Fotografía de vendedora en su puesto de hornados"
Fuente: Elaboración propia, 2022

Estado Actual



Planta Cámara 19 y 20
Escala 1:250



ZONA I
Esc 1:200



Imagen 101: "C19; Zona recreativa"
Fuente: Elaboración propia, 2022

RECURSOS

1. Mosaico elementos culturales
2. Maceteros con plantas locales
3. Murales y fotografías de la historia del Mercado 10 de Agosto
4. Cielo raso curvo basado en los tejidos utilizando plywood marca Pelikano
5. Zona de exposición de trabajos locales
6. Información e historia sobre el mercado
7. Iluminación led artificial 4500k

CRITERIO SIGNIFICACIÓN IDENTITARIA

- Zona de experiencia cultural para los usuarios
- Uso de herramientas de trabajo ikat y de construcción de sombreros de paja toquilla
- Uso de piso de mosaico con elementos de identidad cultural

CRITERIO EXPRESIVO

- Temperatura de Luz Neutra 4500k
- Señalética Informativa de la venta de productos
- Fusión Estilo Tradicional y Contemporáneo
- Señalética Informativa
- Ilustraciones en paredes mostrando la historia del Mercado 10 de Agosto y la fuerza de trabajo femenina
- Experiencia sensorial del usuario



Imagen 102: "C20: Zona recreativa"
Fuente: Elaboración propia, 2022

		Leyenda			
Colores	1	1. Pintura blanca marca PINTUCO pintulux Código: OW001-P 2. Piso de porcelanato Graiman (1,20x0,60) 3. Mosaico elementos culturales (30cm x 30cm). 4. Melamina RH "Castaño" marca PELIKANO 5. Plywood marca PELIKANO			
	2				
3					
4					
5					
Texturas	1				
	2				
	3				
	4				
	5				

Recursos Generales



"Vista zona recreativa"



"Iluminación general (ojo de buey led) 4500k" "Iluminación zonal (tira led) 4500k"



"Silla para puesto de trabajo"



"Estructura macana, ikat"

"Estructura de macana"



"Mobiliario de descanso"



"Mobiliario de trabajo sombreros de paja toquilla"



"Murales representativos del trabajo local, la cultura e historia de la ciudad de Cuenca"

NOTA: Se han implementado puestos de dulces y artesanías con las medidas aptas en donde actualmente se encuentran puestos de dulces y puestos de comedores.



Imagen 103: "Fotografía estado actual zona de comedores en el Mercado 10 de Agosto"
Fuente: Elaboración propia, 2022

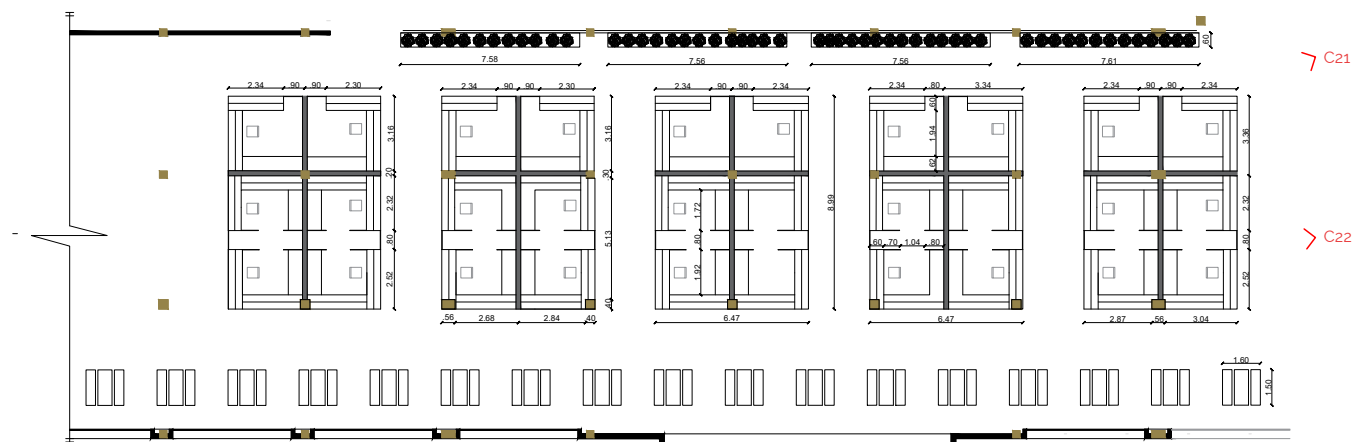
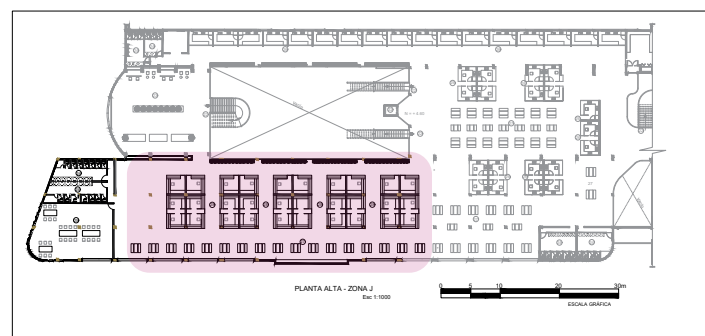


Imagen 104: "Mobiliario actual en puestos de venta de dulces"
Fuente: Elaboración propia, 2022



Imagen 105: "Fotografía puesto de venta de dulces dentro del mercado"
Fuente: Elaboración propia, 2022

Estado Actual



ZONA J
Esc 1:250

Planta Cámara 21 y 22
Escala 1:250



Imagen 106: "C21: Zona dulces y artesanías"
Fuente: Elaboración propia, 2022

RECURSOS

1. Tablero melamínico "Castaño" marca PELIKANO
2. Señalética informativa
3. Estructura de metal recubierta de melamina RH "Castaño" marca PELIKANO basada en la macana
4. Iluminación general led artificial 4500 k
5. Señalética identitaria
6. Maceteros con plantas locales
7. Pasamanos de vidrio y metal

CRITERIO FUNCIONAL

- Lenguaje Continuo del Espacio
- Circulación doble
- Conexión con áreas de comedores y zonas recreativas
- Zona de experiencia cultural y gastronómica para los usuarios
- Mobiliario a dos niveles para los productos
- Señalización del espacio por medio de letreros con íconos de la zona y de tipografía para una fácil lectura
- Letrero con los nombres de cada producto en venta
- Carteles de metal colgados en cada puesto de trabajo con los nombres de las comerciantes

CRITERIO SIGNIFICACIÓN IDENTITARIA

- Valores culturales por medio de distintos colores tomados de la paleta de colores
- Macana representada en cielo raso falso

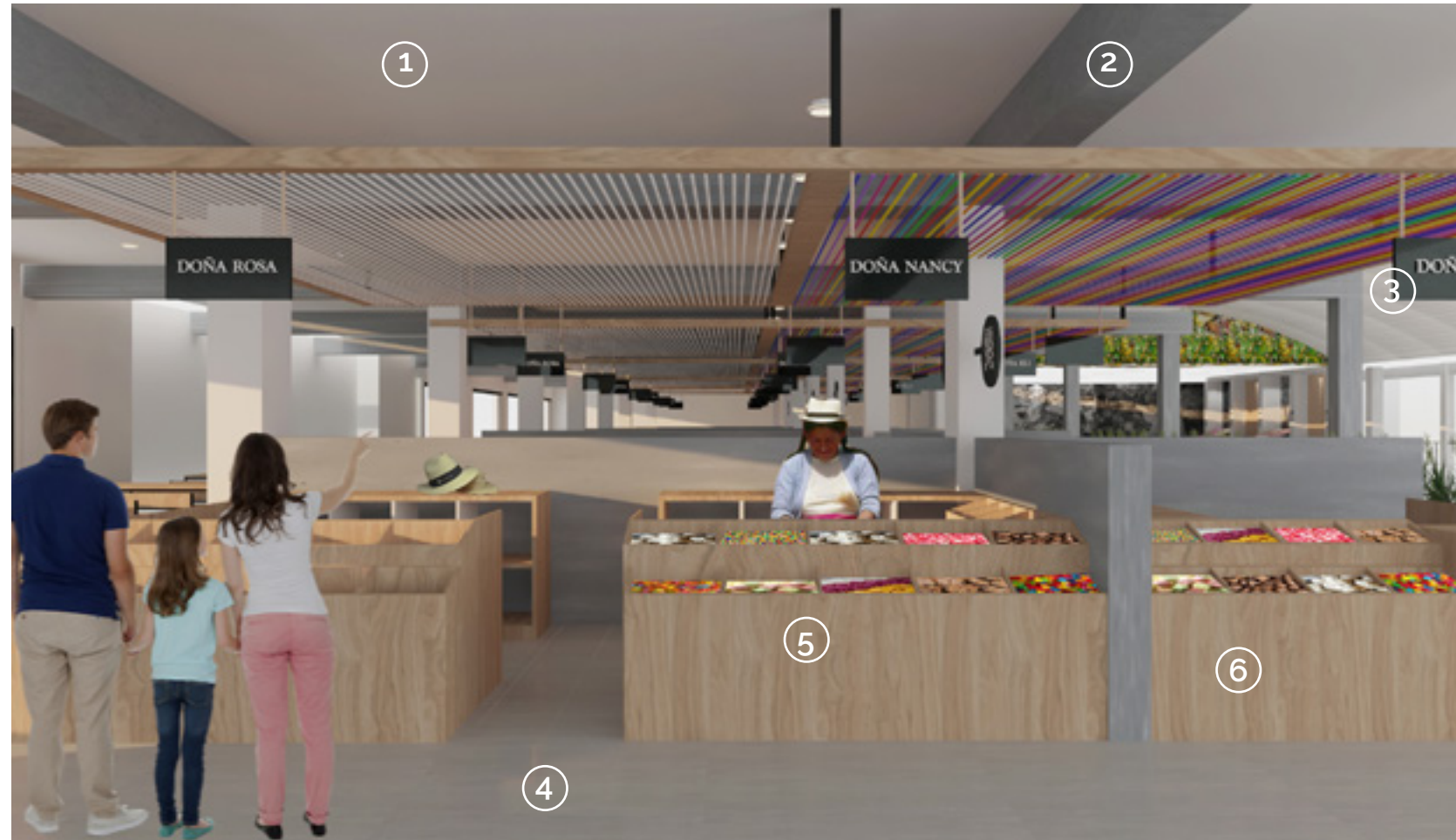
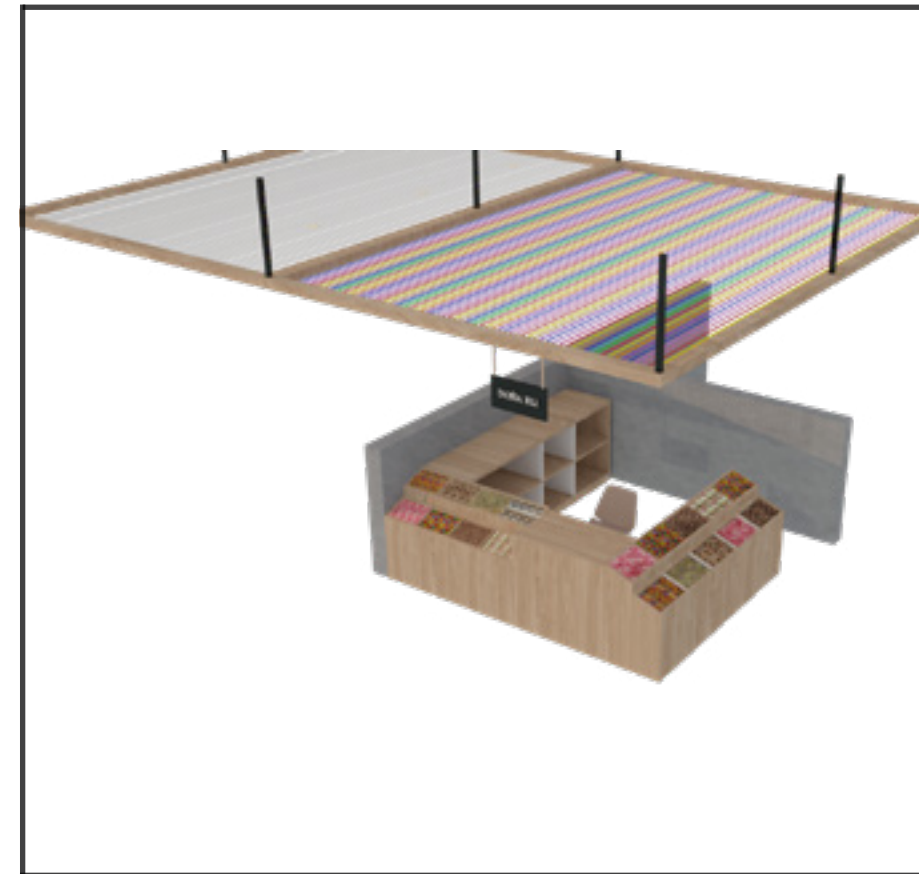


Imagen 107: "C22: Zona dulces y artesanías"
Fuente: Elaboración propia, 2022

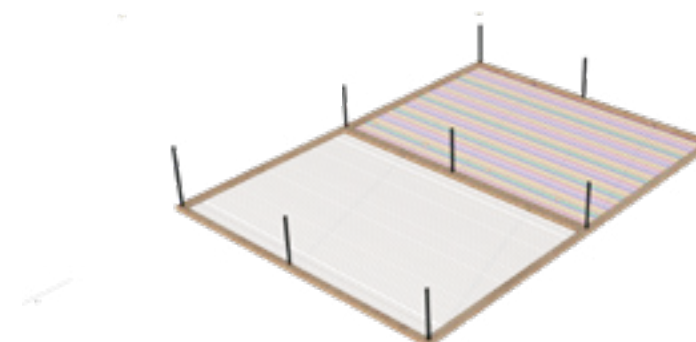
		Leyenda			
Colores	1	2			
	3	4	5	6	
Texturas					

1. Pintura blanca marca PINTUCO pintulux Código: OW001-P
2. Pintura gris marca PINTUCO pintulux Código: TR 109-T
3. Metal negro
4. Piso de porcelanato Graitman (1,20x0,60)
5. Interior de acero inoxidable
6. Melamina RH "Castaño" marca PELIKANO

Recursos Generales



"Axonometría puesto de venta de dulces y artesanías"



"Estructura de cielo raso falso basada en la macana"



"Señalética identitaria e informativa"



"Iluminación general (ojo de buey led) 4500k" "Iluminación zonal (tira led) 4500k"



"Silla para puesto de trabajo"



"Puestos de comedores"

Los mercados de abastos no solo cumplen su función como espacio de venta de alimentos, suministros y otros elementos, sino que de manera importante forman parte del desarrollo socio-cultural del lugar en el que se encuentren, además de ser un sitio en donde se generan relaciones y vínculos, se apoya al comercio local, a la sustentabilidad y al mismo tiempo se convierte en un sitio de atracción turística, sin embargo, dada la globalización es cada vez más difícil la mantención de los mismos, lo cual trae consecuencias como el deterioro de una edificación patrimonial como el Mercado 10 de Agosto, fuente de identidad cultural, característica que con el tiempo ha ido perdiendo su valor.

A pesar de que dicha "globalización" sea inevitable, estos espacios públicos de interés pueden seguir siendo lo que fueron en la antigüedad y, de igual forma, como siguen siendo en diversos países tales como los homólogos estudiados en donde se los ha conservado correctamente. Es aquí en donde nace una oportunidad con la herramienta del diseño interior para realzar el valor del mismo mercado y brindar soluciones organizacionales, ergonómicas, atractivas visualmente y sobre todo que rescaten los símbolos y características identitarias de la ciudad y sus habitantes.

Por esta razón, se ha decidido implementar el estilo tradicional moderno, el cual busca transmitir la identidad cultural adaptada a la modernidad, siendo esta evocada a partir de materiales antimicrobianos que respeten la medidas de bioseguridad como tableros melaminicos, acero inoxidable, porcelanato, acrílico, pintura intervínil antimicrobiana, entre otros. Además de la representación de elementos culturales de trabajo artesanal como la macana, el ikat, los bordados y las tramas, junto con la colorimetría basada en objetos y espacios de importancia dentro de la ciudad de Cuenca.

Es así como finalmente se tomaron en cuenta todas las condiciones estudiadas anteriormente para llevar a cabo el desarrollo del proyecto de revalorización del Mercado 10 de Agosto, destacando los rasgos y símbolos característicos de la ciudad por medio de herramientas como el retail design y el visual merchandising. El espacio actual mantiene una organización poco práctica que no invita al usuario a recorrerlo adecuadamente, además de generar abandonos en los puntos de venta, la zonificación dada es poco espaciosa para su necesidad y no permite la exhibición correcta de todos los productos que se pueden ofrecer, de igual manera la corta circulación, la contaminación visual y la falta de higiene. Dado esto se buscó brindar soluciones estratégicas para cada uno de los problemas identificados, pensando siempre en las necesidades y la funcionalidad de la edificación y sus usuarios, al igual que en temas de mobiliario, cromática e identidad cultural, dándole a la ciudad un espacio digno que represente al trabajo artesanal, a la cultura, las tradiciones y la misma identidad.

El presente proyecto abarca un espacio de gran escala, es por esto que no ha sido posible intervenir en todas las áreas existentes dentro del Mercado 10 de Agosto. Por lo tanto invitamos a futuros estudiantes y personas de interés a formar parte del proyecto y desarrollar las áreas no intervenidas que siguen siendo importantes dentro del mercado, como por ejemplo la zona administrativa y la zona de bazares que forman gran parte del equipamiento.

Por otra parte incentivamos a estudiantes y profesores de la Universidad del Azuay a la participación dentro de proyectos de diseño interior y demás áreas relacionadas en equipamientos públicos de la ciudad que mantienen valores culturales especiales y añorados por todos los habitantes de Cuenca, que con esta participación se pueda aportar a la conservación de dichos espacios y que no se pierdan las famosas tradiciones que se han heredado de los antepasados, además de generar espacios públicos dignos, ordenados y que de la misma manera inviten a más usuarios a visitarlos, tanto a la gente local como a extranjeros.

REFERENTES

05

5.1 Bibliografía

- Abad et AL. (2010). Cuenca patrimonial. En el X Aniversario de la Declaratoria del Centro Histórico de Santa Ana de los Ríos de Cuenca como "Patrimonio Cultural de la Humanidad". Cuenca ; Municipalidad de Cuenca. Dirección Municipal de Áreas Históricas y Patrimoniales.
- Albornoz, B. (2006). CALLE LARGA. Boris Albornoz Arquitectura. Recuperado 16 de febrero de 2022, de <https://www.borisalbornoz.com/calle-larga-2/>
- Alonso, N., Esteve, M., & Martín, R. (2014). Hacia un nuevo modelo de retail: El diseño integral como articulador. Dialnet. Recuperado 12 de enero de 2022, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5482001>
- Alonso R., Estrada-Nora M. y Sartorius A. (2008). "Los mercados minoristas como motor para el desarrollo económico, social y cultural de una ciudad. Mejores prácticas para la modernización, dinamización y buena gestión de los mercados minoristas". Banco Interamericano de Desarrollo. Washington DC. Fomin. Recuperado el 11 de enero del 2022 de <https://publications.iadb.org/es/los-mercados-minoristas-como-motor-para-el-desarrollo-economico-social-y-cultural-de-una-ciudad>
- Ávila, R., Prado, L., & González, E. (2015, 5 mayo). Dimensiones antropométricas de la población latinoamericana : México, Cuba, Colombia, Chile. Centro Universitario de Arte, Arquitectura y Diseño, 2(2). Recuperado 8 de abril de 2022, de <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/14486/2018sergioboh%C3%B3rquez4.pdf?sequence=6&isAllowed=y>
- Bermeo Lasso, J. M. (2018). Hollenstein, P. (2019). ¿Están en riesgo los mercados y ferias municipales? Aprovisionamiento de alimentos, economías populares y la organización del espacio público urbano de Quito ANÁLISIS. Fes. Recuperado el 7 de abril de 2022 de <http://library.fes.de/pdf-files/bueros/quito/15203.pdf>. Universidad del Azuay.
- Briones-Orellana, A., Heras-Olalla, J., & Heras-Barros, 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. Revista Urbano, 24(44), 20-33. Recuperado el 12 de abril de 2022 de <https://doi.org/10.22320/07183607.2021.24.44.0>
- Caicedo Iñiguez, L. S., & Dumaguila Chumbay, J. A. (2021). Aplicación de materiales antivirales como estrategia de diseño interior ante la Covid-19. Universidad del Azuay. Recuperado el 11 de enero de 2022 de <https://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/10961>
- Castillo, C. (2020, 27 mayo). Mobiliario antimicrobiano: revestimientos que evitan la propagación de microbios. Hospitecnia. Recuperado 19 de febrero de 2022, de <https://hospitecnia.com/arquitectura/materiales-y-revestimientos/mobiliario-antimicrobiano/>
- Cazamajor d'Artois, P., Moya, L. (1984). Los mercados y ferias de Quito. In : Quito : aspectos geográficos de su dinamismo. Quito : CEDIG, p. 16-44. (Documentos de Investigación ; 5). 1. Recuperado el 12 de febrero de 2022 de http://repositorio.uca.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12637/241/2018_Art%C3%ADculo_IV_Hernan-Rafael.pdf?sequence=4&isAllowed=y
- Crespi, V. M., & Domínguez Pérez*, M. (2016). Los mercados de abastos y las ciudades turísticas. Pasos, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 14(2), 401-416. Recuperado el 5 de abril de 2022 de <http://www.pasosonline.org/Publicados/14216/PASOS47.pdf#page=101>
- Díaz T, D. (2016), Proyecto de rehabilitación y dinamización del Mercado de Abastos de Albox. A.E.P.A. Asociación de Empresarios y Profesionales de Albox-Valle del Almanzora. Recuperado el 5 de abril de 2022 de, <https://ccaellarrieroalbox.com/asset/web/images/estudios/1f784-mercado-de-abastosfinal.pdf>
- E. (2021a, noviembre 12). Retail Merchandising, el arte de aumentar las ventas en tienda. SB Shopping Basket. Recuperado 12 de enero de 2022, de <https://sbshoppingbasket.com/blog/retail-merchandising-aumenta-ventas-tienda/>
- EDISMA. (2018, julio 16). ¿Qué es el diseño de interiores? Escuela ESDIMA. Recuperado 12 de enero de 2022, de <https://esdima.com/que-es-el-diseno-de-interiores/>

- Elguera Chumpitazi, H. R. (2018, octubre). ESTRATEGIAS DE FORMULACIÓN DE LOS MERCADOS DE ABASTO Y SU INFLUENCIA EN LA SOCIEDAD Y CULTURA. Centro de Investigación de la Creatividad UCAL, 1. Recuperado el 12 de enero de 2022 de http://repositorio.ucal.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12637/241/2018_Art%c3%adculo_IV_Hernan-Rafael.pdf?sequence=4&isAllowed=y
- Fárez, M., & Rueda, M. (2021). Rediseño interior en espacios de salud a partir de la aplicación de materiales antimicrobianos. Hospital San Sebastián del cantón Sigsig. Universidad del Azuay. Recuperado el 10 de abril de 2022 de <https://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/10969>
- García Henche, B. (2017). LOS MERCADOS DE ABASTOS Y SU COMERCIALIZACIÓN COMO PRODUCTO DE TURISMO DE EXPERIENCIAS. EL CASO DE MADRID. Cuadernos de Turismo, 39, 167-189. Recuperado el 5 de abril de 2022 de <https://doi.org/10.6018/turismo.39.290491>
- Google Maps. (2022, 5 abril). Ubicación Mercado 10 de Agosto. Google Maps. Recuperado 5 de abril de 2022, de <https://www.google.com/maps/place/Mercado+10+de+Agosto/@-2.8989739,-79.0074213,16.79z/data=!4m5!3m4!1s0x91cd18120f1e6585:0x5bf3194ef103ddb18m2!3d-2.8991549!4d-79.0075531>
- Hernandez, A. Andreeva, S. "¿Mercados, museos o malls? La Gentrificación de los mercados Municipales en Barcelona y Madrid. Entre Diversidades. Revista de Ciencias Sociales y Humanidades núm. 6. 2016 pp. 143-173. Recuperado 11 de enero del 2022, de: <http://www.redalyc.org/pdf/4559/455946719006.pdf>
- Hollenstein, P. (2019). ¿Están en riesgo los mercados y ferias municipales? Aprovechamiento de alimentos, economías populares y la organización del espacio público urbano de Quito ANÁLISIS. Fes.de. Recuperado el 15 de enero de 2022 <http://library.fes.de/pdf-files/bueros/quito/15203.pdf>
- Jiménez Marín, G., Bellido Pérez, E., & García Medina, I. (2018, 8 febrero). EL MARKETING DE INFLUENCIA: UN CASO PRÁCTICO. Revista Mediterránea de Comunicación, 12. Recuperado el 10 de enero de 2022 https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/76236/Pages%20from%20CMD_12_2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Junta, A. (2007). Guía de arquitectura An architectural guide. Recuperado el 6 de febrero del 2022, de: https://www.juntadeandalucia.es/fomentoyvivienda/estaticas/sites/consejeria/areas/arquitectura/fomento/guias_arquitectura/adjuntos_ga/Cuenca_e.pdf
- Medina, X., Alvarez, M. (2007), "El lugar por donde pasa la Vida... Los Mercados y las demandas urbanas contemporáneas, Barcelona y Buenos Aires" Revista de Etnología de Catalunya, 31, Barcelona, octubre 2007.
- Mercado de la Boqueria. (s/f). Gencat.cat. Recuperado el 20 de febrero de 2022, de <https://patrimoni.gencat.cat/es/coleccion/mercado-de-la-boqueria>
- Moro, S. A. (2011). Una metodología sistemática para el análisis de los espacios públicos (30.ª ed., Vol. 1). Facultad de Periodismo y Comunicación Social. Recuperado el 12 de febrero de 2022 de http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/34442/Documento_completo.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Reig Catalá, P. (2013, 2 diciembre). Los mercados municipales en la encrucijada: situación y retos. (Parte 1). Pedro Reig. Recuperado 12 de enero de 2022, de <https://pedroreig.wordpress.com/2013/09/13/los-mercados-municipales-en-la-encrucijada-situacion-y-retos-parte-1/>
- Neufert. (2013). "Arte de Proyectar en Arquitectura" (16.ª ed.). GG. Recuperado el 12 de enero de <https://ioncamera.info/descargar-gratis-el-arte-de-proyectar-en-arquitectura-neufert-46/>

- -ONU Habitat. (2018). "Claves para el espacio público". Recuperado el 15 de junio de 2022 de <https://onuhabitat.org.mx/index.php/claves-para-el-espacio-publico>
- Panero, J., & Zelnik, M. (1986). "Las dimensiones humanas en los espacios interiores" (7.ª ed.). GG. Recuperado el 12 de enero de 2022 de <https://es.pdfdrive.com/las-dimensiones-humanas-en-los-espacios-interiores-e185154544.html>
- Riesgo, T. (2021). Retos y soluciones Covid-19. Ministerio de ciencia e innovación. Recuperado 14 de octubre de 2021, de https://www.ciencia.gob.es/dam/jcr:0e3bc1d1-4f37-46e7-8a91-9d4ccaa43e24/retos_y_soluciones_covid_19.pdf
- Robles, J (2014). "Mercados Municipales y Tecnologías digitales: entre el e-comercio y nuevas formas de convivencia". Universidad Autónoma de Madrid. Antropologica/Año XXXII, N.33,2014, pp.137-161. Recuperado el 12 de octubre de 2021.
- Segovia, O. (2007). Espacios públicos y construcción social : hacia un ejercicio de ciudadanía (Revisado ed.). LOM. Recuperado el 12 de octubre de 2021 de <http://up-rid2.up.ac.pa:8080/xmlui/handle/123456789/1981?show=full>
- Weather Spark. (s. f.). El clima en Cuenca, el tiempo por mes, temperatura promedio (Ecuador) - Weather Spark. Weather Spark. Recuperado 26 de marzo de 2022, de <https://es.weatherspark.com/y/19348/Clima-promedio-en-Cuenca-Ecuador-durante-todo-el-a%C3%B1o>
- Windfinder.com. (2022, 10 abril). Windfinder - wind, wave & weather reports, forecasts & statistics worldwide. Recuperado 13 de abril de 2022, de <https://es.windfinder.com/#16/-2.9000/-79.0129/2022-04-14T06:00Z>

5.2 Crédito de imágenes

- Imagen 1: Mercado de Valencia. Recuperado de: <https://economia3.com/2020/01/29/246855-el-mercado-central-se-une-a-la-nueva-sociedad-mercados-tradicionales-de-espana/>
- Imagen 2: Mercado Central de Quito. Recuperado de: <https://www.likealocalguide.com/quito/mercado-central-quito>
- Imagen 3: Problemas que se abordan dentro de mercados de abastos. Elaboración propia
- Figura 4: Distribución en zona de frutas de un mercado de abastos. Recuperado de: <https://rosettaadvisor.com/blog/desolacion-tras-el-mostrador-el-mercado-ya-no-parece-el-mercado/>
- Imagen 5: Mercado g de Octubre. Recuperado de: <https://www.borisaiborno.com/mercado-g-de-octubre/>
- Imagen 6: Diseño Interior. Recuperado de: [Tendencias en Diseño de Interiores 2021: Biofilia, Chubby y Fluidez | Plataforma Arquitectura](https://www.tendenciasenarquitectura.com/2021/01/10/tendencias-en-dise%C3%B1o-de-interiores-2021-biofilia-chubby-y-fluidez-plataforma-arquitectura/)
- Imagen 7: Mercado de San Antón. Recuperado de: https://www.tripadvisor.es/Attraction_Review-g187514-d8701699-Reviews-Mercado_de_San_Anton-Madrid.html
- Imagen 8: Retail Design. Recuperado de: <https://www.caad-design.com/10-proyectos-de-retail-design-espectaculares>
- Imagen 9: Visual Merchandising. Recuperado de: <https://www.behance.net/gallery/25147419/Visual-Merchandising>
- Imagen 10: Materiales Moodboard. Recuperado de: https://www.archdaily.mx/catalog/mx/products/18867/coleccion-mood-boards-front-views-firenze?ad_source=neufert&ad_medium=gallery&ad_name=close-gallery
- Imagen 11: Melaminas Pelikano. Recuperado de: <https://www.facebook.com/dficreativo/posts/pelicano-una-marca-de-melamina-entre-tantas-una-de-las-recomendadas-para-crear-mu-2334994110143060/>
- Imagen 12: Centro Histórico Cuenca Ecuador. Recuperado de: <https://www.plataformaarquitectura.cl/cl/880780/guia-de-arquitectura-en-cuenca-10-sitios-que-todo-arquitecto-debe-conocer>
- Imagen 13: Mercado 10 de agosto, Cuenca Ecuador. Recuperado de: <https://la.network/cuenca-mejora-la-seguridad-de-uno-de-sus-mercados-tradicionales/>
- Imagen 14: Frutas, Mercado 10 de Agosto. Elaboración propia.

- Imagen 15: Mobiliario funcional, Mercado 9 de Octubre. Recuperado de: <https://www.borissalboroz.com/mercado-9-de-octubre/>
- Imagen 16: Implementación de entrada de luz en el cielo raso, Mercado 9 de Octubre. Recuperado de: <https://www.borissalboroz.com/mercado-9-de-octubre/>
- Imagen 17: Implementación de ventilación natural. Recuperado de: <https://www.borissalboroz.com/mercado-9-de-octubre/>
- Imagen 18: Evidencia Cultural, Mercado 9 de Octubre. Recuperado de: https://www.tripadvisor.com/Attraction_Review-g294309-d12976329-Reviews-Mercado_9_de_Octubre-Cuenca_Azuay_Province.html
- Imagen 19: Materiales de bioseguridad, Mercado 9 de Octubre. Recuperado de: https://www.tripadvisor.com/Attraction_Review-g294309-d12976329-Reviews-Mercado_9_de_Octubre-Cuenca_Azuay_Province.html
- Imagen 20: Plano de distribución, Mercado la Boquería. Recuperado de: <https://roadsandkingdoms.com/2019/la-batalla-por-la-boqueria/>
- Imagen 21: Mobiliario, Mercado la Boquería. Recuperado de: <https://www.flickr.com/photos/giuseppenocchiaro/5022909523/>
- Imagen 22: Fachada exterior, Mercado la Boquería. Recuperado de: <https://www.angsarap.net/2019/12/31/mercado-de-la-boqueria-a-visual-essay/>
- Imagen 23: Señalización (visual merchandising) , Mercado la Boquería. Recuperado de: <https://www.angsarap.net/2019/12/31/mercado-de-la-boqueria-a-visual-essay/>
- Imagen 24: Circulación e iluminación , mercado la boquería. Recuperado de: <https://www.tripadvisor.es/Profile/Daniele19562802?fid=1b92240e-91d1-471b-8215-01f87fe790fc>
- Imagen 25: Seguridad , plaza minorista José María Villa. Recuperado de: <https://www.bluradio.com/noticias/plaza-minorista-de-medellin>
- Imagen 26: Puesto de trabajo, plaza minorista José María Villa. Recuperado de: <https://www.bluradio.com/noticias/plaza-minorista-de-medellin>
- Imagen 27: Distribución de productos, plaza minorista José María Villa. Recuperado de: <https://faro.travel/marketplace/tour-por-el-mercado-la-minorista>
- Imagen 28: Cielo Raso ,mercado central de Valencia. Recuperado de: https://www.tripadvisor.com.mx/Attraction_Review-g187529-d574603-Reviews-Central_Market_of_Valencia-Valencia_Province_of_Valencia_Valencian_Country.html
- Imagen 29: Entrada Principal ,mercado central de Valencia. Recuperado de: https://es.wikipedia.org/wiki/Archivo:Mercado_Central_de_Valencia_%2826334687408%29.jpg
- Imagen 30: Circulación del espacio, mercado central de Valencia. Recuperado de: <https://www.sommertage.com/valencia-tips/>
- Imagen 31: Mobiliario, mercado central de Valencia. Recuperado de: <https://mypathintheworld.com/free-things-to-do-in-valencia-spain/>
- Imagen 32: Espacio interior , mercado central de Florencia. Recuperado de: <https://www.viajarflorenca.com/mercado-central/>
- Imagen 33: Distribución de productos y uso de mobiliario , mercado central de Florencia. Recuperado de: <https://www.disfrutaflorenca.com/de-compras>

- Imagen 34: Distribución de productos y uso de mobiliario , mercado central de Florencia. Recuperado de: <https://periodistasviajeros.com/florenca-piazzale-michelangelo/01-mercado-central-florenca-italia-jpg/>
- Imagen 35: "En posición de pie, población laboral sexo femenino 40 a 59 años. Recuperado de: <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/14486/2018sergioboh%C3%B3rquez4.pdf?sequence=6&isAllowed=y>
- Imagen 36: "En posición sentado, población laboral sexo femenino 40 a 59 años " Recuperado de: <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/14486/2018sergioboh%C3%B3rquez4.pdf?sequence=6&isAllowed=y>
- Imagen 37: "Espacio necesario entre paredes" Recuperado de: <https://ioncamera.info/descargar-gratis-el-arte-de-proyectar-en-arquitectura-neufert-46/>
- Imagen 38: "Altura de vista mobiliario exhibidor" Recuperado de: <https://ioncamera.info/descargar-gratis-el-arte-de-proyectar-en-arquitectura-neufert-46/>
- Imagen 39: "Puesto de Venta Cárnicos" Recuperado de: <https://ioncamera.info/descargar-gratis-el-arte-de-proyectar-en-arquitectura-neufert-46/>
- Imagen 39: "Mostradores para carnicería y mariscos" Recuperado de: <https://ioncamera.info/descargar-gratis-el-arte-de-proyectar-en-arquitectura-neufert-46/>
- Imagen 40: "Barra para comer, holgura" Recuperado de: <https://ioncamera.info/descargar-gratis-el-arte-de-proyectar-en-arquitectura-neufert-46/>
- Imagen 41: "Condicionantes Matéricas" Recuperado de: <https://ferrocosta.com.ec/productos/techos-y-canalones/placa-policarbonato-3-60/>
- Imagen 42: "Cromática Mercado 10 de Agosto, fachada" Fuente: Elaboración propia, 2022.
- Figura 43: "Esquema Criterio Funcional" Fuente: Elaboración propia, 2022.
- Imagen 44: "Esquema Criterio Tecnológico" Fuente: Elaboración propia, 2022.
- Imagen 45: "Iluminación Led". Recuperado de: <https://www.boutiquedeluz.com/producto/lampara-colgante-tubulus-lineal/>
- Imagen 46: "Esquema Criterio Expresivo" Fuente: Elaboración propia, 2022.
- Imagen 47: "Esquema Criterio Significación identitaria" Fuente: Elaboración propia, 2022.
- Imagen 48: "Cromática de vestimenta de pollera de cholita Cuencana" Recuperado de: <https://www.nanmagazine.com/la-cholita-cuencana-con-mayusculas/>
- Imagen 49: "Cromática de Calle Larga" Recuperado de: <https://www.google.com/maps/@-2.8996941,-79.0077258,3a.75y.290.97h.85.3t/data=!3m6!1e1!3m4!1s050CMVqrohoS1aVIH-8dqq!2e0!7j13312!8i6656>
- Imagen 50: "Cromática de canastas de paja toquilla" Recuperado de: <https://www.de-paseo.com/queretaro/item/mercado-de-vara-y-mimbres/>
- Imagen 51: "Cromática de comida típica" Recuperado de: <https://www.flickr.com/photos/floratheexplorer/8675557063>
- Imagen 52: "Bocetación" Fuente: Elaboración propia, 2022
- Imagen 53: "Estado actual, ingreso principal Mercado 10 de Agosto" Recuperado de: <https://www.packing-up-the-pieces.com/visit-a-traditional-market-in-cuenca-ecuador/>
- Imagen 54: "Fotografía de ingreso principal al Mercado 10 de Agosto" Fuente: Elaboración propia, 2022
- Imagen 55: "Fotografía estado actual de plazoleta del mercado" Fuente: Elaboración propia, 2022
- Imagen 56: "C1: Zona de Ingreso principal" Fuente: Elaboración propia, 2022
- Imagen 57: "C2: Zona de Plazoleta" Fuente: Elaboración propia, 2022
- Imagen 58: "Estado actual puestos de abarrotes en el Mercado 10 de Agosto" Fuente: Elaboración propia, 2022
- Imagen 59: "Fotografía de exhibición de productos en la zona de abarrotes" Fuente: Elaboración propia, 2022
- Imagen 60: "Estado actual puestos de abarrotes en el Mercado 10 de Agosto" Fuente: Elaboración propia, 2022
- Imagen 61: "C3: Zona de Abarrotes" Fuente: Elaboración propia, 2022

- Imagen 62: "C4: Zona de Abarrotes" Fuente: Elaboración propia, 2022
- Imagen 63: "Estado actual, mobiliario zona de plantas medicinales" Fuente: Elaboración propia, 2022
- Imagen 64: Estado actual, pasillo zona de plantas medicinales" Fuente: Elaboración propia, 2022
- Imagen 65: "Estado actual, mobiliario zona de plantas medicinales" Fuente: Elaboración propia, 2022
- Imagen 66: "C5: Zona de Plantas Medicinales" Fuente: Elaboración propia, 2022
- Imagen 67: "C6: Zona de Plantas Medicinales" Fuente: Elaboración propia, 2022
- Imagen 68: "Estado actual, altar religioso presente dentro del Mercado 10 de Agosto" Fuente: Elaboración propia, 2022
- Imagen 69: "Estado actual, altar religioso presente dentro del Mercado 10 de Agosto" Fuente: Elaboración propia, 2022
- Imagen 70: "Estado actual, altar religioso presente dentro del Mercado 10 de Agosto" Fuente: Elaboración propia, 2022
- Imagen 71: "C7: Zona de Capilla" Fuente: Elaboración propia, 2022
- Imagen 72: "C7: Zona de Capilla" Fuente: Elaboración propia, 2022
- Imagen 73: "Fotografía actual de ritual de limpias en el Mercado 10 de Agosto"
de: <https://www.packing-up-the-pieces.com/visit-a-traditional-market-in-cuenca-ecuador/>
- Imagen 74: "Estado actual, zona en la que se practican las limpias dentro del mercado" Fuente: Elaboración propia, 2022
- Imagen 75: "Fotografía de ritual de limpias en el Mercado 10 de Agosto" Recuperado de: <https://www.flickr.com/photos/motoperu/51241768165>
- Imagen 76: "C9: Zona de Limpias" Fuente: Elaboración propia, 2022
- Imagen 77: "C10: Zona de Especies" Fuente: Elaboración propia, 2022
- Imagen 78: "Estado actual, pasillo de zona de frutas Mercado 10 de Agosto" Fuente: Elaboración propia, 2022
- Imagen 79: "Fotografía de exhibición de productos en zona de vegetales y hortalizas" Fuente: Elaboración propia, 2022
- Imagen 80: "Fotografía de exhibición actual de frutas en el mercado" Fuente: Elaboración propia, 2022
- Imagen 81: "C11: Zona de jugos y frutas" Fuente: Elaboración propia, 2022
- Imagen 82: "C12: Zona de Vegetales" Fuente: Elaboración propia, 2022
- Imagen 83: "Estado actual, puestos de venta en zona de carnes" Fuente: Elaboración propia, 2022
- Imagen 84: "Fotografía pasillo actual zona de venta de carnes" Fuente: Elaboración propia, 2022
- Imagen 85: "Fotografía vendedora de carnes en el Mercado 10 de Agosto" Fuente: Elaboración propia, 2022
- Imagen 86: "C13: Zona de Carnes" Fuente: Elaboración propia, 2022
- Imagen 87: "C14: Zona de Carnes" Fuente: Elaboración propia, 2022
- Imagen 88: "Fotografía pasillo actual zona de venta de jugos y comida" Fuente: Elaboración propia, 2022
- Imagen 89: "Fotografía puesto de venta de jugos y comida" Fuente: Elaboración propia, 2022
- Imagen 90: "Fotografía clientes en zona de venta de jugos y comida" Fuente: Elaboración propia, 2022
- Imagen 91: "C15: Puestos de comida" Fuente: Elaboración propia, 2022
- Imagen 92: "C16: Puestos de comida" Fuente: Elaboración propia, 2022
- Imagen 93: "Fotografía pasillo actual zona de venta de hortalizas" Fuente: Elaboración propia, 2022
- Imagen 94: "Estado actual, zona de comedores dentro del mercado" Fuente: Elaboración propia, 2022
- Imagen 95: "Estado actual, zona de comedores dentro del mercado" Fuente: Elaboración propia, 2022
- Imagen 96: "C17: Puestos de comidas" Fuente: Elaboración propia, 2022
- Imagen 97: "C18: Puestos de comida" Fuente: Elaboración propia, 2022
- Imagen 98: "Fotografía puesto de venta de hornado en el Mercado 10 de Agosto" Fuente: Elaboración propia, 2022
- Imagen 99: "Estado actual, zona de venta de hornados dentro del mercado" Fuente: Elaboración propia, 2022
- Imagen 100: "Fotografía de vendedora en su puesto de hornados" Fuente: Elaboración propia, 2022
- Imagen 101: "C19: Zona recreativa" Fuente: Elaboración propia, 2022
- Imagen 102: "C20: Zona recreativa" Fuente: Elaboración propia, 2022

- Imagen 103: "Fotografía estado actual zona de comedores en el Mercado 10 de Agosto" Fuente: Elaboración propia, 2022
- Imagen 104: "Mobiliario actual en puestos de venta de dulces" Fuente: Elaboración propia, 2022
- Imagen 105: "Fotografía puesto de venta de dulces dentro del mercado" Fuente: Elaboración propia, 2022
- Imagen 106: "C21: Zona dulces y artesanías" Fuente: Elaboración propia, 2022
- Imagen 107: "C22: Zona dulces y artesanías" Fuente: Elaboración propia, 2022
- Imagen portada capitulo 1: Mercado 10 de Agosto, Elaboración propia, 2022
- Imagen portada capitulo 2: Mercado 10 de Agosto, Elaboración propia, 2022.
- Imagen portada capitulo 3: Mercado 10 de Agosto, Elaboración propia, 2022.
- Imagen Portada capitulo 4: Mercado 10 de Agosto. Escobar, Y. Recuperado de: <https://www.nanmagazine.com/ruta-mercado-10-de-agosto-el-vado-san-sebastian/>
- Imagen portada capitulo 5: Mercado 10 de Agosto, Elaboración propia, 2022.

5.3 Crédito de figuras

- Figura 1: Esquema de Observación de Campo, Planta Baja - Mercado 10 de Agosto. Recuperado de: GAD, 2022
- Figura 2: Esquema de Observación de Campo, Planta Alta - Mercado 10 de Agosto. Recuperado de: GAD, 2022
- Figura 3: Emplazamiento Cuenca-Ecuador. Recuperado de: <https://www.google.com.ec/maps/place/Cuenca/@-2.8922687,-79.0243996,14221m/data=!3m2!1e3!4b1!4m5!3m4!1s0x91cd18095fc7e881:oxafd08fd090de6ff7!8m2!3d-2.9001285!4d-79.0058965?hl=es>
- Figura 4: Emplazamiento del Mercado 10 de Agosto. Recuperado de: <http://ide.cuenca.gob.ec/geoportal-web/viewer.jsf>
- Figura 5: Ubicación del Mercado 10 de Agosto de la ciudad de Cuenca. Recuperado de: <https://www.google.com.ec/maps/place/Mercado+10+de+Agosto/@-2.8991549,-79.0097418,17z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x91cd18120f1e6585:0x5bf3194ef103ddbe!8m2!3d-2.8991549!4d-79.0075531?hl=es>
- Figura 6: Ubicación de la Plaza San Francisco, de la ciudad de Cuenca. Recuperado de: <https://www.google.com.ec/maps/search/plaza+san+francisco+cuenca/@-2.8984144,-79.0086976,17z/data=!3m1!4b1?hl=es>
- Figura 7: Ubicación del Museo de Paja Toquilla, de la ciudad de Cuenca. Recuperado de: <https://www.google.com.ec/maps/place/Museo+Del+Sombrero+De+Paja+Toquilla/@-2.9002731,-79.0091091,17z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x91cd181267d2654b:0xa674553d-9cea3f85!8m2!3d-2.9002731!4d-79.0069204?hl=es>
- Figura 8: Esquema del viento en la ciudad de Cuenca durante todo el año. Recuperado de: <https://es.weatherspark.com/y/19348/Clima-promedio-en-Cuenca-Ecuador-durante-todo-el-a%C3%B1o>
- Figura 9: Esquema de estudio del viento en el Mercado 10 de Agosto. Recuperado de: https://es.windfinder.com/forecast/cuen-ca_mariscal_lamar_aeropuerto
- Figura 10: Esquema de soleamiento en la ciudad de Cuenca. recuperado de: <https://es.weatherspark.com/y/19348/Clima-promedio-en-Cuenca-Ecuador-durante-todo-el-a%C3%B1o>
- Figura 11: Análisis de Soleamiento en la ciudad de Cuenca. Recuperado de: <https://es.weatherspark.com/y/19348/Clima-promedio-en-Cuenca-Ecuador-durante-todo-el-a%C3%B1o>
- Figura 12: "Gráfica de zonas del mercado por metro cuadrado planta baja" Fuente: Elaboración propia, 2022.
- Figura 13: "Esquema porcentual de trabajadores planta baja" Fuente: Elaboración propia, 2022.
- Figura 14: "Gráfica de zonas del mercado por metro cuadrado planta alta" Fuente: Elaboración propia, 2022.

- Figura 15: "Esquema porcentual de trabajadores planta alta" Fuente: Elaboración propia, 2022.
- Figura 16: "Mercado 10 de agosto, valor patrimonial" Recuperado de: GAP
- Figura 17: "Zonas tráfico, Planta Baja". Fuente: Elaboración propia, 2022.
- Figura 18: "Zonas tráfico, Planta Alta". Fuente: Elaboración propia, 2022.
- Figura 19: "Conceptualización de diseño" Fuente: Elaboración propia, 2022.
- Figura 20: "Moodboard de diseño" Fuente: Elaboración propia, 2022.
- Figura 21: "Decisiones propositivas" Fuente: Elaboración propia, 2022.

5.4 Crédito de Tablas

- Tabla 1. "Los mercados minoristas como motor para el desarrollo económico, social y cultural de una ciudad. Mejores prácticas para la modernización, dinamización y buena gestión de los mercados minoristas" Fuente: Elaboración propia tomando como referencia Alonso R., Estrada Nora M. y Sartorius A., 2008.
- Tabla 2: Matriz de diagnóstico. Fuente: Elaboración propia, 2022.
- Tabla 3: Datos de los profesionales de entrevistas realizadas. Fuente: Elaboración propia, 2022.
- Tabla 4: Datos generales del predio. Fuente: Elaboración propia, 2022.
- Tabla 5: " Organigrama Funcional actual del Mercado 10 de Agosto, Planta Baja". Fuente: Elaboración propia, 2022.
- Fuente 6: " Organigrama Funcional Actual del Mercado 10 de Agosto, Planta Alta". Fuente: Elaboración propia, 2022.
- Tabla 7: " Tabla de metros cuadrados por zona de servicio del Mercado 10 de Agosto - Planta Baja " Fuente: Elaboración propia, 2022.
- Tabla 8: "Tabla de metros cuadrados por zona de servicio del Mercado 10 de Agosto - Planta Alta ". Fuente: Elaboración propia, 2022.
- Tabla 9: " Estado de conservación actual, Área de Frutas ". Fuente: Elaboración propia, 2022.
- Tabla 10: " Estado de conservación actual, Área de Frutas ". Fuente: Elaboración propia, 2022.
- Tabla 11: " Estado de conservación actual, Área de Hortalizas ". Fuente: Elaboración propia, 2022.
- Tabla 12: " Estado de conservación actual, Área de Plantas Medicinales ". Fuente: Elaboración propia, 2022.
- Tabla 13: " Estado de conservación actual, Área de Carnes ". Fuente: Elaboración propia, 2022.
- Tabla 14: " Estado de conservación actual, Área de Abarrotes ". Fuente: Elaboración propia, 2022.
- Tabla 15: " Estado de conservación actual, Área de Bazares ". Fuente: Elaboración propia, 2022.
- Tabla 16: " Observación de campo: Estado de deterioro actual, puestos de venta Planta Baja ". Fuente: Elaboración propia, 2022.
- Tabla 17: " Observación de campo: Estado de deterioro actual, puestos de venta Planta Alta ". Fuente: Elaboración propia, 2022.
- Tabla 18: Elementos a considerar en homólogo. Fuente: Elaboración propia, 2022.
- Tabla 19: "Condiciones Funcionales del espacio a intervenir". Fuente: Elaboración propia, 2022
- Tabla 20: "Relación Espacio Usuario - Planta Baja ". Fuente: Elaboración propia, 2022
- Tabla 21: "Relación Espacio Usuario - Planta Alta ". Fuente: Elaboración propia, 2022
- Tabla 22: " Condiciones Funcionales, Zona de Frutas". Fuente: Elaboración Fuente: Elaboración propia, 2022
- Tabla 23: "Condiciones Funcionales, Zona de Hortalizas". Fuente: Elaboración propia, 2022
- Tabla 24: "Condiciones Funcionales, Zona de Plantas Medicinales". Fuente: Elaboración propia, 2022
- Tabla 25: " Condiciones Funcionales, Zona de Carnes". Fuente: Elaboración propia, 2022
- Tabla 26: "Condiciones Funcionales, Zona de Abarrotes". Fuente: Elaboración propia, 2022
- Tabla 27: "Resumen Condicionantes Funcionales". Fuente: Elaboración propia, 2022
- Tabla 28: " Condicionantes Ambientales Iluminación del Mercado 10 de agosto, Planta Baja". Fuente: Elaboración propia, 2022
- Tabla 29 " Condicionantes Ambientales Iluminación del Mercado 10 de agosto, Planta Alta". Fuente: Elaboración propia, 2022
- Tabla 30: " Condicionantes Ambientales Ventilación del Mercado 10 de agosto, Planta Baja". Fuente: Elaboración propia, 2022

- Tabla 31: " Condicionantes Ambientales Ventilación del Mercado 10 de agosto, Planta Alta". Fuente: Elaboración propia, 2022
- Tabla 32: "Resumen Condicionantes Tecnológicas". Fuente: Elaboración propia, 2022
- Tabla 33: "Artículos de Ordenanzas Patrimoniales, Cuenca - Ecuador" Recuperado de: <https://www.cuenca.gob.ec/>
- Tabla 34: "Resumen Condicionantes Expresivas". Fuente: Elaboración propia, 2022
- Tabla 35: " Resumen condicionantes de diseño". Fuente: Elaboración propia, 2022
- Tabla 36: " Materiales locales que aporten los principios de bioseguridad, tableros melaminicos RH" Recuperado de: <https://www.pelikano.com/catalogos/>
- Tabla 37:" Materiales locales que aporten los principios de bioseguridad, tableros melaminicos MDP". Recuperado de: <https://www.pelikano.com/catalogos/>
- Tabla 38: " Materiales locales que aporten los principios de bioseguridad, tableros melaminicos MDF". Recuperado de: <https://www.pelikano.com/catalogos/>
- Tabla 39: " Materiales locales que aporten los principios de bioseguridad, acero inoxidable". Recuperado de: https://www.elacero.com.ec/archivos/pdf/ACEROS_INOXIDABLES.pdf
- Tabla 40: " Materiales locales que aporten los principios de bioseguridad, vinil" Recuperado de: <https://www.imevi.com.ec/productos/vinilo-polimerico-kemica-/38>
- Tabla 41: " Materiales locales que aporten los principios de bioseguridad, pintura PINTULUX - ACUALUX". Recuperado de: <https://pintuco.com.ec/productos/esmalte-pintulux-acualux/>
- Tabla 42: "Materiales locales que aporten los principios de bioseguridad, Pintura epóxica Multiusos ICO". Recuperado de: <https://pintuco.com.ec/productos/epoxica-multiusos-ico/>
- Tabla 43: " Materiales locales que aporten los principios de bioseguridad, Porcelanato". Recuperado de: <https://www.graiman.com/familia/basic>
- Tabla 44: " Criterios generales de diseño". Fuente: Elaboración propia, 2022
- Tabla 45: " Organigrama propuesto del Mercado 10 de agosto, Planta Baja". Fuente: Elaboración propia, 2022
- Tabla 46: " Organigrama propuesto del Mercado 10 de agosto, Planta Alta". Fuente: Elaboración propia, 2022
- Tabla 47: " Revisión de Áreas de Alto Tráfico". Fuente: Elaboración propia, 2022
- Tabla 48: " Revisión de Áreas de Medio Tráfico" Fuente: Elaboración propia, 2022
- Tabla 49: " Revisión de Áreas de Medio Tráfico" Fuente: Elaboración propia, 2022
- Tabla 50: " Áreas de Alto Tráfico decisión en Piso, Pared y Cielo raso" Fuente: Elaboración propia, 2022
- Tabla 51: " Áreas de Medio Tráfico decisión en Piso, Pared y Cielo raso" Fuente: Elaboración propia, 2022
- Tabla 52: " Áreas de Bajo Tráfico decisión en Piso, Pared y Cielo raso" Fuente: Elaboración propia, 2022
- Tabla 53: " Áreas de Alto Tráfico decisión en Iluminación y Ventilación" Fuente: Elaboración propia, 2022
- Tabla 54: " Áreas de Medio Tráfico decisión en Iluminación y Ventilación"Fuente: Elaboración propia, 2022
- Tabla 55: " Áreas de Bajo Tráfico decisión en Iluminación y Ventilación"Fuente: Elaboración propia, 2022
- Tabla 56: " Áreas de Alto Tráfico decisión en Mobiliario por Módulo, Materiales, Medidas" Fuente: Elaboración propia, 2022
- Tabla 57: " Áreas de Medio Tráfico decisión en Mobiliario por Módulo, Materiales, Medidas" Fuente: Elaboración propia, 2022
- Tabla 58: " Áreas de Bajo Tráfico decisión en Mobiliario por Módulo, Materiales, Medidas" Fuente: Elaboración propia, 2022

5.5 ANEXOS

Entrevistas:

- De agosto, V. del M. (14 de febrero del 2022). [Entrevistado por M. Cornejo & M. Ortiz].
- Guerrero, F. (16 de febrero del 2022). [Entrevistado por M. Cornejo & M. Ortiz].

- Contreras, C. (18 de febrero del 2022). [Entrevistado por M. Cornejo & M. Ortiz].
- Martínez, J. (14 de febrero del 2022). [Entrevistado por M. Cornejo & M. Ortiz].
- Cordero, C. (15 de febrero del 2022). [Entrevistado por M. Cornejo & M. Ortiz].
- Velez, V. (14 de febrero del 2022). [Entrevistado por M. Cornejo & M. Ortiz].

Anexo 1 - Entrevista vendedoras del Mercado 10 de Agosto

- ¿Cuál es su nombre?
- ¿De dónde viene usted?
- ¿Cómo consigue sus productos?
- Después de sus horas de trabajo ¿cómo guarda sus productos?
- Hace cuánto tiempo trabaja aquí
- ¿Cuántas generaciones de su familia han trabajado aquí?
- ¿Le parece que el mercado es un espacio seguro?
- ¿Cree usted que se respetan las medidas contra el covid?
- ¿Le gusta el aspecto del mercado y de su puesto de trabajo? (medidas)
- ¿Siente que la organización de los puestos de venta es la correcta?

Resumen Entrevista Vendedoras

Se ha decidido mantener los nombres de las vendedoras en anonimato por derechos propios. A partir de entrevistas semiestructuradas a 5 vendedoras de diferentes puntos de venta se concluyó que 4 de las 5 vendedoras son de la ciudad de Cuenca, todas estas mujeres y casi la gran mayoría de los vendedores del mercado obtienen sus productos de la feria libre, otros consiguen sus productos en lugares como el mercado 3 de noviembre, al igual que compran ciertos elementos a proveedores de distintas partes del país y también en diversos establecimientos como el mercado anteriormente mencionado. Al realizar las preguntas, las vendedoras explicaron que cuando se terminan sus horas de trabajo, ellas dejan sus productos en sus puestos de trabajo y los cubren con fundas plásticas, sin embargo, expresaron que les gustaría tener un sistema más útil y moderno que cubra sus productos como por ejemplo las estructuras con puertas metálicas que se encuentran en el mercado del arenal. De la misma manera, se pudo observar que varias vendedoras llevan trabajando en el mercado muchos años, desde que son muy pequeñas ayudando a sus propias madres que tiempos atrás tenían sus puestos de trabajo dentro del mismo mercado conservando de generación en generación, otras de ellas se han ganado estos puestos con su arduo trabajo propio.

En cuanto a la seguridad dentro del Mercado 10 de Agosto, las vendedoras han expresado que es un espacio seguro y controlado por guardias de seguridad, del mismo modo resaltan que las medidas de bioseguridad se cumple, utilizando mascarilla, alcohol desinfectante, y siguiendo el reglamento por parte de administración de tener las dosis completas de vacunas para poder ingresar al espacio. Por otra parte, en temas estéticos y funcionales, las vendedoras se sienten satisfechas con sus puestos de trabajo, no obstante, han reflejado su deseo de mejorarlos si se da la posibilidad de hacerlo, sobre todo de tener un mobiliario apto para exponer sus productos de manera llamativa y ordenada, y de igual manera tener un espacio de trabajo cómodo, para así también lograr atraer a los clientes ya que una de las vendedoras mencionó que las ventas han disminuido en los últimos tiempos sobretodo por el tema del Covid-19 y otros elementos.

Anexo 2 - Entrevista Ing. Fabian Guerrero

- ¿Cuántos años lleva trabajando en el Mercado 10 de Agosto?
- Desde que comenzó a trabajar aquí usted ¿ha visto cambios positivos en el espacio?

- ¿Piensa usted que los puntos de venta están bien ubicados como por ejemplo el sector de venta de papas?
- ¿En qué condición considera usted que se encuentra la infraestructura del mercado en general como por ejemplo, las paredes, el piso, techo, etc?
- ¿Qué tipos de problemas identifica con relación a la organización general del mercado?
- ¿Cree usted que el mercado está equipado correctamente en relación con los problemas de bioseguridad actuales? (Covid-19)
- ¿Considera usted que la ventilación del mercado es la adecuada para manejar los distintos olores?
- ¿Cuáles considera que podrían ser las medidas necesarias para mejorar estos aspectos?
- ¿Cómo controlan ustedes a los vendedores ambulantes? y ¿cómo piensa que se podría evitar que esto pase?
- ¿Piensa que existen problemas de seguridad dentro del mercado?
- ¿Cómo se relacionan los vendedores entre ellos?
- ¿Qué fiestas tradicionales son las que más se celebran dentro del mercado?

Resumen entrevista Ing. Fabian Guerrero

Al entrevistar al Ing. Fabian Guerrero nos comentó que lleva trabajando a cargo de la administración del Mercado 10 de Agosto por aproximadamente 4 meses, él como encargado se ha enfocado en mejorar las zonas de trabajo de los comerciantes debido a que además de ser funcionario público él se dedica también a la construcción, indicando que el mercado tiene alrededor de 75 años de vida útil y ya ha entrado en un periodo de colapso por el número de habitantes que existe en la ciudad, siendo imposible lograr abastecer la cantidad de puestos por la clientela actual.

Además de esta información, cuenta acerca de las condiciones de la infraestructura, mencionando que hace alrededor de 5 años se cambió el cielo raso, arreglando fallas en tubería de agua potable y desagüe, por otra parte, también problemas organizacionales en el espacio interior como por ejemplo los puestos de trabajos son muy pequeños por lo que sería mejor ampliarles proporcionando la altura necesaria sin ocultar la iluminación y considerando sobretodo el tipo de producto que se vende para así brindar un correcto uso del mobiliario.

En términos de bioseguridad comentó que dentro del mercado las personas que lo habitan hacen uso de mascarillas, el lavado de manos y el uso pertinente de alcohol, adicional a esto los espacios cuenta con sistemas de ventilación natural en el que el aire circula de buena manera por medio de ventanas de barrotes de vidrio tratando de evitar los malos olores causados por la variedad de abastos que se ofertan dentro del mismo, sin incluir la zona de mariscos en donde si existe una lucha por tratar de mejorar los olores que se tiene en esta zona.

Al hablar de medidas ergonómicas para mejorar estos espacios el Ingeniero dijo que sería importante primero analizar estos espacios según el producto que se oferte, tratando de segmentarlos creando espacios continuos con productos de una misma categoría por zonas destinadas a los tiempos actuales.

Otro tema que se dialogó es un de los problemas más notorios que se evidencia en el mercado y es gracias a los vendedores ambulantes, nos comentó que es un tema diario que sucede en el mercado, el menciona que tratan de evitar este problema por guardias que se encargan de la seguridad, haciendo que la gente se sitúe en otros lados que no correspondan al área del mercado como tal, pero que a pesar de esto no se puede solucionar del todo llegando a causar problemas socioeconómicos.

Al hablar de seguridad como indica Guerrero actualmente hay muy buena seguridad, los comerciantes si ven algún acto de violencia dentro del mercado se apoyan entre ellos comunicando a los inspectores acerca de estas situaciones, estableciendo que la relación entre los vendedores en términos generales sea de un ambiente familiar.

Finalmente se le preguntó cómo él consideraría mejorar este espacio interior y dedujo que sería importante separar el espacio entre centro comercial y mercado de abastos para así evitar problemas de seguridad nocturna.

Anexo 3 - Entrevista Arq. Carlos Contreras

- Según sus conocimientos, ¿qué materiales de construcción pueden ser recomendados en temas de bioseguridad, resistencia y durabilidad en un espacio comercial/público como sería dentro del Mercado 10 de Agosto?
- ¿Cual de todos los materiales que mencionó anteriormente, pueden ser aplicados dentro de un mobiliario?
- ¿Usted considera que materiales como tableros melamínicos rh, mdp o mdf al igual que el acero inoxidable, la cerámica, el vinilo, la pintura intervínil antibacterial serían buenas opciones para reducir los microorganismos?

Resumen Entrevista Arq. Carlos Contreras

Para tener mayor conocimiento sobre materiales que aporten bioseguridad, durabilidad y resistencia que puedan ser aplicados dentro del Mercado 10 de Agosto el Arq. Carlos Contreras mencionó que pueden ser todos los que se utilizan actualmente, esto siempre y cuando tenga las capacidades de recubrirse o revestirse con pinturas o elementos que impidan la permeabilidad. Igualmente el Contreras señaló por otro lado que por el Covid-19 es importante tomar en consideración no utilizar materiales que absorban humedad, debido a que la sanitización es un factor importante para prever la presencia de microorganismos que invaden el espacio. Por esto consideró importante el sesgar los materiales que brinden sanitización entre superficies con menores juntas, no absorbentes, que repelen la humedad y de formatos grandes por temas de dilatación o comportamiento térmico. Igualmente mencionó que materiales que pueden brindar estas características son aquellos como el porcelanato, vidrio, mármol, polímero.

Al hablar de mobiliario Contreras señaló que se debe analizar la estática, soporte y resistencia del material, se refirió a la madera lacada o melamina como un ejemplo ya que explicó que es un material liviano y repele humedad, además añadió que al pensar en mobiliario dentro de un espacio público este debe adaptarse ergonómicamente a las necesidades que se requiera e igualmente a la forma determinada del espacio.

Adicional a esto sugirió el uso de materiales similares a los que se colocan en cocinas industriales o como en quirófanos debido a su alto grado de sanitización.

Anexo 4 - Entrevista Dr. Juan Martinez

- ¿Conoce usted la historia del Mercado 10 de Agosto y los datos más importantes en el ámbito cultural y social que nos pueda mencionar?
- Hablando de Cuenca, ¿cuáles considera usted que son los rasgos característicos que más resaltan la cultura de la ciudad?
- ¿Existen rasgos que han permanecido hasta hoy?
- ¿Qué símbolos se pueden considerar característicos de la cultura cuencana? y ¿cómo pueden ser identificados?
- Si pensamos en los mercados de Cuenca, específicamente en el Mercado 10 de Agosto, ¿cómo podríamos identificar estos símbolos y rasgos?
- En la contemporaneidad ¿siguen latentes estos elementos?
- Desde su punto de vista, ¿podemos correr el riesgo de generalizar la identidad dentro de un mercado?

- Al hablar de los mercados ¿Considera usted que las actividades culturales y tradicionales se vinculan con los elementos mencionados?
- ¿Piensa que hoy en día se le ha dado la importancia suficiente a dichas actividades y tradiciones?
- Con la información mencionada, como considera usted que podríamos mirar los rasgos y símbolos característicos de la cultura hoy en día para ponerlos en valor y que nos permitan trasladarlos a lo material.

Al partir de esta información se puede mencionar que los símbolos característicos dentro del mercado deben ser identificados desde una visión a la gente, a sus mismos vendedores, identificando a la historia pasada presente en la ciudad, sus habitantes y trabajadores.

Anexo 5 - Entrevista Ing. Diego Cordero

- ¿Nos podría contar un pequeño resumen acerca de la historia del Mercado 10 de Agosto?
- ¿Cómo era la infraestructura del mercado antes de su remodelación en el año 2004 y que materiales se encontraban en el mismo?
- Antes de esta remodelación, ¿cuál era el estado de la edificación?
- ¿Cuánto tiempo tomó dicha remodelación?
- ¿Qué aspectos se tomaron en cuenta para la remodelación? Por ejemplo aspectos sociales, culturales, económicos, organizacionales, etc.
- ¿Qué materiales fueron utilizados y por qué?
- Hasta el año actual, ¿cómo cree que se ha conservado el espacio?
- En el presente año, considera usted que se podrían dar mejoras para el funcionamiento del lugar?

Resumen entrevista Diego Cordero

En la entrevista realizada con el Ing. Diego Cordero, se comentó acerca de que el Mercado 10 de Agosto antes de su remodelación estaba en malas condiciones, sobre todo en términos de higienización, por lo que se tuvo que proceder a una desinfección por varios días para poder ingresar en el espacio.

Nos comenta que antes de la intervención el estado actual estaba abandonado por un tiempo para poder desinfectar el lugar, a raíz de esto fue habitado por un tiempo por personas sin hogar, llegando a completar el avance de la obra, en la planta baja se encontraban hierros de las estructuras de las losas y en las partes superiores habían 4 o 5 tipos de pisos colocados uno sobre otros con una carga muy pesada a la estructura, la infraestructura era un canchón, donde se encontraban con el uso de pequeños locales comerciales que daban a las calles laterales, se utilizan estos espacios más como bodegas y los vendedores solían pasar en la parte exterior del espacio, por otro lado, en la planta alta se usaba más para comedores populares y bodegas.

Asimismo nos comentó que la construcción antes de su remodelación fue bajo la alcaldía del Coronel Estrella y el Ing. Julio Portilla en donde utilizaron en los espacio materiales como el hierro liso, cerámicas, baldosas de cemento y sobre eso diferentes materiales.

Para la remodelación se comentó que la estructura como tal estaba en buenas condiciones, sin embargo en el interior se procedió a retirar capas adicionales como por ejemplo en pisos, mejorar las pendientes de la terraza con las medidas correctas y el tratamiento de la armadora de hierro usando productos para sellarlo, usando materiales como pórticos de hormigón en las zonas nuevas, pisos de porcelanato, mesones de cerámica importada desde Perú, estructuras modulares, fachada nuevamente elucida, sin aleros y la cubierta de policarbonato alveolar, el cual se tuvo que ir cambiando con el paso de los años pero inicialmente se pensó en Teja con tragaluces. La segunda planta mejoró mucho a partir de la remodelación, la cantidad de puestos estaban decididos por los mismos arrendatarios.

Los aspectos tomados en cuenta, fue por parte de los proyectistas el Arq. Augusto Pesantez y el Arq. Esteban Orellana, en donde se reunían con los dirigentes del mercado e iban diciendo la organización de las zonas del mercado dependiendo de sus necesidades, además, se tomó en cuenta para la planificación trabajar a la par con asociación de mujeres del mercado.

El tiempo en el que duró este proceso fue alrededor de 7-8 meses, logrando acabar en este tiempo a favor de que se trabajaba los 7 días de la semana.

Tal y como indica Diego, el estado actual del mercado en términos generales se ha conservado bien, como la colocación de un ascensor y gradas eléctricas, a pesar de esto el Ing. menciona que si se puede mejorar a través del diseño para así aprovechar turísticamente el espacio comenzando con el acceso al espacio interior.

Anexo 6 - Entrevista Dis. Verónica Vélez

- ¿Qué es el retail design para ti?
- ¿Existen diferencias entre el retail design y el retail merchandising?
- ¿Cuáles son los beneficios de ambos?
- ¿Qué aspectos o elementos ayudan a mejorar la imagen y la funcionalidad de un espacio?
- En cuanto a espacios patrimoniales, ¿cómo piensas tú que el retail design entra en juego, por ejemplo dentro de un mercado de abastos?
- ¿Qué elementos consideras que pueden ser herramientas claves para mejorar la venta de productos, mejorar la comunicación y atraer al público?
- ¿Qué tan importante crees que es el diseño interior para mejorar los ingresos de un local comercial y cómo crees que este influye en el éxito del mismo?

Resumen Entrevista Dis. Verónica Vélez

Al realizar la entrevista a la diseñadora Verónica Vélez menciona ella que hoy en día la sociedad se encuentra en una época donde la adquisición de bienes ya no solo se refiere a solo con las necesidades de los individuos, sino también con la conexión o el vínculo que se logre generar entre marca y consumidores, por lo que el motivo debe ser desarrollar un concepto único y diferente, que permita lograr un alto impacto y determinar cómo es la identidad de la propuesta de la marca, por lo tanto menciona que el diseño comercial se enfoca en los negocios y se inspira en las tendencias sociales y de consumo combinando con aspectos de diseño de interiores, arquitectura, diseño gráfico, publicidad, marketing, ventas y productos para crear un espacio comercial.

Al fusionar el retail design y el retail merchandising fue necesario preguntar a Vélez cual es la diferencia entre ambas, respondiendo así que el visual o retail merchandising es una herramienta indispensable para los proyectos comerciales en donde su enfoque es la venta a sus consumidores que visiten el espacio comercial para que logren comprar entre uno o varios artículos, es la manera eficiente de exhibir los productos en el área de venta asignada, facilitando la búsqueda del producto, mientras que por otro lado el retail design o el diseño de experiencias es una fuente de innovación en procesos del desarrollo de proyectos, donde se debe prevalecer las emociones y fantasías, cuyo objetivo principal es crear experiencias durante la compra, por lo que menciona que los aspectos o elementos que ayudan a mejorar la imagen y la funcionalidad del espacio como conocer la superficie de la venta para la circulación y zonificación (layout), asociar necesidades con relación a la distribución del producto (visual merchandising) y utilizar la mejor herramienta de comunicación con el cliente, creando una experiencia diferente de compra e incluir señalización clara e informativa.

Considerando que el Mercado 10 de Agosto está considerado como un inmueble patrimonial es necesario saber las pautas en los que se pueden intervenir por esta razón Vélez indica que el retail entra en juego por ejemplo generando una buena circulación (factor clave), también logrando una exhibición innovadora de los productos y un concepto innovador en el espacio, respetando siempre las normas aplicadas dentro de los espacios patrimoniales.

Abstract of the project

Title of the project Interior design as a tool for the enhancement of the cultural identity on commercial facilities

Project subtitle Mercado 10 de Agosto of the city of Cuenca

Summary:

The project proposes the redesign of the Mercado 10 de Agosto in the city of Cuenca, and bases its proposal on the historical analysis of the building and the cultural and traditional erentes of the area, the project seeks to give a new concept to this important commercial space enhancing the identity value of the city and its inhabitants, as well as, solve problems detected in the diagnosis made and provide biosecurity measures. Tools such as visual merchandising and retail design are applied that provide new strategies for the sale of products and a better user experience.

Keywords Interior Design, Public Equipment, Supplies Market, Culture, Identity.

Student Cornejo Talbot Manuela

C.I. 0104785274 **Código:** 83925

Student Ortiz Llerena Martina Isabel

C.I. 0106059918 **Código:** 87591

Director Arq. Manuela Cordero Salcedo

Codirector:

Para uso del Departamento de Idiomas >>>

Revisor:

N°. Cédula Identidad



DIRECCIÓN DE
PLANIFICACIÓN
TERRITORIAL

Oficio Nro. DGPT-0614-2022
Cuenca, 16 de febrero de 2022

Señorita
Manuela Cornejo Talbot
Presente.

De mis consideraciones

En atención al oficio EXT-3229-2022 de fecha 02 de febrero de 2022, en la que estudiantes del séptimo ciclo de la carrera de diseño de interiores de la Universidad del Azuay, y la docente, Directora de trabajo de fin de carrera, Manuela Cordero Salcedo, solicitan información de archivos digitales de los planos arquitectónicos del Mercado municipal 10 de Agosto.

Se revisó y verificó en los archivos digitales que reposan en la Unidad de Planes Programas y Proyectos - UPPP, de la Dirección a mi cargo, sobre el Mercado Municipal 10 de Agosto, con base a la solicitud realizada, se procede a la entrega en CD digital con la información solicitada.

Anexo Cd-digital Físico.

Sin otro particular.

Atentamente,



Arq. Cristóbal Leonel Chica Martínez
DIRECTOR GENERAL DE PLANIFICACION TERRITORIAL

Referencias:
- EXT 3229 2022

Anexos:
- 3229.pdf

NUT: IMC 2022-9136

DPC/aea

UNIDAD DE
PLANIFICACION
TERRITORIAL

Av. 24 de Mayo 1540
Cuenca (P.O.)
Teléfono: 4234000 Ext. 3400
Cuenca, Ecuador
www.cuencagub.ec

@MunicipioCuenca
@MunicipioDeCuenca



DIRECCIÓN DE
PLANIFICACIÓN
TERRITORIAL

Oficio Nro. DCPT-0614-2022
Cuenca, 16 de febrero de 2022



UNIDAD DE
PLANIFICACION
TERRITORIAL

Av. 24 de Mayo 1540
Cuenca (P.O.)
Teléfono: 4234000 Ext. 3400
Cuenca, Ecuador
www.cuencagub.ec

@MunicipioCuenca
@MunicipioDeCuenca

