

Área: Ciencias Sociales  
Disciplina: Arquitectura  
Tipo de artículo: Artículo original

## Diseño de mercado municipal en sector de Flor de Bastión como eje de desarrollo socioeconómico

### Autores

Bolívar de Jesús Tingo Molina 

### Afiliación institucional

a. Universidad de Especialidades Espíritu Santo.

### Identificación de la responsabilidad y contribución de los autores

El autor declara haber contribuido de forma similar en la idea original, diseño del estudio, recolección de dato, análisis de datos, redacción del borrador y redacción del artículo (TMB).

### Correspondencia

Bolívar de Jesús Tingo Molina, Universidad de Especialidades Espíritu Santo. Samborondón, Ecuador.

**Fecha de envío:** 15/06/2020

**Fecha de aprobación:** 25/07/2020

**Fecha de publicación:** 05/09/2020

### Fuente de financiamiento

El autor no recibió fondos específicos para este trabajo.

### Conflicto de interés

El autor declara no tener conflictos de interés con la publicación de este artículo.

### Citación sugerida

Tingo-Molina B de J. Diseño de mercado municipal en sector de Flor de Bastión como eje de desarrollo socioeconómico. *Rev. Cien. Ec.* [Internet]. 5 de septiembre de 2020;2(4):14-19. doi: 10.23936/rce.v2i4.21

### Resumen

**Introducción:** los sectores marginales de una ciudad son lugares con alto potencial de crecimiento y se los considera espacios para la inversión pública por parte de los Gobiernos Autónomos Descentralizados (GAD), en los cuales se observa la persistencia de necesidades insatisfechas (servicios básicos) en el desarrollo urbano de una ciudad. **Materiales y métodos:** es un estudio descriptivo, cualitativo, transversal, a través de la elaboración y llenado de entrevistas, ficha de observaciones y plano, con la finalidad de desarrollar una propuesta arquitectónica para nuevo centro de comercio de víveres en la ciudad de Guayaquil. **Resultados:** entre las entrevistas, fichas de observación y planos se encontraron cuáles son los requerimientos para la construcción y su localización según la demanda, observándose una concentración de mercados municipales en el casco urbano de la ciudad en comparación con la periferia (sectores marginales). **Conclusión:** el presente estudio busca satisfacer las necesidades insatisfechas del sector analizado, proponiendo un nuevo diseño arquitectónico, para la construcción de un mercado municipal por parte del GAD de Guayaquil, a fin de mejorar la falta de estos espacios en la ciudad.

**Palabras clave:** crecimiento demográfico, desarrollo urbano, marginalismo, consumidor, necesidades básicas;

*Municipal Market Design in the sector of Flor de Bastión as a focal point of socio-economic development***Abstract**

**Introduction:** the marginalized sectors of a city are places with high potential for growth, which are considered spaces for public investment by the Decentralized Autonomous Governments (GAD), where the persistence of unsatisfied needs (basic services) can be observed in the urban development of a city. **Materials and methods:** This descriptive, qualitative, transversal study trade center in the city of Guayaquil. **Results:** between the interviews, observation sheets and plans it was found the requirements for the construction and its location according to the demand, being observed a concentration of municipal markets in the urban area of the city in comparison with the suburbs (marginal sectors). **Conclusion:** this study attempts to satisfy the unsatisfied needs of the analysed sector, by proposing a new architectural design, for the construction of a municipal market by the GAD of Guayaquil, in order to improve the lack of these spaces in the city.

**Keywords:** population increase, urban development, marginalism, consumers, basic needs;

**Abstrato**

**Introdução:** os setores marginalizados de uma cidade são locais com alto potencial de crescimento, considerados espaços de investimento público pelos Governos Autônomos Descentralizados (GAD), onde se observa a persistência de necessidades não satisfeitas (serviços básicos) no desenvolvimento urbano de uma cidade. **Materiais e métodos:** Trata-se de um estudo descritivo, qualitativo, transversal que, por meio da elaboração e realização de entrevistas, fichas de observação e planos, com o objetivo de desenvolver uma proposta arquitetônica para um novo centro comercial de alimentos na cidade de Guayaquil. **Resultados:** entre as entrevistas, fichas de observação e planos foram encontrados os requisitos para a construção e sua localização de acordo com a demanda, sendo observada uma concentração de mercados municipais na área urbana da cidade em comparação com os subúrbios (setores marginais). **Conclusão:** este estudo busca atender às necessidades não satisfeitas do setor analisado, propondo um novo projeto arquitetônico, para a construção de um mercado municipal pelo GAD de Guayaquil, a fim de sanar a carência desses espaços na cidade.

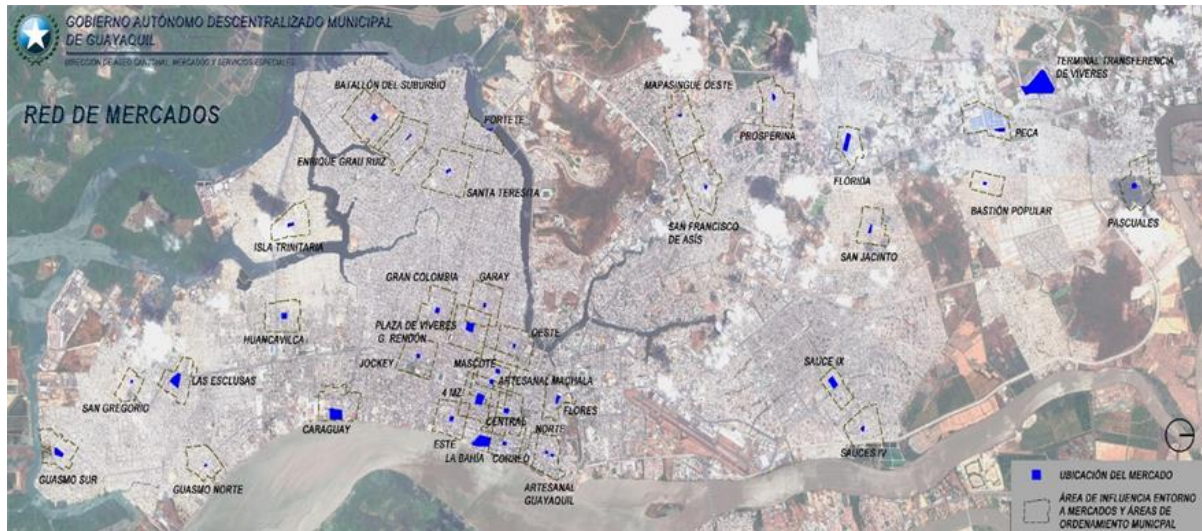
**Palavras-chave:** aumento populacional, desenvolvimento urbano, marginalismo, consumidores, necessidades básicas;

**Introducción**

Los mercados municipales tradicionales son objetos arquitectónicos que buscan satisfacer la demanda de los habitantes de un sector, donde su organización y funcionalidad responde a la dinámica del entorno inmediato (Salinas Arreortúa, 2016); a su vez, constituyen espacios comerciales para la distribución de alimentos en zonas urbanas (Castillo Girón, Ayala Ramírez, Vargas Portillo, & Monroy Antón, 2015); y, por último, son objeto del análisis en las transformaciones sociales en la vida de las personas por el intercambio económico generado (Robles, 2014) y en especial por el impacto que se presenta en la ciudad (Crespi Vallbona & Domínguez Pérez, 2016).

Las transformaciones por el impacto de los mercados municipales en el casco urbano de

la ciudad de Guayaquil, durante el siglo XX revelan un desarrollo concéntrico, y se puede apreciar la ausencia de estos objetos arquitectónicos en los sectores periféricos (figura 1). El GAD es la autoridad competente en los temas que atañe regulación y planeación urbana, y uno de sus objetivos es satisfacer las necesidades básicas insatisfechas (NBI) para los ciudadanos. Para ello, debe actuar con eficiencia lo cual se traduce en obras (servicios básicos y mercados), generando empleo y progreso, tomando en consideración una buena distribución de los espacios, de manera justa y equilibrada, para el desarrollo de las actividades humanas en el sector (GAD Municipio de Guayaquil, 2015).



**Figura 1. Red de Mercados de la ciudad del perímetro urbano de Guayaquil.** Se observa en color azul los mercados municipales que se encuentra en funcionamiento en la urbe. Fuente: *Municipalidad de Guayaquil, 2015.*

### Materiales y métodos

El presente de estudio es de tipo descriptivo, cualitativo, transversal, efectuado entre enero a junio de 2016, en el sector de Flor de Bastión que, para la fecha de realizado este estudio, se estimaba una población aproximadamente 66.449 personas (INEC, 2010). El sector se encuentra ubicado al noroeste de la ciudad, en el km 27 de la vía

Perimetral, cerca del sector El Fortín. En la figura 2, se puede constatar el mercado informal generado en la zona, como consecuencia de la falta de espacios para el comercio y la ausencia de servicios básicos, donde sus habitantes con NBI buscan desarrollar actividades para subsistir.



**Figura 2. Sector del objeto de estudio, Flor de Bastión.** Se visualiza el desarrollo comercial de forma empírica y falta de coberturas de las NBI.

Para el desarrollo del estudio se realizó una entrevista al subdirector de Proyectos

Específicos del Municipio de Guayaquil, con la finalidad de conocer el desarrollo de los

mercados municipales en la ciudad, y parámetros de construcción de estos objetos arquitectónicos. Se empleó ficha de observación en sitio con el motivo de determinar la ubicación apropiada, para la construcción del mercado municipal.

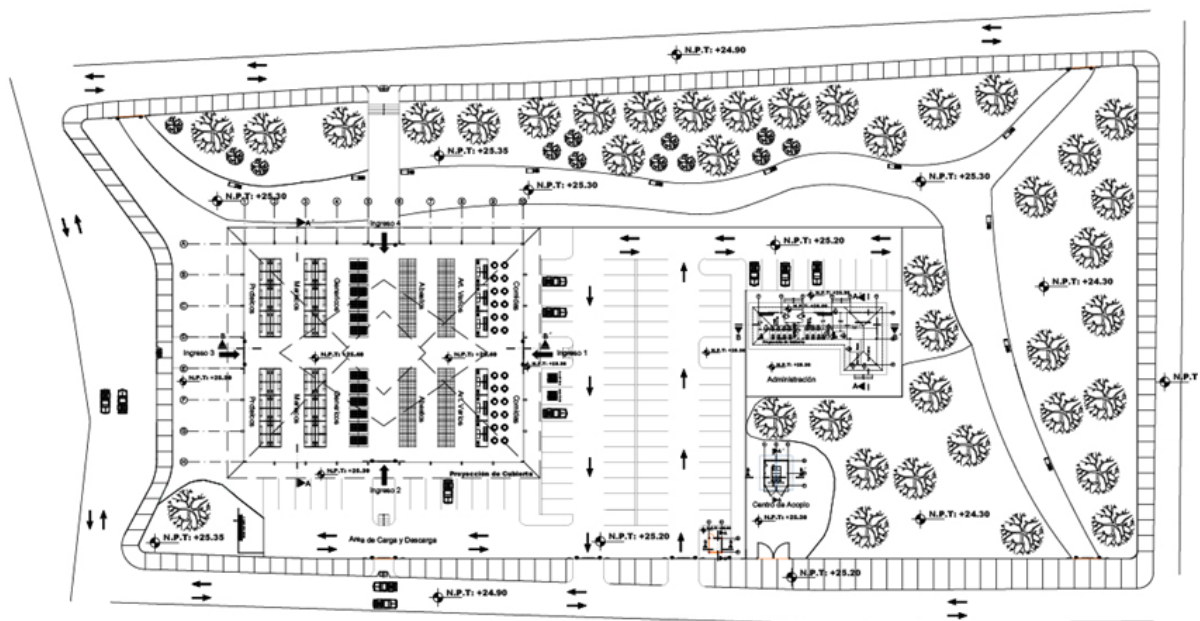
Para los efectos, se realizó una búsqueda de los referentes en el metabuscador de Google académico en el intervalo de tiempo 5 años, obteniéndose 3 artículos relacionados con el objeto de la presente investigación; por ello, se amplió la búsqueda a 6 años, pudiendo encontrar un artículo adicional relacionado a la temática de estudio.

### Resultados

Referente a la entrevista, se obtuvieron las tipologías que tiene los mercados de Guayaquil, así como, las normativas de construcción de mercados (alturas, coeficientes de ocupación de suelo [COS], coeficientes de utilización de suelo [CUS], detalles constructivos de: puestos de locales comerciales [abastos, mariscos, comidas, proteicos, entre otros], tipo de fachadas

[rejas metálicas con sus dimensiones y formas específicas] y áreas de servicios [baños y espacios administrativos].

En relación a la ficha, se pudo determinar una ubicación idónea, la cual responde a los siguientes parámetros: viales [calles principales y secundarias], accesos al mercado, topografía, cantidad de locales comerciales, análisis de insolación y vientos, espacios de equipamiento urbano [religioso, deportivo, educativo, de seguridad, entre otros], análisis de casos nacionales e internacionales [mercado Casuarina, Guayaquil, Ecuador; Mercado de San José / La Boquería, Barcelona, España]. Con base a la información recopilada, se desarrolló la propuesta arquitectónica que se describe en la figura 3, la cual consiste en un mercado municipal en un área de 19.608,04 m<sup>2</sup> de terreno que cuenta con 144 locales comerciales, 83 parqueos, 1 entrada vehicular, 4 accesos peatonales, 1 centro de acopio, 1 área de servicio y lleno de vegetación, que se adapta a la topografía del terreno.



**Figura 3. Plano General Esquemático del Proyecto.** Se observa la propuesta de mercado para el sector de Flor de Bastión.

Esta propuesta sería un nuevo motor económico en este sector, además, buscaría la rehabilitación del espacio público a través de un espacio comercial, lo que cambiaría Flor de Bastión como zona informal a una zona formal. Finalmente, sería el inicio de futuros proyectos urbanos para dotar de servicios básicos y erradicar las NBI.

### Discusión

En el análisis de Rodríguez (2014), la categorización de los mercados desde la perspectiva comercial, la principal variable para la existencia de un mercado, este debe convertirse en una locomotora a través de nuevos productos y servicios en ellos; también desde lo económico, la inversión ya sea de forma parcial o total en las diferentes escalas, se encuentra en fase de anteproyecto para ir hacia el aspecto comercial.

En el estudio de Crespi y Domínguez (2016) con respecto a los casos de los modelos de mercados tradicionales de Barcelona y de Madrid, estos objetos arquitectónicos fueron modernizados y remodelados, con el objetivo de generar competitividad e incremento de demanda de la ciudadanía e impulsar el turismo.

En la investigación de Salinas (2016), la transformación del mercado San Antón generó la reorganización socioespacial y revalorización de los suelos (gentrificación) del barrio de Chueca, e impactó en los establecimientos comerciales aledaños; el principal objetivo de la transformación del mercado de Los Mostenses es una reestructuración de clase dentro de un espacio comercial para una población de consumo.

En el análisis de García, Rodríguez y Maiello (2016) acerca de la transformación selectiva en la red de mercados municipales, mencionaron que esta depende de la demanda de consumidores y los mecanismos de inversión para ejecutar las distintas renovaciones en diferentes escalas con distintos resultados, lo cual genera una desigual en la red de mercados municipales.

Con referencia a los consultados, se puede determinar que la ejecución de los proyectos de remodelación y/o construcción de mercados municipales (donde como producto primario se logra la mejora de la infraestructura urbana, lo cual a su vez tiene un impacto positivo en el entorno inmediato, a través de la demanda social de nuevos productos y servicios; así como del turismo que se genera de un nuevo centro urbano), se traduce en el incremento de la competitividad de los comercios con el consecuente desarrollo socioeconómico y revalorización de los suelos aledaños.

Con base en los resultados del presente estudio, es recomendable la construcción de mercados municipales en las periferias de las urbes, con la finalidad de lograr un desarrollo socioeconómico de manera paulatina; ya que con la ejecución de este tipo de proyectos, el mercado municipal se convertiría en el nuevo polo de desarrollo urbano del sector, para así lograr una mejora en la calidad de vida de sus habitantes, dotación de servicios básicos y dinamizar la economía en el área de la que se ubique.

### Conclusión

En virtud a lo antes expuesto, se considera factible la creación de mercados municipales en las periferias de las urbes, por la existencia del suelo urbano, la oportunidad de satisfacer NBI, desarrollo socioeconómico

y urbano, revalorización de suelo; además, el potencial beneficio hacia los habitantes del sector al generar inversión y fuentes de empleos, lo cual mejorará la calidad de vida de las personas.

Asimismo, a través de un mercado municipal en el sector de Flor de Bastión, se obtendría rentabilidad hacia el GAD de Guayaquil mediante las recaudaciones generadas del mismo por las actividades comerciales y plusvalía hacia los terrenos aledaños; la consideración por parte de la inversión privada en el sector, obtendría una utilidad considerable por el impulso de los sectores de la construcción y el comercio que deberá ser adaptable hacia la realidad de los habitantes y de los posibles arrendatarios de los locales, tomando en consideración las normas municipales vigentes.

### Referencias

1. Castillo Girón, V. M., Ayala Ramírez, S., Vargas Portillo, P., & Monroy Antón, A. J. (2015). Los mercados municipales de la zona metropolitana de Guadalajara: condiciones actuales y opciones de mejora. *Revista Internacional del Mundo Económico y del Derecho*, 1-46.
2. Crespi Vallbona, M., & Domínguez Pérez, M. (2016). Los mercados de abastos y las ciudades turísticas. *Universidad Complutense de Madrid (España)*, Vol. 14 N.2. 401-416.
3. GAD Municipio de Guayaquil. (2015). *Red de Mercados*. Guayaquil.
4. García Pérez, E., Rodríguez Sebastián, A., & Maiello, V. (2016). La transformación de los mercados municipales de Madrid: nuevas fronteras de la gentrificación comercial. *Alteridades*, 26(51), 43-56.
5. Guardia, M., & Oyon, J. (2007). Los mercados públicos en la ciudad contemporánea: el caso de Barcelona. *Biblio 3W. Revista Bibliográfica de Geografía y Ciencias Sociales*, vol. XII, núm. 744, p. 1-11.
6. INEC. (2010). *Censos de Población y Vivienda*. Quito, Ecuador.
7. Robles, J. (2014). Mercados municipales y tecnologías digitales: entre el e-comercio y nuevas formas de convivialidad. *Anthropologica [online]*, vol.32, n.33, pp.137-161.

8. Rodríguez Sebastián, A. (2014). (Tesis de maestría) La transformación de los mercados municipales de Madrid. Análisis legislativo, comercial y económico de los mercados de abastos madrileños. Territorios en formación, n. 7, p. 86-102.
9. Rojas, M., & Villavicencio, G. (1988). El proceso urbano de Guayaquil, 1870-1980. Quito: Corporación de Estudios Regionales-Guayaquil.
10. Rojas, M., Villavicencio, G., Becker, A., & Chang, L. (1989). El mercado del suelo urbano y barrios populares en Guayaquil. Guayaquil: Corporación de Estudios Regionales-Guayaquil.
11. Salinas Arreortúa, L. (2016). Transformación de mercados municipales de Madrid. De espacio de consumo a espacio de esparcimiento. Revista INVI, 31(86) 179-201.
12. Sánchez Gallegos, B. P. (2015). (Tesis de maestría) Mercado de suelo informal y políticas de hábitat urbano en la ciudad de Guayaquil. Quito: Flacso Ecuador.
13. Villavicencio, G. (2011). Las invasiones de tierras en Guayaquil: historia y coyuntura política. La Tendencia, 4-8.
14. Villavicencio, G. (2012). Políticas públicas y renovación urbana en Guayaquil: las administraciones socialcristianas (1992-2000). Universitas. Revista de Ciencias Sociales y Humanas, (17).