PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

FACULTAD DE HÁBITAT INFRAESTRUCTURA Y

CREATIVIDAD

CARRERA DE ARQUITECTURA

DENUNCIA DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

REGENERACIÓN DEL MERCADO PARROQUIAL SAN ANTONIO DE PICHINCHA

Volumen I

JORDAN SANTIAGO POZO CALDERÓN

DIRECTOR: ARQ. PATRICIO GUERRERO

QUITO – ECUADOR

JUNIO 2026

Presentación:

El Trabajo de Integración Curricular: Regeneración Del Mercado Parroquial San Antonio De Pichincha se entrega con el siguiente

Contenido:

Volumen I: Investigación como sustento al proyecto arquitectónico.

Volumen II: Planimetría y memoria gráfica del proyecto arquitectónico.

Dedicatoria:

Dedico este trabajo en primer lugar a Dios, por brindarme la fortaleza y la sabiduría para superar esta etapa de mi vida, y saberme guiar por el camino correcto.

A mis padres por su amor incondicional, su esfuerzo constante y a la confianza que siempre depositaron en mí. Gracias por ser mi mayor inspiración y por enseñarme que el trabajo, la perseverancia y la humildad son base para alcanzar cualquier meta.

A mi hermano y hermana por su amor incondicional, y haberme brindado apoyo, motivación y palabras de aliento en los momentos difíciles.

Finalmente, dedico este trabajo a mi mismo, como resultado del compromiso, la dedicación y el esfuerzo invertidos para convertir un sueño en una realidad, y así dar un paso más hacia mi formación como arquitecto.

Agradecimiento:

Expreso mi más sincero agradecimiento a mi tutor de tesis, por su orientación, dedicación y valiosos aportes durante el desarrollo del proyecto, y destacar su amistad en el proceso.

A mis amigos y compañeros de la facultad que supieron brindarme consejos y observaciones en mi periodo como estudiante de la carrera.

A docentes de la FHIC quienes contribuyeron a mi formación académica y profesional a lo largo de toda mi etapa de aprendizaje.

A los Arquitectos y profesionales con quien realice mis prácticas por mostrarme como funciona la vida profesional.

A la universidad por brindarme las herramientas y el espacio para alcanzar mi meta.

INDICE

Dedicatoria: 3
Agradecimiento: 4
LISTADO DE FIGURAS 8
Línea de investigación. 9
Introducción: El mercado como infraestructura social 9
Nodos urbanos: Puntos de encuentro y articulación. 9
Planteamiento del problema o antecedentes 10
Análisis del sector: Ejes viales y su funcionamiento 10
Equipamientos y el papel del mercado 11
Justificación e importancia 12
Enfoque del proyecto 13
Alcance del proyecto 13
Ubicación arquitectónica y relación urbana 14
Tipología y organización espacial 14
Espacio público y carácter arquitectónico 15
Funcionamiento y accesibilidad 15
Alcances y límites del proyecto 15
Objetivos 15
Objetivos específicos 16
Metodología 16
- **Fase de levantamiento de información** 16
- **Fase de análisis urbano** 17
- **Fase de análisis tipológico y referencial** 17
- **Fase de síntesis y formulación proyectual** 17
- **Fase de definición y tipología del proyecto.** 18

Aportes de los referentes seleccionados 18
A. Mercado Santa Caterina (Barcelona, España) 19
B. Mercado 9 de Octubre (Cuenca, Ecuador) 19
C. Huimanguillo Market (Tabasco, México) 20
1. CAPÍTULO 1. MARCO CONTEXTUAL URBANO 21

1.1 Contexto territorial 21
1.2. Evolución histórica y crecimiento urbano 23
1.3. Estructura urbana de la parroquia 25
1.4. Sistema de movilidad y conectividad 26
1.5. Sistema de equipamientos 28
1.6. Área de intervención 34
1.7. Diagnóstico del Mercado Parroquial actual y Síntesis diagnóstica urbana 35
2. CAPÍTULO 2. COMPONENTE SOCIAL Y ECONÓMICO DEL PROYECTO 39
2.1. Caracterización poblacional 39
2.2. Contexto sociocultural 40
2.3. El mercado como infraestructura social 41
2.4. Análisis de usuarios 42
2.5. Necesidades y requerimientos 43
2.6. Programa arquitectónico 45
2.7. Síntesis social y programática 46
2.8. Referentes arquitectónicos 46
Mercado Santa Caterina (Barcelona, España) 47
Mercado 9 de Octubre (Cuenca, Ecuador) 47
Mercado Huimanguillo (México) 48
Criterios adoptados para el proyecto 49
3. CAPÍTULO 3. ESTRATEGIAS DE INTERVENCIÓN URBANA Y ARQUITECTÓNICA 50
3.1. Fundamentación conceptual 50
3.2. Estrategias de intervención urbana 51
3.3. Estrategias de implantación 52
3.4. Estrategias arquitectónicas 53
El partido arquitectónico: un conector poroso 54
Zonificación y control de flujos 54
Organización funcional por gradientes 55
Jerarquización del espacio 55
Elementos flexibles y arquitectura evolutiva 56

3.5. Estrategias técnico-constructivas 56
Esqueleto estructural y grandes luces 57
La cubierta como dispositivo ambiental 57
Criterios de sostenibilidad pasiva 57
3.6. Criterios de diseño resultantes 58
Conexión con la ciudad 59
Funcionamiento del espacio 60
BIBLIOGRAFIA 63

LISTADO DE FIGURAS

Línea de investigación.

Introducción: El mercado como infraestructura social

Los mercados a lo largo de la historia han sido espacios vitales para el abastecimiento y el encuentro comunitario de las personas (Jacobs, 1961). Sin embargo, no hay que pensar que estos equipamientos solo mantienen este rol con la ciudadanía, sino que constituyen un sistema dinámico social en donde se cruzan diferentes aspectos culturales, urbanos y económicos (Gehl, 2010). También cabe resaltar que una infraestructura de este tipo al paso del tiempo se ve obligada a adaptarse simultáneamente al cambio de movilidad, consumo y convivencia, por lo que los mercados han ido mutando desde plazas abiertas a equipamientos más complejos que convergen en diferentes formas de ocupar el espacio, que no solo son para el abastecimiento (Rosi, 1982). Con este contexto mencionado anteriormente, se procederá a analizar el rol del Mercado Parroquial San Antonio de Pichincha, el cual nos permitirá comprender su actual deterioro funcional y fomentar su potencial como un nuevo articulador urbano en el sector. El proyecto se propone reimaginar el concepto de mercado dotándolo de características contemporáneas, accesibles y sobre todo que sea socialmente activo.

Nodos urbanos: Puntos de encuentro y articulación.

En términos urbanos, según Lynch (1960), un nodo es un punto de concentración en donde usualmente convergen diferentes aspectos como pueden ser, flujos peatonales, flujos comerciales, flujos vehiculares, lo que provoca una estructura y organización clave para la ciudad. Los lugares o espacios que se forman en estos nodos resultan beneficiosos para la ciudad, debido que se desarrolla de manera más efectiva una relación social, comercial y de encuentro en el espacio urbano (Panerai et al., 1997). Con esto en mente podemos decir que los nodos más importantes en San Antonio de Pichincha se ubican en los cruces de sus ejes principales: La Av. Manuel Córdova Galarza, la Av. Equinoccial y finalmente la calle 13 de junio. Por lo contrario, como se mencionó anteriormente, estos cruces deberían organizar y facilitar la vida urbana propia del lugar, pero en la actualidad operan de una manera divorciada, fragmentando así una correlación de la parroquia, dando como resultado

la necesidad de una reorganización o tratamiento de los nodos en el sector de la parroquia de San Antonio de Pichincha.

Planteamiento del problema o antecedentes

Análisis del sector: Ejes viales y su funcionamiento

San Antonio de Pichincha se puede estructurar en tres ejes principales con respecto a las características dichas por Panerai et al. (1997).

Av. Manuel Córdova Galarza: esta avenida se la considera uno de los ejes principales debido que es la encargada de conectar la parroquia de San Antonio de Pichincha con Pomasqui y a su vez a Quito. El punto débil de este eje es principalmente que es una vial colectora la cual entra en conflicto con la actividad local, lo que provoca de cierta forma una fragmentación de la parroquia y tensión entre movilidad vehicular y peatonal.

Av. Equinoccial: en el contexto de san Antonio de pichincha la Av. Equinoccial resulta ser un eje simbólico para el lugar, debido que es el encargado de conectar de forma directa lo que es el monumento a la mitad del mundo con el centro de la parroquia. Cabe resaltar que el monumento a la mitad del mundo es uno de los hitos más importantes del Ecuador. Pero a su vez, si bien este eje es importante por la conexión que tiene, presenta problemas como falta de espacios públicos y la ausencia de un remate arquitectónico.

Calle 13 de junio: para el corazón de la parroquia de san Antonio es el eje más importante, ya que este eje conecta toda la parroquia de manera longitudinal, además se concentra la mayor cantidad de flujos, en el ámbito social, comercial y económico, pero tiene sus falencias al no estar pensado o desarrollado para estas actividades, por lo que salen a la luz distintos problemas como lo es la ocupación indebida de las veredas para vendedores ambulantes, lo que perjudica la movilidad peatonal, y el parqueo irregular de los automóviles en la calle que generan un colapso en el sistema vial.

Sin embargo, los cruces de estos ejes terminan resultando en nodos críticos en donde se emplazan residentes, comerciantes, turistas y circulación del transporte público, la cual no cuenta con la infraestructura adecuada para la carga urbana del crecimiento en el sector (Lynch, 1960).

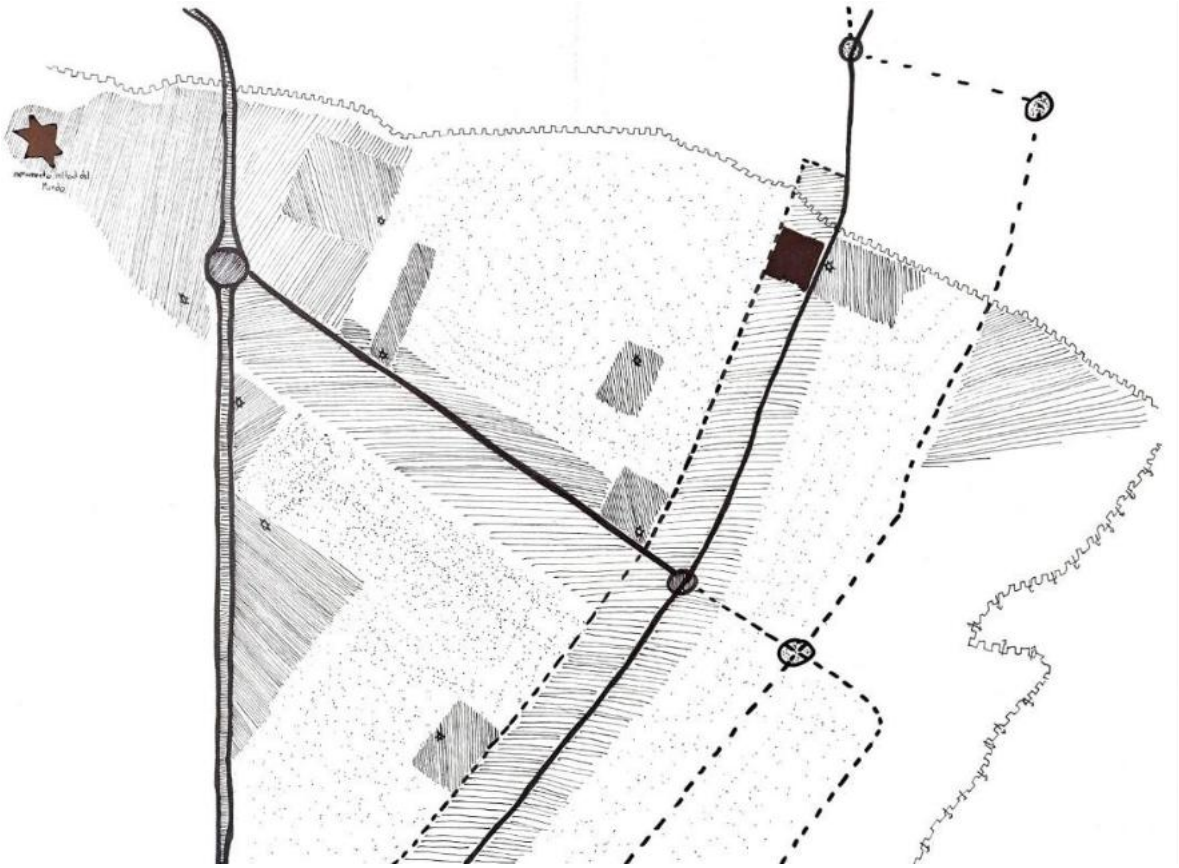


Figura1: *Ejercicio Imagen de la ciudad según Kevin Lynch. Imagen propia*

Equipamientos y el papel del mercado

En el caso de San Antonio de Pichincha cuenta con equipamientos culturales, educativos y de salud que cubren parcialmente con la mancha urbana existente en el sector, y a su vez cumpliendo con su respectivo rol dentro de la organización de la parroquia, (Municipio del DMQ, 2020). Sin embargo, el mercado parroquial que es el principal equipamiento de abastecimiento presenta diversas deficiencias, como por ejemplo su infraestructura precaria, debido que, a su uso limitado como equipamiento, funcionando así dos días por semana para el abastecimiento de la parroquia, y falta de una infraestructura que permita la protección contra los factores climáticos, carencia de baños accesibles y problemas de carga y descarga que afecta a la movilización vehicular.



Figura 2: *Radio de influencia de equipamiento de abastecimiento. Imágen propia.*

Por ello, el equipamiento de mercado no es apto para un correcto abastecimiento de la población y se demanda la regeneración de un nuevo mercado que sea funcional, además, que esté preparado para enfrentar de cierta manera el comercio informal y el crecimiento poblacional, debido a su expansión de la mancha urbana hacia Rumicucho, (INEC, 2022).



Figura 2 y 3: *Condición morfológica del mercado. Recuperado de Google Earth.*

Justificación e importancia

El mercado es una infraestructura urbana con diversas oportunidades en el sector, debido a sus características que permiten, converger de manera simultánea, dinámicas sociales, culturales y económicas de la parroquia. (Gehl, 2010). No obstante, su actual estado de deterioro físico y funcional no resuelven de forma eficiente las actividades para las que está destinado, inclusive afecta la calidad del espacio urbano y la interacción social en su entorno inmediato.

En este contexto la regeneración de un nuevo mercado permite:

- Organizar la actividad comercial formal e informal (Jacobs, 1961).
- Consolidar un nodo urbano ordenado (Lynch, 1960).
- Generar espacio público de calidad (Gehl, 2010).

Enfoque del proyecto

El proyecto toma un enfoque de Regeneración del Mercado Parroquial San Antonio de Pichincha, debido que, el mercado generado actual no es apto para su funcionamiento optimo, se decide regenerar uno nuevo, que sea capaz de articular la vida cotidiana del sector, con el flujo del turista cercano (Gehl, 2010). Con estos puntos se pretende consolidar un nodo urbano activo, en donde permita articular la parroquia de forma eficiente (Lynch, 1960). Asimismo, un espacio donde facilite la interacción de los diferentes usuarios que habitan el lugar, como comerciantes, locales y visitantes, ofreciendo así, un equipamiento que permita reflejar un concepto de identidad y pertenencia del proyecto (Rossi, 1982). El nuevo mercado también se propone ser reciproco con quien lo habite permitiendo al usuario desplazarse por el proyecto de forma accesible por el espacio.

Alcance del proyecto

Escala e Influencia

El proyecto de mercado se desarrolla a escala parroquial, con un radio de influencia aproximado de 2km a 3km, la cual corresponde a la mancha urbana ya consolidada de la parroquia de San Antonio de Pichincha, los radios de influencia nacen debido al concepto y criterio de cobertura urbana, dentro de la planificación urbana, en donde el equipamiento de mercado debe responder a un radio de proximidad para su debido uso por parte de los habitantes del sector. (Municipio del DMQ, 2021).

Además, cabe resaltar que, el equipamiento de mercado tiene que ser capaz de abastecer la población local. Según el Censo de Población y Vivienda (INEC, 2022) existen alrededor de 30.000 habitantes, e indirectamente una población que supera las 40.000 personas. Por lo que el crecimiento demográfico deja al descubierto la exigencia de una mayor demanda de abastecimiento.

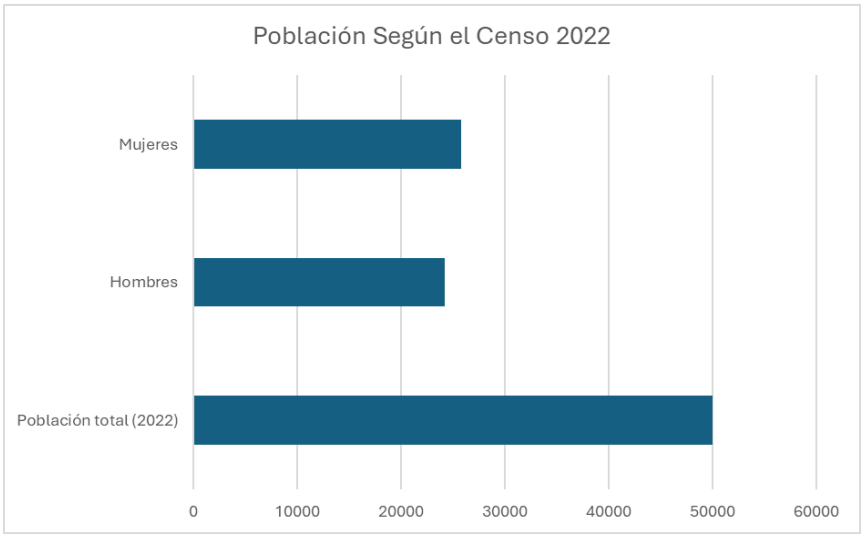


Figura 4: *Población San Antonio de pichincha. Imagen propia.*

Ubicación arquitectónica y relación urbana

Tomando en cuenta lo planteado por Lynch (1960) y Panerai et al. (1997) la propuesta se ubica como punto estratégico dentro de la trama urbana, interpretando la intersección de la Av. Equinoccial y la calle 13 de junio, ya que esta intersección genera uno de los nodos más relacionados a la parroquia, pero debido que el espacio alrededor de este nodo ya esta bien constituido, la propuesta se ubica en la continuidad de la calle 13 de junio, el cual tiene un flujo importante peatonal, comercial y económico para la parroquia. Esto implica que la nueva intervención del mercado tiene la capacidad de ser un elemento articulador del espacio, que invita a ser un punto estratégico de llegada de los diferentes flujos ya existentes, convirtiéndose así en un nuevo nodo, también el proyecto busca relacionarse con su contexto inmediato por lo que se decide tratar las esquinas, para fortalecer el concepto de encuentro dentro del proyecto (Gehl, 2010).

Tipología y organización espacial

El proyecto acoge la tipología arquitectónica de equipamiento público para el sector, por lo que el diseño del nuevo mercado parroquial de San Antonio de Pichincha, se enfoca en la organización del espacio, a partir de la distribución de los giros existentes en los mercados como lo son, los giros

húmedos, semi húmedos y secos (Ching, 2014). Se proyecta una estructura espacial que permita la correlación de los giros, pero a su vez evite conflictos funcionales y sanitarios dentro del espacio (Panerai et al., 1997).

Espacio público y carácter arquitectónico

El alcance del mercado parroquial como equipamiento, permite la elaboración de espacios públicos circundantes que se relacionen al proyecto, inclusive que el espacio público del exterior se vaya metiendo al interior, generando así una extensión del proyecto al espacio público y viceversa (Jacobs, 1961). Con estos tipos de espacios se busca fortalecer el carácter de apropiación ciudadana y la permanencia del usuario en el proyecto, lo que genera una mayor interacción social por medio de la configuración arquitectónica del lleno y el vacío (Carr et al., 1992).

Funcionamiento y accesibilidad

El proyecto responde a ciertas demandas del diseño espacial arquitectónico, como lo es circulaciones internas, accesos de carácter universal, áreas de carga y descarga, y zonas de servicios que permitan el correcto funcionamiento del mercado (Ching, 2014; Panerai et al., 1997).

Alcances y límites del proyecto

Es importante mencionar que el proyecto no pretende resolver de manera integral las problemáticas urbanas, sociales o económicas de San Antonio de Pichincha. Dicho esto el alcance se define como una propuesta arquitectónica puntual, pensando en el diseño del mercado que puede ser capaz de generar un cambio en la dinámica urbana y social (Rossi, 1982).

Objetivos

Objetivo General

Regenerar el nuevo Mercado Parroquial de San Antonio de Pichincha con el fin de mejorar el sistema de abasto del sector, articular los ejes urbanos principales, sobre todo en el eje económico comercial de la calle 13 de junio, mejorar la calidad espacial circundante del proyecto, y a su vez

mejorar la calidad de vida de la población mediante soluciones arquitectónicas bioclimáticas, inclusivas y eficientes.

Objetivos específicos

1. Analizar la dinámica comercial de la calle 13 de Junio para incorporar un programa arquitectónico que integre el comercio formal e informal en un espacio ordenado y flexible.
2. Aplicar estrategias bioclimáticas en el diseño del mercado, que permita incorporar la ventilación cruzada y un debido control solar debido a la alta radiación característica de San Antonio de Pichincha.
3. Diseñar un sistema espacial y funcional que permita organizar los giros comerciales, diferenciando áreas secas, semi húmedas y húmedas.
4. Diseñar un sistema de espacio público articulado al mercado, que permita la incorporación de áreas de permanencia, recorridos peatonales y espacios de transición comercial – urbana.
5. Diseñar un sistema de circulación que organice el acceso de flujos peatonales y comerciales.

Metodología

La presente investigación se desarrollará bajo un enfoque mixto, el cual combina métodos cualitativos y cuantitativos en el proceso, complementando así con una metodología proyectual propia de la arquitectura, orientándose así a la resolución de los diferentes problemas espaciales mediante el diseño (Hegger et al., 2008).

El proceso metodológico se estructura en cuatro fases principales:

- **Fase de levantamiento de información**

Se realizará una primera aproximación empírica mediante observación directa, recorridos de campo y registro fotográfico de las características del lugar, esto se hace con el fin de reconocer las condiciones físicas, sociales y funcionales del mercado actual de la parroquia de San Antonio de Pichincha.

- **Fase de análisis urbano**

Se desarrollará un análisis a partir de fuentes secundarias, incluyendo información normativa(PDOT, ordenanzas), cartografía oficial y datos censales (Municipio del DMQ, 2021; INEC, 2022). Se aplican herramientas de análisis urbano como:

- Identificación de centralidades y nodos urbanos (Lynch, 1960)
- Análisis de redes de movilidad y accesibilidad (Panerai et al., 1997).
- Estudio de usos de suelo y estructura urbana (Municipio del DMQ, 2021).

Esto permitirá establecer diferentes diagnósticos espaciales fundamentados, evidenciando problemáticas y potencialidades del área de estudio.

- **Fase de análisis tipológico y referencial**

Se seleccionarán y analizarán casos de estudio de referentes arquitectónicos relevantes, tanto a nivel nacional como internacional. El análisis se realiza mediante criterios como:

- Organización funcional y espacial (Ching, 2014).
- Relación con el espacio público (Gehl, 2010).
- Integración urbana (Panerai et al., 1997).
- Estrategias bioclimáticas y constructivas (Olgyay, 2015; Hegger et al., 2008).

Esta fase permitirá establecer criterios de diseño que pueden ayudar a comprender y dar soluciones al contexto local, a partir de la interpretación de estrategias arquitectónicas implementada

- **Fase de síntesis y formulación proyectual**

A partir de la recolección de datos de todas las fases anteriores, se construirá un criterio de proyección arquitectónica, lo que permitirá definir una tipología de mercado que debe de responder a las condiciones específicas del sitio. También la propuesta deberá articular espacio público, actividad comercial y estructura urbana, conformándose así un elemento articulador dentro del tejido urbano.

- **Fase de definición y tipología del proyecto.**

El proyecto se plantea como una regeneración, debido que toma el concepto del mercado ya emplazado en el sitio, pero se genera un mercado completamente nuevo, que es el responsable de adoptar una tipología hibrida que convine el funcionamiento del abastecimiento local con espacios públicos activos y estrategias de sostenibilidad ambiental (Gehl, 2010).

En este tipo de mercado combina el espacio cerrado y el espacio abierto, permitiendo que el mercado sea flexible y comunitario, capaz de que se pueda adaptar a los cambios en el tiempo (Jacobs, 1961).

Respondiendo así a:

- Dinámicas comerciales formales e informales.
- Necesidad de confort térmico en San Antonio de Pichincha.
- Mejoramiento del espacio público circundante.
- Consolidación del eje económico local, (calle 13 de Junio).

El mercado deberá incluir: Áreas de venta fija y móvil, zonas gastronómicas, patios públicos, circulaciones permeables, estacionamientos con zona de carga, y por último servicios complementarios.

Aportes de los referentes seleccionados

Los proyectos en forma de referentes fueron seleccionados por diversos puntos, como ser reconocidos a nivel internacional, o son proyectos locales que se asemejan al contexto en donde se esta proyectando el nuevo equipamiento, y por último la calidad de información técnica disponible (planos, cortes y gestión del programa). Permitiendo así un análisis de criterio arquitectónico y urbano (Ching, 2014). Por lo que, en conjunto, estos proyectos construyen una base sólida que orienta las decisiones proyectuales y la definición integral del programa.

A. Mercado Santa Caterina (Barcelona, España)

El Mercado de Santa Caterina, ubicado en Barcelona, España y diseñado por Miralles Tagliabue, constituye un referente relevante por trabajar la integración del espacio público hacia el mercado, además de darle un simbolismo propio del mercado por medio de su cubierta en forma orgánica (Miralles Tagliabue, 2005).



Figura 5: *Santa Catarina Market. Taken on 26 May 201. Recuperado de:*

https://web.archive.org/web/20161023234016/http://www.panoramio.com/photo/61868764

B. Mercado 9 de Octubre (Cuenca, Ecuador)

El Mercado 9 de Octubre, ubicado en Cuenca, es un referente local muy importante debido que demuestra un proceso de reorganización y adaptación a las diferentes dinámicas de la actualidad, todo con base a la intervención realizada por la administración municipal (Municipalidad de Cuenca, 2019). El proyecto destaca por la forma de como organizo el espacio comercial diferenciando muy bien los diferentes giros, secos, semi – húmedos y húmedos, esto permite que tenga un mejor funcionamiento como equipamiento y facilidad de abastecimiento para la localidad (Olgyay, 2015).



Figura6: *Rehabilitación Del Mercado 9 De Octubre. Recuperada de: https://arquitecturapanamericana.com/rehabilitacion-del-mercado-9-de-octubre/*

C. Huimanguillo Market (Tabasco, México)

El mercado de Huimanguillo, ubicado en Tabasco y diseñado por 128 Arquitectura y Diseño Urbano, este proyecto es fundamental como referente ya que replantea el concepto de mercado tradicional y a su vez enfoca esta tipología de mercado a algo más moderno (128 Arquitectura, 2016). El referente también utiliza diversas estrategias bioclimáticas que a su vez organizan el espacio como tal, debido que el mercado nace alrededor de un patio central, que de cierta forma actúa como regulador climático (Olgyay, 2015). Asimismo, incorpora una envolvente permeable tanto en fachadas y cubiertas que mitigan la radiación solar y permite una ventilación cruzada (Hegger et al., 2008).



Figura7: *Mercado público Huimanguillo / 128 arquitectura y diseño urbano. Tomada por F8PHOTO. Recuperada de: https://images.adsttc.com/media/images/6538/1005/ad61/4601/7c6d/946c/slideshow/mercado-publico-huimanguillo-128-arquitectura-y-diseno-urbano_1.jpg?1698172960*

1. CAPÍTULO 1. MARCO CONTEXTUAL URBANO

1.1 Contexto territorial

Es importante comprender la estructura administrativa de Quito (DMQ) para poder situar las dinámicas del mercado parroquial de San Antonio de Pichincha. A nivel operativo, San Antonio de Pichincha se subordina a la Administración Zonal La Delicia, el brazo municipal a cargo de coordinar la obra pública, las políticas gubernamentales y la participación de los ciudadanos en la zona noroccidental de la ciudad. Sectores como Cotocollao, Carcelén, Pomasqui, Calacalí y la parroquia bajo

este análisis forman parte de una planificación enfocada en realidades territoriales muy diferentes (Municipio de Quito, 2022).

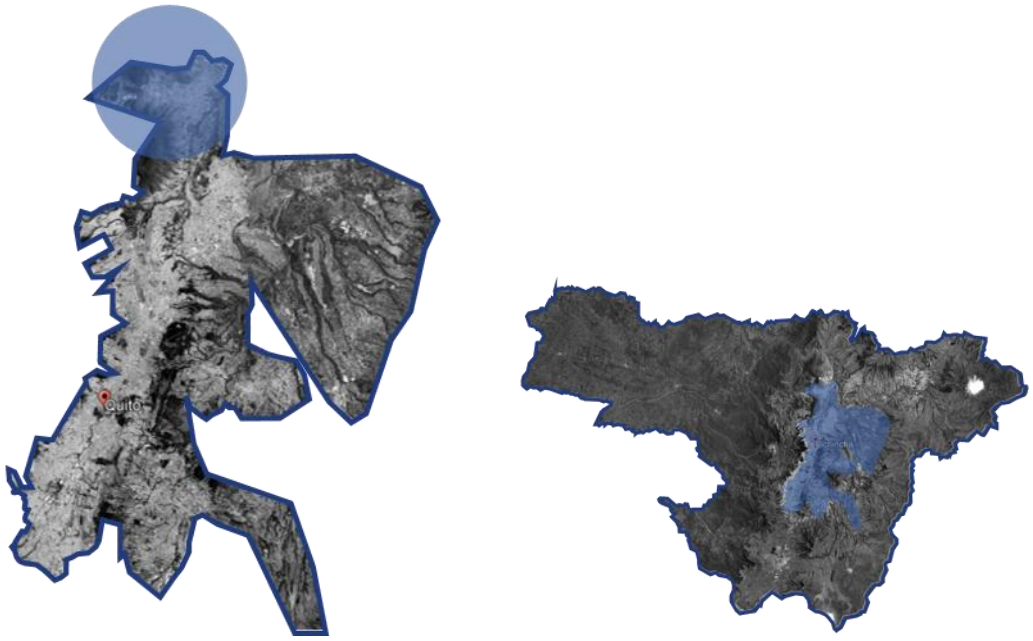


Figura 8 y 9: *Localización macro territorial del proyecto*

El objetivo central de la administración se centra en conectar las necesidades de los barrios y las parroquias mediante el equipamiento básico y la rehabilitación de estos entornos públicos. Las características de San Antonio de Pichincha reaccionan a un espacio de cambio donde se unen la periferia y los márgenes urbanos. En su dinámica diaria conviven dos realidades distintas: el impacto comercial derivado del turismo hacia la "Mitad del Mundo" y también el flujo constante del comercio popular nativo, un espacio donde la infraestructura del mercado centraliza los intercambios de tipo económico y social. Pese a esta punto central, el trabajo de campo y los levantamientos técnicos hechos para esta investigación exponen deficiencias severas. La infraestructura mantiene un deterioro avanzado, la organización interna de los puestos del mercado falla administrativamente y el comercio informal presiona las aceras circundantes y el edificio está desconectado de la red urbana inmediata, reduciendo su capacidad de servicio. Esto justifica la necesidad de un proyecto de regeneración arquitectónica. La meta del proyecto es reordenar este nodo de La Delicia para dar vitalidad a la

economía del sector, sanear la ocupación peatonal exterior e implantar una red de comercio regulada capaz de comprender las presiones del crecimiento demográfico y de los visitantes de la parroquia.

1.2. Evolución histórica y crecimiento urbano

El proceso de transformación estructural que ha venido experimentando la localidad de San Antonio de Pichincha a lo largo de las últimas décadas no hace sino evidenciar la mutación acelerada de un territorio de matriz netamente rural andina hacia un complejo entorno de carácter urbano-periurbano, el cual se halla articulado de manera directa a la dinámica global del Distrito Metropolitano de Quito. Los antecedentes de la ocupación espacial en toda esta zona en particular se remontan originalmente a los vestigios de la época prehispánica que resultan emblemáticos, tal como es el caso específico del sitio de Rumicucho, para con posterioridad sufrir una reconfiguración profunda durante el periodo de la colonia española por medio de la implantación del sistema de las haciendas y de la consecuente explotación de tipo agrícola (Macanchi Romero, 2019). Fue precisamente a partir de la ejecución de los diferentes procesos de la reforma agraria, en conjunto con la posterior agregación de carácter oficial de la referida parroquia a la estructura del DMQ en la década de los años noventa, cuando terminaron por acelerarse dinámicas locales tales como la subdivisión sucesiva de la tierra, la expansión desmedida de la frontera urbana y un notable y fuerte repunte en las actividades tanto comerciales como turísticas, el cual estuvo a su vez estimulado e impulsado por la conectividad vial directa que se mantiene con la ciudad de Quito y por el indudable atractivo turístico que ejerce de por sí el complejo de la Ciudad Mitad del Mundo (Macanchi Romero, 2019; FAO, 2012).

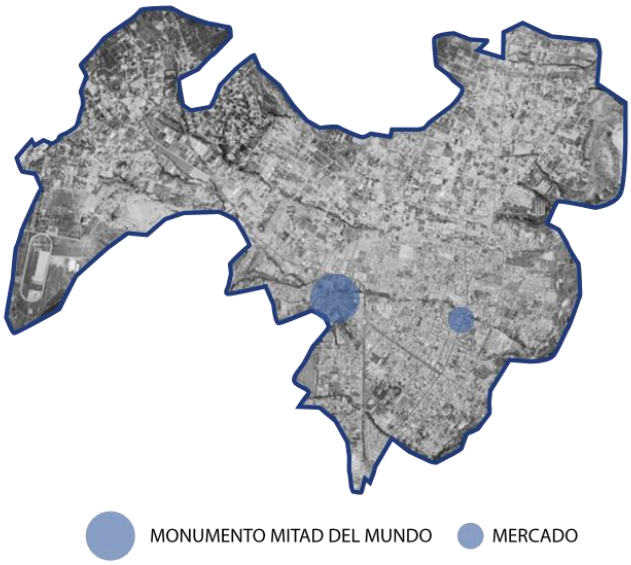


Figura 10: *Parroquia San Antonio de Pichincha, ubicación mercado San Antonio de Pichincha*

A pesar de que esta zona tiene una dinámica social y espacial bastante activa, su crecimiento urbano se ha dado de forma desordenada. Vemos viviendas de baja densidad, dispersas hacia la periferia, y desconectadas del resto de la ciudad ya construida. Esto no es casualidad: responde a la falta histórica de una planificación técnica adecuada, como señala Macanchi Romero (2019).

Actualmente, esta situación se agrava por la presión constante del mercado inmobiliario sobre el suelo, sumada al crecimiento del comercio, tanto el formal como el informal. Estos dos factores son, hoy por hoy, los que realmente están definiendo cómo se urbaniza la parroquia (Molina Jiménez, 2026).

En este contexto de cambio constante, el mercado parroquial se vuelve un punto clave, un nodo estratégico dentro del territorio. Por eso, regenerarlo arquitectónicamente no es solamente una intervención estética, sino una necesidad real. Primero, porque ayuda a reconectar y coser la estructura urbana que lo rodea. Segundo, porque le devuelve al edificio su función histórica como centro de la vida socioeconómica del sector. Y tercero, porque contribuye a mejorar la calidad ambiental del espacio público cercano, en un momento donde la mancha urbana avanza de forma acelerada y muchas veces sin control

1.3. Estructura urbana de la parroquia

San Antonio de Pichincha ha crecido como muchas periferias de las grandes ciudades: de forma expansiva y sin mucho orden. Las vías, los usos de suelo y la infraestructura muestran un territorio bastante fragmentado (Munizaga, 2000). Su trama urbana es lineal y dispersa, y esto se explica en gran parte por el trazado de la vía Calacalí–La Independencia. El resultado es una zona irregular, donde hay sectores ya consolidados junto a espacios vacíos que llaman la atención, algo que se repite bastante en los márgenes de Quito (Carrión & Erazo, 2012).

En el sector conviven usos residenciales, comerciales y turísticos. Sin embargo, hay un problema claro: el comercio informal ha crecido tanto que genera conflictos en el uso diario del espacio (Gehl, 2011; Lynch, 1960). La zona más importante del sector se organiza alrededor del mercado parroquial y del eje que lleva a la Mitad del Mundo, y se complementa con otros puntos comerciales más pequeños ubicados en nodos viales clave (Serrano & Durán, 2020).

Por otro lado, los puntos con más movimiento coinciden con las intersecciones viales principales y las paradas de transporte público. Y lo que le da identidad al lugar —lo que permite reconocerlo y ubicarse en él— son hitos como el Complejo Mitad del Mundo, el Museo Intiñan y las ruinas de Rumicucho (Municipio de Quito, 2022; Molina Jiménez, 2026). Lynch (1960) lo explica bien: estos hitos ayudan a que la ciudad sea más legible, porque sirven como puntos de referencia para orientarse.

Por todo esto, regenerar el Mercado Parroquial es clave para fortalecer esta centralidad. Con la propuesta arquitectónica buscamos mejorar la conexión entre los distintos ejes y nodos del sector, ordenar los flujos peatonales y comerciales que actualmente compiten entre sí, y lograr un ordenamiento urbano más eficiente y cohesionado.

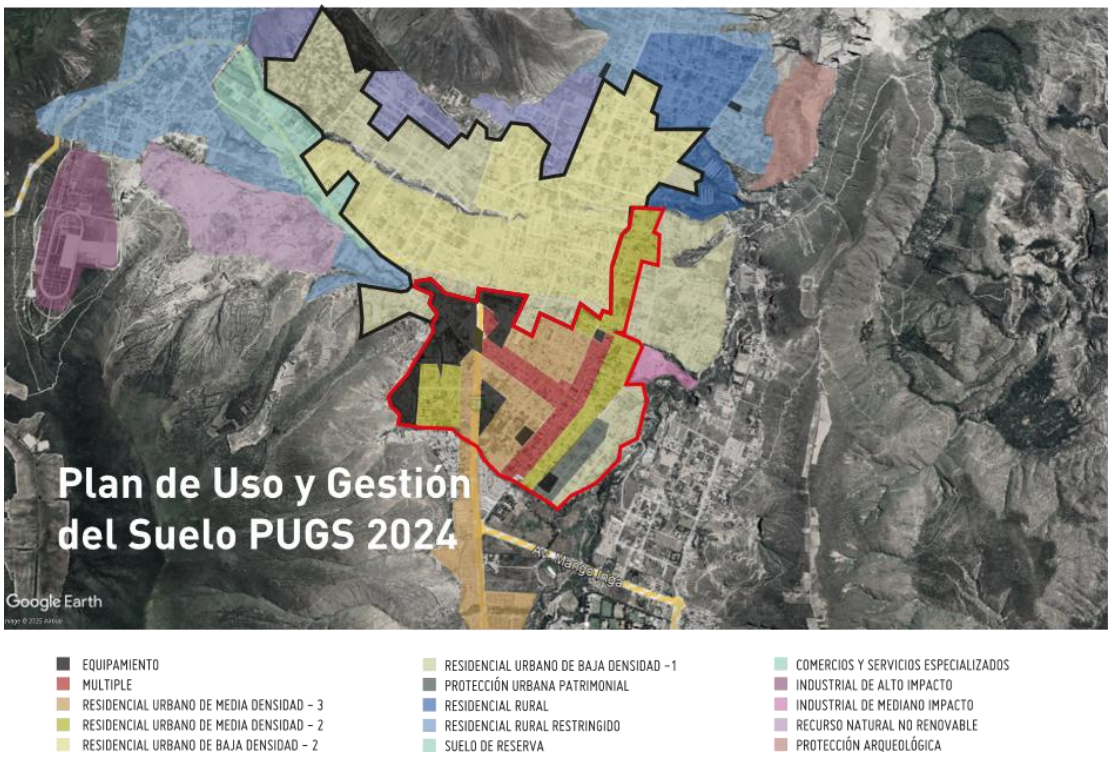


Figura 11: *Plan de Uso y Gestión del Suelo (PUGS) del DMQ*

1.4. Sistema de movilidad y conectividad

En San Antonio de Pichincha, la accesibilidad y el desarrollo urbano dependen mucho de su infraestructura vial y de transporte, algo lógico si pensamos en su ubicación periférica dentro del Distrito Metropolitano de Quito. La movilidad es, en el fondo, lo que mantiene unido el territorio: es lo que permite que las personas, las actividades y las dinámicas del sector se conecten entre sí (Banister, 2008; Cervero, 1998).

La vía Calacalí–La Independencia es el eje principal de la parroquia. Se trata de una carretera de escala regional que une a Quito con el noroccidente de la provincia, y por ahí pasa una mezcla constante de tráfico local, de carga y turístico. Esto explica en buena parte los problemas de saturación que se ven en sus alrededores (Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, 2022).

El transporte público, por su parte, funciona principalmente con buses intercantonales e interparroquiales. Pero durante el trabajo de campo pudimos ver algo que complica la seguridad vial: paradas informales y pasajeros subiendo o bajando fuera de los sitios habilitados. Este tipo de situación

no es exclusiva de San Antonio; de hecho, es bastante común en los sistemas de transporte urbano de América Latina, donde la regulación suele ser débil (Gakenheimer, 1999).

Caminar por el sector tampoco es sencillo. Las aceras se interrumpen constantemente, el comercio informal ocupa buena parte del espacio peatonal, y en general falta infraestructura pensada para quien camina. A esto se suma la congestión vehicular, que se vuelve especialmente crítica alrededor del mercado parroquial. Gehl (2011) es claro en este punto: si queremos una ciudad caminable, con una buena relación entre las personas y el espacio público, necesitamos recorridos peatonales continuos y seguros.

Con este panorama de conectividad limitada, la regeneración arquitectónica del Mercado Parroquial se vuelve una necesidad real. La propuesta apunta a reorganizar la movilidad en su entorno inmediato, mejorar la accesibilidad para todos, reducir los puntos de conflicto vial y convertirlo en un nodo de transferencia seguro, eficiente y bien conectado con lo que lo rodea.



Figura 12: *Red vial del área de estudio.*

1.5. Sistema de equipamientos

La vida social, económica y cultural de San Antonio de Pichincha depende en buena parte de una red de equipamientos urbanos que facilitan el acceso a servicios básicos y le dan estructura funcional al territorio (Ching, 2015; UN-Habitat, 2020).

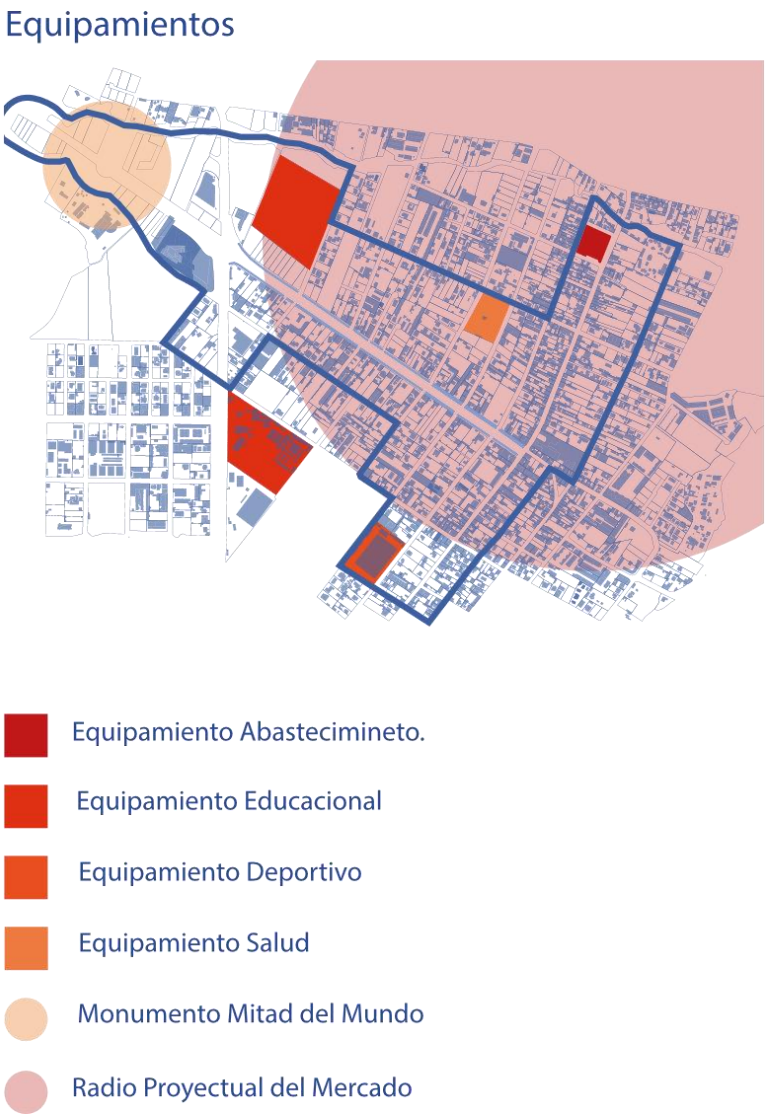


Figura 13: *Sistema de equipamientos urbanos de San Antonio de Pichincha.*

En cuanto a educación, los establecimientos se concentran principalmente en los sectores residenciales ya consolidados. En salud, la parroquia cuenta con centros de atención primaria, pero su capacidad se ve rebasada constantemente, tanto por el crecimiento demográfico local como por la población flotante que trae el turismo (WHO, 2010).





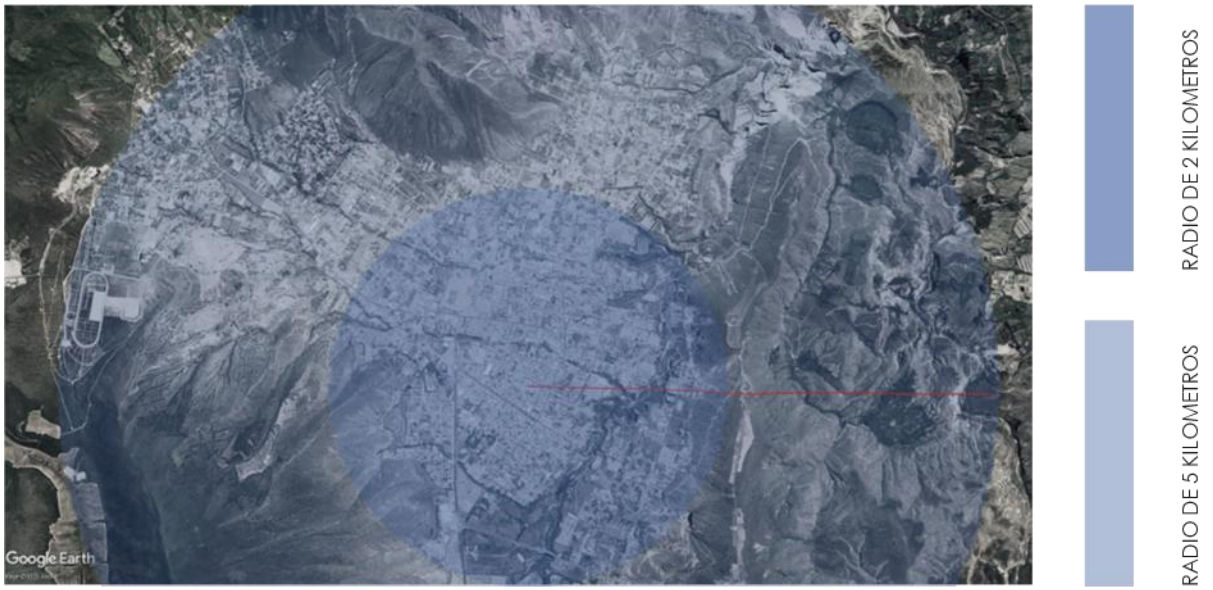
Unidad Educativa Equinoccio San Antonio
Institución educativa pública perteneciente al sistema fiscal. Fue construida dentro del programa de Escuelas del Milenio, con infraestructura moderna, amplias áreas deportivas y espacios tecnológicos. Ofrece educación inicial, básica y bachillerato, atendiendo a una gran parte de la población infantil y juvenil de la parroquia.



Unidad Educativa Mitad del Mundo
Institución pública que brinda educación inicial, básica y bachillerato. Atiende a una amplia población estudiantil del área central y barrios aledaños, sirviendo como un nodo educativo y de encuentro para familias locales

Figura 14 y 15: *Sistema de equipamientos urbanos de San Antonio de Pichincha específicamente el componente educativo.*

En cuanto a salud, la parroquia cuenta con centros de atención primaria, pero su capacidad se ve rebasada constantemente. Esto se debe tanto al crecimiento demográfico local como a la población flotante que atrae el turismo (WHO, 2010).





Centro de Salud Tipo C San Antonio de Pichincha
Equipamiento sanitario de nivel intermedio que ofrece atención médica general, odontológica, obstétrica y de emergencia. Atiende a la población de San Antonio y sectores aledaños, siendo un nodo clave dentro de la red de salud del norte del DMQ.



Plaza del Centro de Salud Tipo C San Antonio de Pichincha
Pequeño espacio público que sirve como lugar de encuentro, espera y recreación para los visitantes del centro de salud y habitantes cercanos. Cuenta con áreas de descanso, bancos y zonas verdes, contribuyendo al espacio urbano de calidad y al bienestar comunitario.

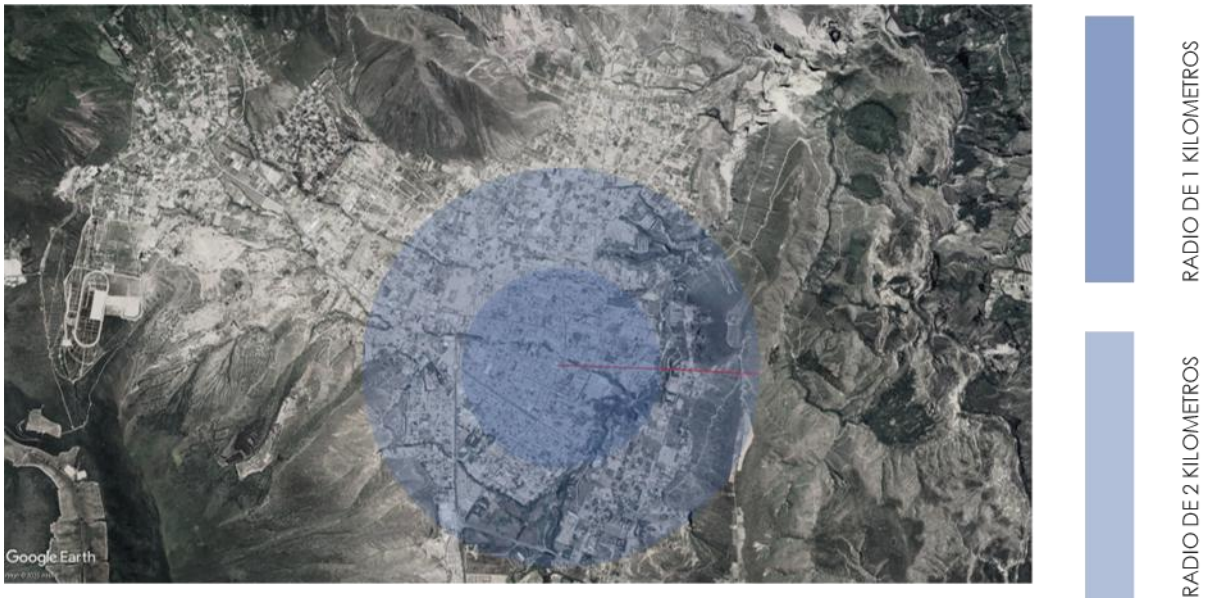
Figura 16 y 17: *Sistema de equipamientos urbanos de San Antonio de Pichincha específicamente el componente de servicios de salud.*

En lo cultural, infraestructuras de escala metropolitana como el Complejo Mitad del Mundo y la red de museos locales funcionan como fuertes referentes de identidad. Esto contrasta con el sistema de parques y espacios recreativos que, aunque son valiosos para el encuentro comunitario, arrastran serios problemas de mantenimiento y seguridad (Gehl, 2011).



Figura 18 y 19: *Sistema de equipamientos urbanos de San Antonio de Pichincha específicamente el componente cultural.*

El comercio y abastecimiento, por su parte, se concentra sobre todo en el mercado parroquial, y se extiende de forma dispersa a través de locales formales y puntos de venta informales ubicados sobre las vías principales. El resultado es una malla comercial con poca planificación.





Mercado San Antonio de Pichincha
Principal punto de abastecimiento de alimentos frescos, productos agrícolas y víveres. Su actividad dinamiza la economía local y atrae a comerciantes y consumidores de barrios cercanos, fortaleciendo el tejido social y económico.





Figura 20 y 21: *Sistema de equipamientos urbanos de San Antonio de Pichincha específicamente el componente abastecimiento.*

Frente a este panorama, el proyecto de regeneración del Mercado Parroquial resulta indispensable para reconfigurar la infraestructura comercial de la zona. La propuesta arquitectónica busca que este nodo estratégico funcione de forma más eficiente, conectándose directamente con los equipamientos ya existentes de salud, educación, recreación y cultura, para así impulsar un modelo de desarrollo urbano más cohesionado, multifuncional y equilibrado para la parroquia.

1.6. Área de intervención

La propuesta se enfoca en el entorno inmediato del Mercado Parroquial de San Antonio de Pichincha, un sector que forma parte del tejido urbano consolidado y que se relaciona directamente con los principales ejes viales, los espacios públicos y las zonas de comercio de la parroquia. Ocupa el predio Nro. 282868, ubicado entre las calles Inti Ñan, Daniel Cevallos y la vía 13 de junio. El terreno tiene una superficie de 5,703.59 m² y un frente total de 303.50 metros. Actualmente ahí funciona el Mercado Parroquial, construido en el año 2000, con 2,695.99 m² cubiertos. Según el PUGS vigente, está clasificado como Suelo Urbano con uso de Equipamiento € bajo tratamiento de Potenciación.

El entorno se define como un nodo de alta actividad, donde se mezclan el comercio vecinal, el transporte y el flujo de visitantes que se dirigen hacia la Mitad del Mundo. Su morfología es heterogénea y predomina el uso mixto: locales comerciales en planta baja y vivienda en los pisos superiores, algo típico en las periferias que están en proceso de consolidación.



Figura 22: *Delimitación del área de intervención.*

Sin embargo, la saturación del suelo y la falta de continuidad en las redes peatonales le quitan vitalidad al sector (Gehl, 2011), repitiendo los conflictos habituales de las dinámicas urbanas no planificadas en el contexto latinoamericano (Carrión & Erazo, 2012). El movimiento de peatones se dispara en las horas de abastecimiento matutino y los fines de semana, pero ocurre en condiciones precarias, por la falta de aceras bien dimensionadas, las barreras físicas y la dispersión del comercio informal. Al mismo tiempo, la carga vehicular es constante, con transporte público, vehículos particulares y logística de carga ligera compartiendo el mismo espacio, lo que genera cuellos de botella en las intersecciones cercanas al mercado y muestra la falta de una jerarquización vial clara (Banister, 2008). La actividad comercial gira en torno al mercado como núcleo principal, pero convive con puestos informales y tiendas dispersas, lo que da como resultado un ecosistema económico dinámico pero desarticulado, donde el espacio público termina absorbiendo demasiadas funciones al mismo tiempo (De Soto, 1989).

Con este diagnóstico como base, intervenir en la regeneración arquitectónica del Mercado Parroquial se vuelve clave para ordenar el área de estudio. El proyecto es la herramienta adecuada para estructurar los flujos de movilidad, ofrecer un soporte digno que formalice y potencie el comercio local, y recuperar la calidad ambiental y espacial del entorno, devolviéndole su papel como un espacio seguro para la vida social y económica de la comunidad.

1.7. Diagnóstico del Mercado Parroquial actual y Síntesis diagnóstica urbana

Los centros de abasto en el contexto latinoamericano constituyen nodos estratégicos de vitalidad económica, aunque frecuentemente condicionados por procesos de crecimiento acelerado y vulnerabilidad socio-espacial (Cárdenas & Castillo, 2018). Sin embargo, no hay que pensar que estas preexistencias en suelo consolidado operan de manera aislada, sino que configuran infraestructuras complejas donde los conflictos de movilidad, el comercio informal y el deterioro material impactan directamente en la habitabilidad de su entorno (Banister, 2008). También cabe resaltar que un equipamiento de esta índole, al verse sometido a fuertes presiones inmobiliarias y flujos vehiculares

intensos como los de la vía Calacalí–La Independencia, se encuentra obligado a mitigar sus deficiencias técnico-estructurales y operativas para salvaguardar la eficiencia interna del espacio (Gehl, 2011).





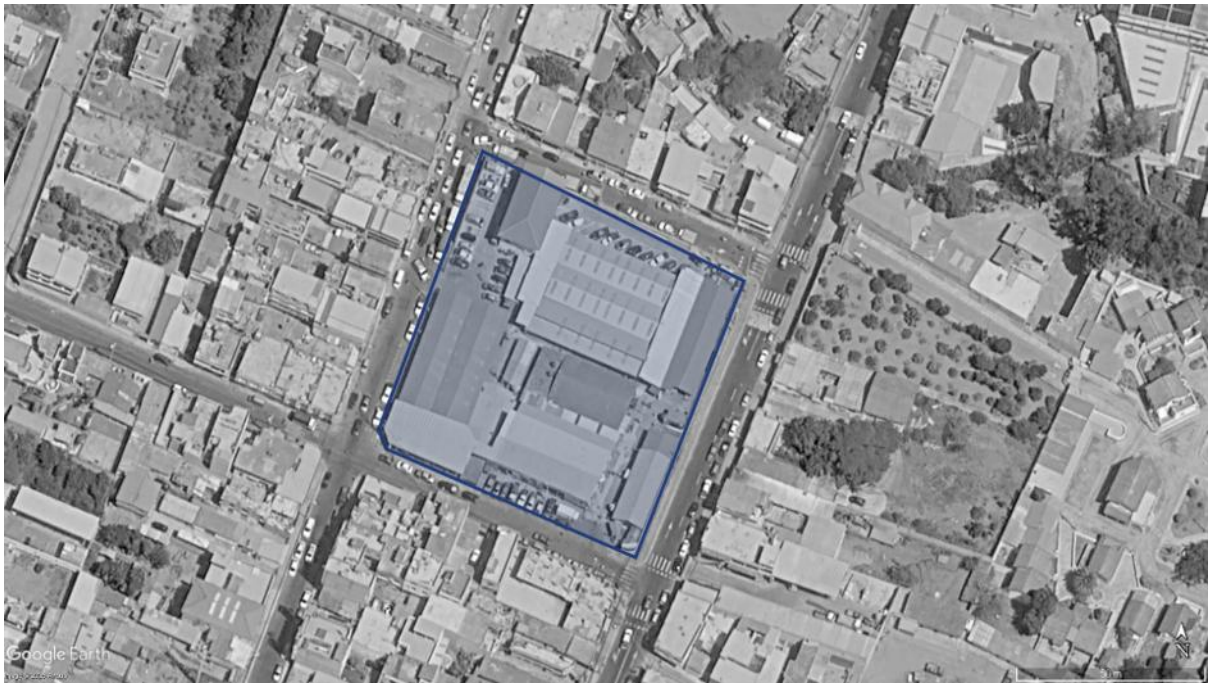


Figura 23, 24 y 25: *Diagnóstico del Mercado Parroquial actual y Ubicación del predio a intervenir.*

Con este contexto mencionado anteriormente, se procederá a analizar la situación del Mercado Parroquial San Antonio de Pichincha, cuyo diagnóstico integral de fallas físicas, administrativas y de servicios permitirá comprender su actual degradación y, simultáneamente, potenciar sus ventajas de conectividad y proximidad al corredor turístico de la Mitad del Mundo (Lynch, 1960; De Soto, 1989).

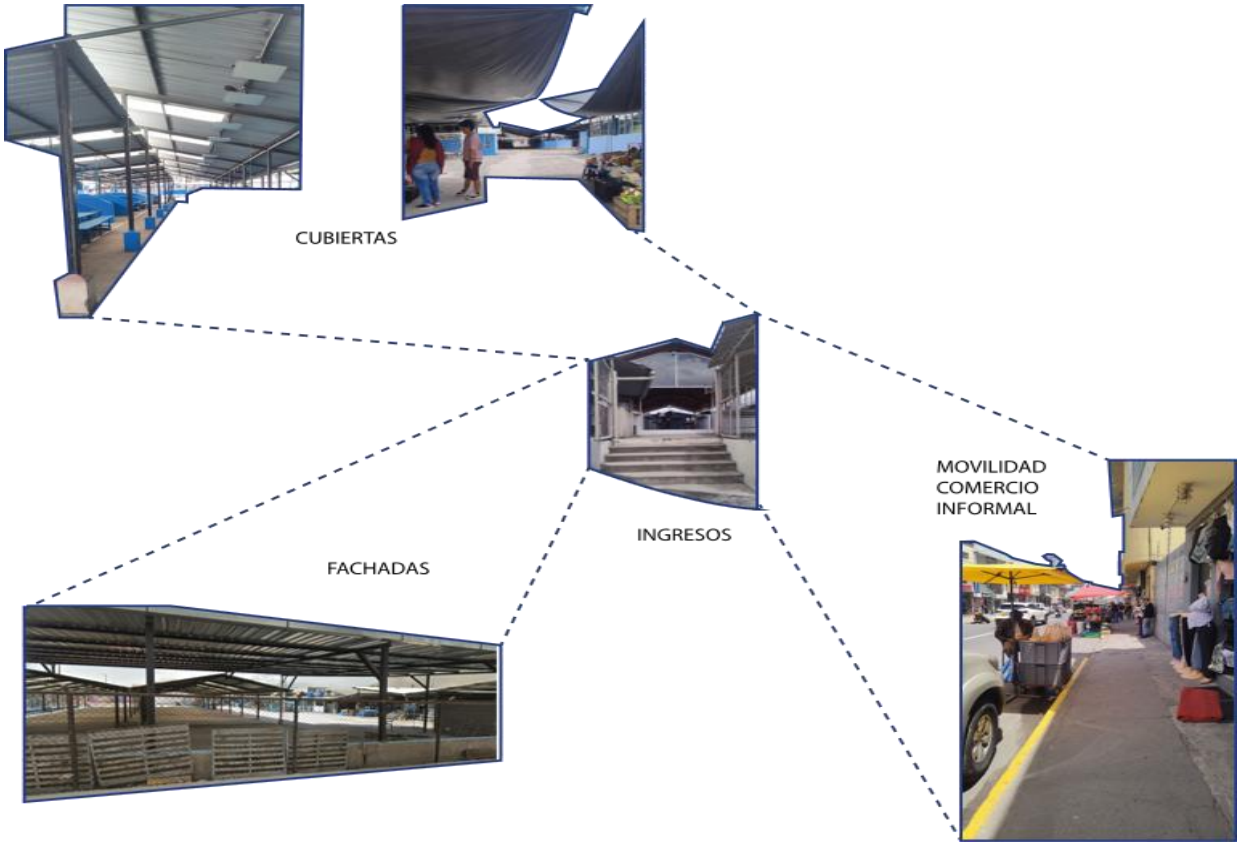


Figura 26: *Cubierta, Pisos. Fachada, instalaciones actuales del Mercado Parroquial.*

El proyecto se propone formular una regeneración urbana e integral, dotando a la infraestructura de características contemporáneas que reorganicen su relación con el tejido circundante, reduzcan la congestión y consoliden su rol como el principal núcleo de articulación social y económica de la parroquia.

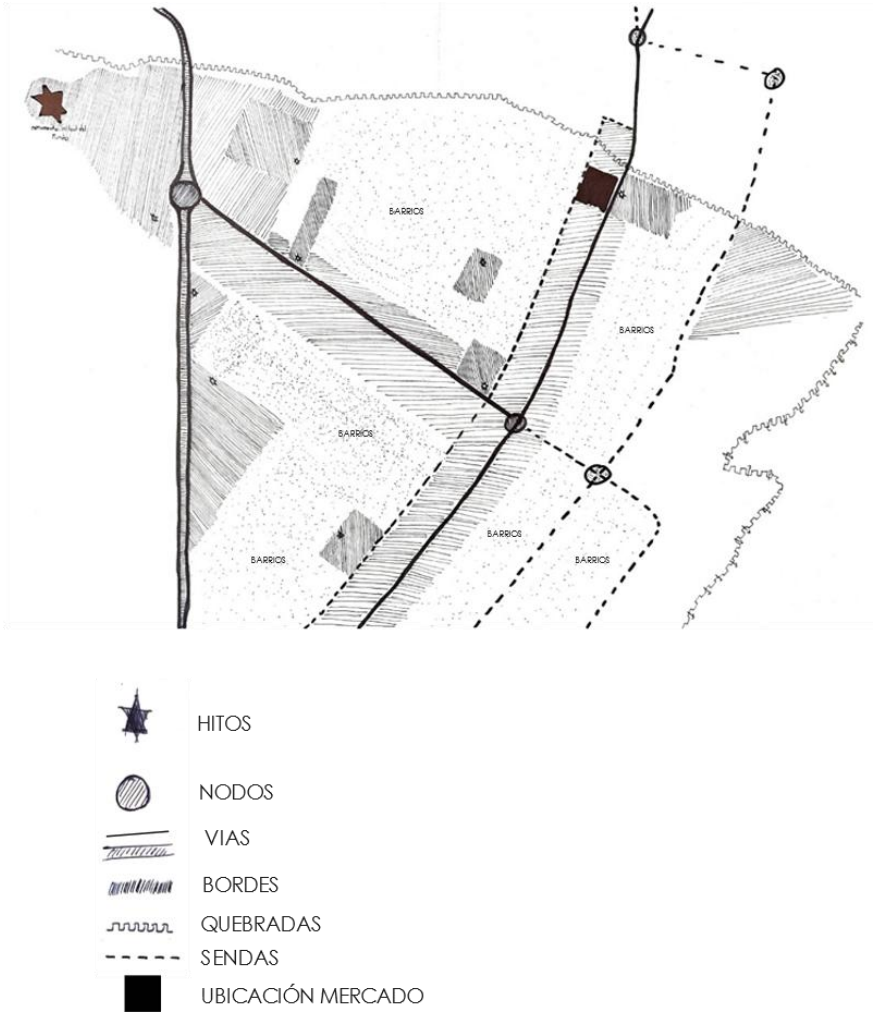


Figura 27: *Ejercicio imagen de la ciudad según establece Kevin Lynch, imagen propia*

A pesar de que el entorno está deteriorado, el equipamiento tiene varias ventajas. Estas ventajas son su ubicación estratégica, su conexión directa y su fuerte actividad económica. Según las ideas de Gehl, De Soto y los principios de legibilidad urbana de Kevin Lynch, estas ventajas pueden ayudar a unir la producción local con la dinámica del corredor turístico de la Mitad del Mundo.

La regeneración del Mercado Parroquial es importante para el sector. Se necesita una intervención arquitectónica para corregir los problemas técnicos de la infraestructura, organizar su relación con el espacio público que lo rodea y mejorar la movilidad.

El proyecto busca convertir este espacio en un centro de abasto funcional y en el principal lugar de encuentro social y económico de la parroquia.

2. CAPÍTULO 2. COMPONENTE SOCIAL Y ECONÓMICO DEL PROYECTO

2.1. Caracterización poblacional

San Antonio de Pichincha está creciendo rápido, tanto en población como en extensión urbana. Esto tiene que ver directamente con su buena ubicación y con su consolidación como zona turística y comercial. Según los datos del INEC, la parroquia tiene entre 32.357 y 36.462 habitantes, una cifra media si se compara con otros sectores periféricos del DMQ (PUCE, 2024; CityFacts, 2015).

En cuanto a la población, hay un equilibrio entre hombres y mujeres, con una leve mayoría femenina (50,8%), y la edad promedio ronda los 25 años. Es decir, es una población joven, con buena parte en edad de trabajar (CityFacts, 2015). Esto genera más demanda de infraestructura pública y de centros de abastecimiento, sobre todo porque en zonas periféricas como esta, la planificación no siempre avanza al mismo ritmo que el crecimiento del territorio (UN-Habitat, 2020).

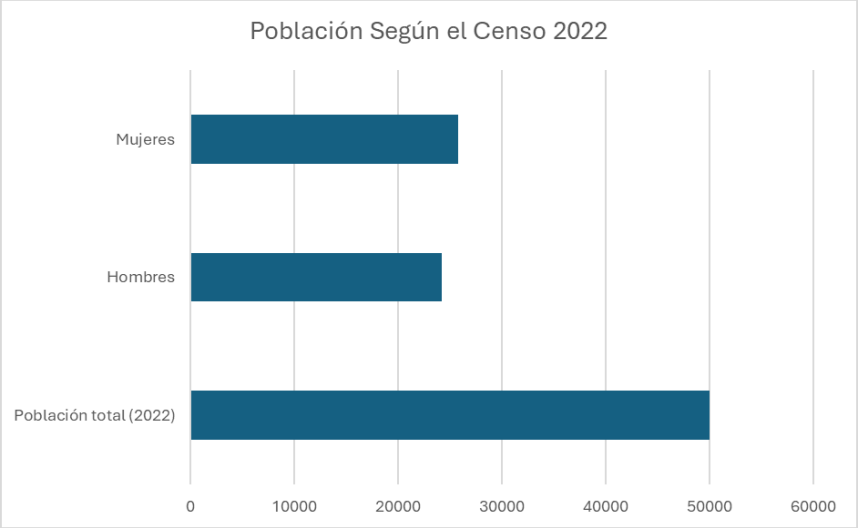


Figura 29: *Población San Antonio de Pichincha. Imagen propia*

El problema es, que aunque la población sigue creciendo, los equipamientos no han crecido igual. Esto ha generado desigualdades notorias en cómo está cubierto el territorio.

Y todo indica que esta tendencia va a seguir: el crecimiento inmobiliario, la llegada constante de turistas y el suelo que todavía está disponible para construir van a seguir presionando al sector, lo

que probablemente aumente el déficit de servicios y de espacios de comercio, en especial de los mercados vecinales (UN-Habitat, 2020; Gehl, 2011). Por eso el mercado parroquial toma cada vez más importancia dentro de la organización futura del territorio.

Con este panorama, plantear una regeneración integral del mercado se vuelve urgente. La intervención busca responder a la demanda actual y futura de la población, resolver las fallas acumuladas en los servicios y fortalecer este espacio como un punto clave de abastecimiento para la comunidad, garantizando que funcione bien, que sea seguro y que pueda adaptarse a los cambios del territorio..

2.2. Contexto sociocultural

San Antonio de Pichincha es un lugar muy especial. Allí se juntan tres cosas: lo rural, lo urbano y lo turístico. Esto sucede porque el lugar ha cambiado muy rápido. Antes era un área agrícola donde la gente trabajaba juntos, pero ahora está más influenciada por la construcción de edificios y el turismo que se centra en la Mitad del Mundo.

La gente que vive allí siente que pertenece a ese lugar porque representa algo importante: el centro del mundo. Esto se puede ver en lugares como el Complejo Mitad del Mundo y el pucará de Rumicucho. En los barrios, la gente todavía se siente conectada por la memoria de la comunidad, y el mercado parroquial es el lugar donde más se unen, tanto para hablar como para comprar y vender.

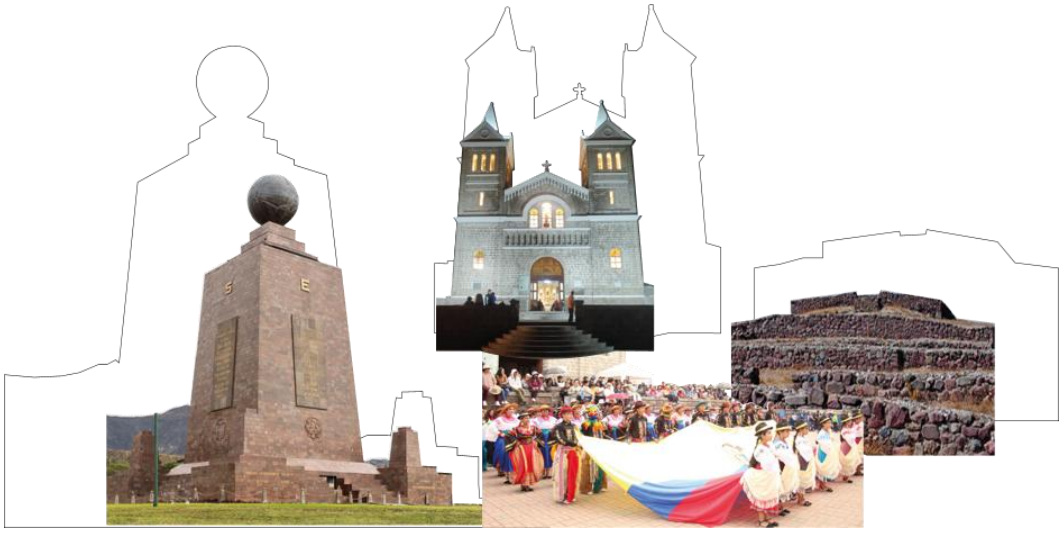


Figura 30: *Principales elementos que conforman la identidad sociocultural de San Antonio de Pichincha.*

Las fiestas religiosas, las ferias y las tradiciones culturales siguen uniendo a la comunidad, aunque han perdido algo de fuerza frente al turismo masivo. Aun así, se mantienen vivas gracias a la vida cotidiana del barrio (Lefebvre, 1991). El problema es que todo esto se ve afectado por el desorden del espacio y por el deterioro de la infraestructura alrededor. Y esto importa, porque un buen espacio físico ayuda a que la gente se relacione mejor entre sí (Gehl, 2011).

Hoy en día, la gente se reúne principalmente en el mercado, las plazas, los templos, las zonas verdes y los accesos turísticos, aunque no todos estos lugares están en las mismas condiciones ni tienen el mismo diseño. Por eso y otras razones, regenerar el Mercado Parroquial se vuelve una prioridad. No es solo mejorar el edificio, sino recuperar esas prácticas de encuentro comunitario, mejorar la relación entre la gente y el espacio público, y convertirlo en un lugar de encuentro inclusivo, seguro y que realmente le sirva a la parroquia

2.3. El mercado como infraestructura social

En América Latina, los mercados populares han sido, desde la época colonial hasta hoy, un pilar clave para el abastecimiento diario, y su peso es todavía mayor en los sectores populares (De Soto, 1989). El mercado parroquial de San Antonio cumple justamente ese papel de centralidad, aunque sus actuales problemas de espacio y funcionamiento le impiden dar todo su potencial.

Este panorama es justamente lo que justifica la necesidad de una regeneración integral para el Mercado Parroquial. La intervención arquitectónica se plantea como la mejor forma de devolverle su papel como infraestructura social clave, fortaleciendo sus funciones de siempre y dándole a la parroquia un espacio de intercambio limpio, eficiente y ordenado.

2.4. Análisis de usuarios

Los centros de abasto funcionan como espacios vivos de interacción social, donde conviven distintos tipos de usuarios que necesitan respuestas diferentes en cuanto al diseño y uso del espacio (Gehl, 2011; Jacobs, 1961). Entre los usuarios de permanencia continua están los comerciantes regulados, el personal administrativo y el equipo técnico. Por otro lado, están los usuarios temporales: los clientes habituales, los turistas y los productores agrícolas que llegan en ciertas temporadas.

Sistema	Usuarios permanentes	Usuarios temporales	Ilustraciones
Sistema Comercial	Comerciantes de giro seco, giro húmedo, semihúmedo, patio de comidas, administradores de locales.	Compradores, clientes, turistas nacionales e internacionales, visitantes ocasionales.	
Sistema Administrativo.	Administrador del mercado, secretaria, personal administrativo, personal financiero.	Funcionarios municipales, inspectores, autoridades parroquiales, reuniones administrativas.	
Sistema Logístico y Servicios	Personal de carga y descarga, bodegueros, personal de mantenimiento, limpieza, jardinería, seguridad.	Proveedores, distribuidores, transportistas, técnicos especializados.	
Sistema Comunitario.	Personal de ludoteca, facilitadores de talleres, coordinadores comunitarios.	Niños, familias, estudiantes, adultos mayores, participantes de talleres y actividades educativas.	
Sistema Cultural Y Recreacional	Coordinadores culturales, organizadores de eventos	Artistas, expositores, asistentes a ferias, visitantes de exposiciones y eventos comunitarios. Deportistas, jóvenes, niños, espectadores, usuarios de la cancha multiuso	
Sistema Urbano y Espacio Público.	Personal de mantenimiento del espacio público, seguridad exterior.	Peatones, ciclistas, usuarios de la plaza central, personas que utilizan únicamente graderíos, áreas verdes o espacios de estancia.	

Figura 31: *Clasificación de usuarios de San Antonio de Pichincha.*

Las personas que viven en San Antonio de Pichincha son las que más compran en el mercado. Son ellas las que hacen que el mercado sea más activo en ciertas horas del día. Los turistas que visitan la zona porque está cerca de la Mitad del Mundo también son importantes para la economía, aunque todavía no están muy conectados con el mercado. Los productores que vienen de vez en cuando sirven

como un enlace entre el campo y la ciudad, y hacen que el mercado sea más dinámico con sus ventas temporales.

Esto muestra que hay muchas personas diferentes involucradas, cada una con su propio ritmo de uso del espacio. Esto requiere una propuesta que pueda adaptarse a las diferentes necesidades al mismo tiempo. Al analizar esto, se confirma que el Mercado Parroquial necesita ser mejorado lo antes posible. La propuesta busca mejorar los puestos de los comerciantes que siempre están allí, hacer que la gestión del mercado sea más eficiente, integrar bien a los turistas y compradores que vienen de vez en cuando, y fortalecer la conexión entre la producción de la región y el comercio del barrio.

2.5. Necesidades y requerimientos

Los requerimientos críticos para el Mercado Parroquial de San Antonio de Pichincha se identificaron a partir de observación directa en el terreno, levantamiento de información y datos institucionales y académicos. Desde el urbanismo contemporáneo, estas necesidades surgen de la relación entre las exigencias sociales, la infraestructura disponible y las condiciones del espacio construido (Gehl, 2011; UN-Habitat, 2020).



Figura 32: *Registro fotográfico dentro del mercado*

En cuanto al abastecimiento, el mercado sigue siendo el principal centro de suministro de alimentos y productos básicos para la población. Sin embargo, las limitaciones en el acopio, la mala ventilación y una distribución interna poco funcional le restan eficiencia al servicio, algo especialmente grave en zonas periféricas, donde estos espacios son clave para la seguridad alimentaria (FAO, 2020).

En la parte comercial, los principales problemas son la distribución irregular de los puestos, la falta de una zonificación clara por tipo de producto y la mezcla de actividades que no deberían coexistir, lo que genera roces entre los propios comerciantes. El trabajo de campo confirma que esto se traduce en una sensación general de desorden. A esto se suma el comercio informal que se desborda en el perímetro, aumentando la competencia no regulada y dejando claro que se necesitan estrategias de diseño que ayuden a integrarlo (De Soto, 1989; Hernández, 2018).



Figura 33: *Evidencias del trabajo de campo sobre las necesidades del mercado.*

Sobre la accesibilidad, el problema principal es la cercanía con la vía E28, una arteria de alta velocidad que pone en riesgo a los peatones y dificulta el acceso al mercado (Banister, 2008). Además, las aceras están ocupadas por comercio informal, lo que reduce el espacio para circular y para el encuentro social, generando conflictos por el uso del suelo. Encontrar un equilibrio entre la actividad comercial y el espacio libre es fundamental para que cualquier sector urbano tenga vida (Jacobs, 1961).

En cuanto a confort y seguridad, el diagnóstico muestra mala ventilación, poca luz natural, exceso de calor y un sistema de manejo de desechos que ya no da abasto, factores que afectan tanto la experiencia de compra como la sensación de seguridad (Gehl, 2011). Todo esto confirma que la regeneración integral del Mercado Parroquial es urgente. El diseño se plantea como la solución para resolver estas fallas, reordenar el entorno inmediato y consolidar al mercado como la infraestructura más importante de la parroquia.



Figura 34: *Collage Fotografías de: congestión accesibilidad deterioro basura iluminación*

2.6. Programa arquitectónico

El programa para el Mercado Parroquial se basa en la combinación de factores sociales, económicos y espaciales que se identificaron en el diagnóstico. El diseño del mercado se fundamenta en la organización funcional y la legibilidad urbana, considerando el edificio como un conjunto de actividades interconectadas que requieren recorridos fluidos, espacios claros y una buena eficiencia operativa.

Los elementos que se incluyen en el mercado son la venta de productos frescos, abarrotes, comidas preparadas, áreas para carga y descarga, almacenamiento, oficinas administrativas, servicios sanitarios y zonas de circulación. Además, se consideran usos para la atención turística y espacios para ferias temporales, lo que le da al mercado un carácter multifuncional.

La propuesta de diseño organiza el espacio en cinco bloques principales: el bloque de perecederos y alimentos frescos, el bloque de secos y abarrotes, el patio de comidas, el bloque de gestión y servicios técnicos, y el área de carga con su cuarto de residuos. Esta distribución busca evitar mezclas que no deberían ocurrir, pero mantiene la conexión y la continuidad entre los diferentes espacios.

Al considerar el programa desde esta perspectiva, se confirma que la regeneración del mercado es el camino correcto para mejorar su rendimiento, reorganizar sus actividades y consolidar una infraestructura moderna y bien adaptada a la realidad de la parroquia.

2.7. Síntesis social y programática

Al combinar los datos sobre la población, la cultura, la economía, las necesidades de los usuarios y el estado del edificio, se crean las bases del proyecto. Desde el urbanismo social y el diseño participativo, el programa arquitectónico deja de ser solo una lista de metros cuadrados y se convierte en una respuesta concreta a las necesidades reales del territorio.

Los expertos como Gehl y Ching han hablado sobre esto.

Al analizar las necesidades de cada grupo de usuarios, queda claro que los comerciantes necesitan puestos limpios, ordenados y seguros. Los compradores necesitan recorridos fáciles, accesibilidad para todos y un buen ambiente. El comercio informal del perímetro necesita espacios que le permitan integrarse a la economía formal. Los turistas y visitantes necesitan un espacio fácil de entender y con una fuerte identidad ligada a la memoria de la parroquia.

La propuesta se basa en la eficiencia, la inclusión social, la flexibilidad de los espacios y la conexión con la calle. Se busca una jerarquía clara en los flujos, módulos comerciales que se adapten a distintos negocios y recorridos sin barreras. El mercado debe ser una extensión de la vida urbana.

El proyecto se centra en tres puntos: recuperar el papel del mercado como centro de la ciudad, reorganizar su funcionamiento interno y conectarlo con su entorno. Estos tres puntos trabajan juntos para lograr un equilibrio entre la forma, la función y el contexto real del lugar. Expertos como Ching y Lynch han hablado sobre esto.

Todo esto confirma la urgencia de regenerar el Mercado Parroquial, como respuesta a las necesidades de la comunidad y como impulso para el tejido social, la economía y la calidad de vida urbana de San Antonio de Pichincha.

2.8. Referentes arquitectónicos

El análisis de referentes permite sustentar las decisiones de diseño del proyecto, entendiendo cómo otros mercados contemporáneos han resuelto problemas parecidos de integración urbana, renovación funcional, identidad arquitectónica y activación del espacio público..

Mercado Santa Caterina (Barcelona, España)

Lo que dejan Enric Miralles y Benedetta Tagliabue con Santa Caterina es una lección importante. Un mercado histórico en un barrio antiguo no tiene que estar cerrado. La propuesta se centra en una gran cubierta ondulada y de colores. Esta cubierta no solo techa el comercio, sino que también es como una imagen que une el edificio con el resto de Barcelona.

Un gran acierto que tienen fue romper la barrera entre dentro y fuera. Los arquitectos abrieron los bordes y crearon pequeñas plazas. Lograron que los caminos peatonales de la ciudad pasaran directamente por el mercado. Básicamente, convirtieron un mercado tradicional en una plaza pública con techo.

Demostraron que la arquitectura de hoy puede mejorar un barrio antiguo sin borrar su historia.



Figura 35: *Santa Catarina Market. Taken on 26 May 201. Recuperado de:*

https://web.archive.org/web/20161023234016/http://www.panoramio.com/photo/61868764

Mercado 9 de Octubre (Cuenca, Ecuador)

A nivel local, el caso del Mercado 9 de Octubre en Cuenca funciona bien para entender cómo se organiza el abasto en nuestra propia realidad. Su fuerte es la distribución en planta: tiene una división por pisos y sectores clara que separa los productos frescos de los abarrotes secos y el patio de comidas típicas. Pero el caso de Cuenca también es valioso por lo que expone como problema. Al igual que pasa en casi todos los mercados municipales del país, padece de saturación en las horas pico, el comercio

informal se toma las veredas de alrededor y las instalaciones técnicas piden una renovación. Este referente nos da el mapa de lo que funciona en distribución, pero también nos advierte sobre los errores de gestión espacial y falta de mantenimiento que el proyecto de San Antonio tiene que resolver.



Figura 36: *Rehabilitación Del Mercado 9 De Octubre. Recuperada de: https://arquitecturapanamericana.com/rehabilitacion-del-mercado-9-de-octubre/*

Mercado Huimanguillo (México)

Huimanguillo es un buen ejemplo de cómo hacer un mercado mediano de forma práctica. La propuesta es simple y funciona bien para un clima difícil: cubiertas ligeras, aberturas grandes para que el aire circule solo, y una estructura armada con módulos repetidos que ordenan los puestos. Lo bueno de este mercado es justamente eso: es sencillo, cuesta poco, se construye rápido y necesita poco mantenimiento, algo clave cuando se trabaja con presupuestos ajustados en zonas periféricas. Su forma modular sirve como referencia para armar plantas flexibles y eficientes.



Figura 37: *Mercado público Huimanguillo / 128 arquitectura y diseño urbano. Tomada por F8PHOTO. Recuperada de: https://images.adsttc.com/media/images/6538/1005/ad61/4601/7c6d/946c/slideshow/mercado-publico-huimanguillo-128-arquitectura-y-diseno-urbano_1.jpg?1698172960*

Criterios adoptados para el proyecto

De estos tres referentes salen las reglas para el diseño del Mercado Parroquial de San Antonio de Pichincha:

- Conexión con la calle: Queremos que el mercado sea una continuación de la vereda, no un bloque cerrado. Así, la gente puede entrar y salir con naturalidad. Es como en Santa Caterina, donde la gente se mueve con libertad.
- Zonificación clara: El mercado se organizará por tipo de producto. Habrá zonas para cárnicos, verduras, productos secos y comidas. De esta forma, evitamos cruces y cuellos de botella.
- Flexibilidad por módulos: Nos inspiramos en Huimanguillo para crear módulos flexibles. Usaremos una grilla repetitiva para que, si las necesidades del barrio cambian, podamos reorganizar los locales sin problemas.

- Imagen moderna: Quitaremos las paredes ciegas y crearemos varios accesos. Así, la gente puede circular sin inconvenientes, Queremos que el mercado tenga una identidad visual fuerte. Será un referente en la zona, que ahora está desordenada.
- Estrategias ambientales pasivas: En lugar de usar aire acondicionado, aprovecharemos la ventilación cruzada. También usaremos techos con cámara de aire y aberturas en el techo para aprovechar la luz natural.

Al Diseñar bajo estos criterios asegura que el proyecto no se solo estético, sino que también funcione y responda a lo que la gente busca y necesita.

3. CAPÍTULO 3. ESTRATEGIAS DE INTERVENCIÓN URBANA Y ARQUITECTÓNICA

3.1. Fundamentación conceptual

Para sustentar la regeneración del mercado hay que pensar en tres cosas: recuperar el entorno urbano, el valor de tener un buen equipamiento público, y una arquitectura que ayude a unir a la comunidad. No se trata de borrar lo que ya existe y empezar de cero, sino de aprovechar lo construido y rescatarlo (Roberts, Sykes & Granger, 2016; UN-Habitat, 2020).

Visto así, el mercado es un sistema vivo y complejo. Su vitalidad depende de que haya distintos usos y actividad constante alrededor, algo que hoy casi no existe (Jacobs, 1961).

El edificio no se piensa como algo aislado, sino como un punto central que puede ordenar los flujos económicos, sociales y de movilidad que hoy saturan la parroquia. Reorganizar este espacio ayuda a que el territorio se entienda mejor y recupere el orden (Lynch, 1960).

En cuanto al diseño, la idea es lograr un mercado abierto, conectado con la vereda, con recorridos claros y zonas donde la gente pueda quedarse y encontrarse (Ching, 2015).

Con esto en mente, las reglas son claras: darle protagonismo al peatón, ordenar bien las funciones internas, apostar por espacios flexibles y recuperar el mercado como un símbolo importante para la identidad de la zona, siguiendo la idea de ciudades caminables, seguras e inclusivas (Gehl, 2011;

UN-Habitat, 2020). Esto no busca solo mejorar la apariencia del edificio, sino proteger este tipo de espacios en la periferia de Quito, con infraestructura que funcione bien y dure en el tiempo.

3.2. Estrategias de intervención urbana

El objetivo aquí es cambiar por completo la relación del mercado con la ciudad, fortaleciendo su papel dentro de una parroquia que crece rápido. Intervenir un espacio que ya existe implica aprovechar mejor el suelo, mejorar la movilidad y recuperar espacio público que hoy está desaprovechado (UN-Habitat, 2020; Gehl, 2011).

Conectar bien el mercado con la vía E28 y las calles cercanas es clave para que deje de estar aislado y se convierta en un punto que ordene el territorio (Lynch, 1960). Además, consolidar el mercado como el centro económico y social de la zona ayuda a frenar la dispersión de pequeños comercios que hoy fragmentan el sector. Esto significa reorganizar los accesos, darle orden a los flujos y buscar la forma de integrar tanto al comercio formal como al informal (Lynch, 1960; Carrión & Erazo, 2012).

También es clave activar el espacio público, convirtiendo las calles cercanas en lugares para caminar, quedarse y encontrarse. Esto se logra con veredas continuas, fachadas activas y zonas de descanso, porque la vitalidad de un barrio se mide por la calidad de sus espacios públicos, no por cuántos autos caben (Gehl, 2011).

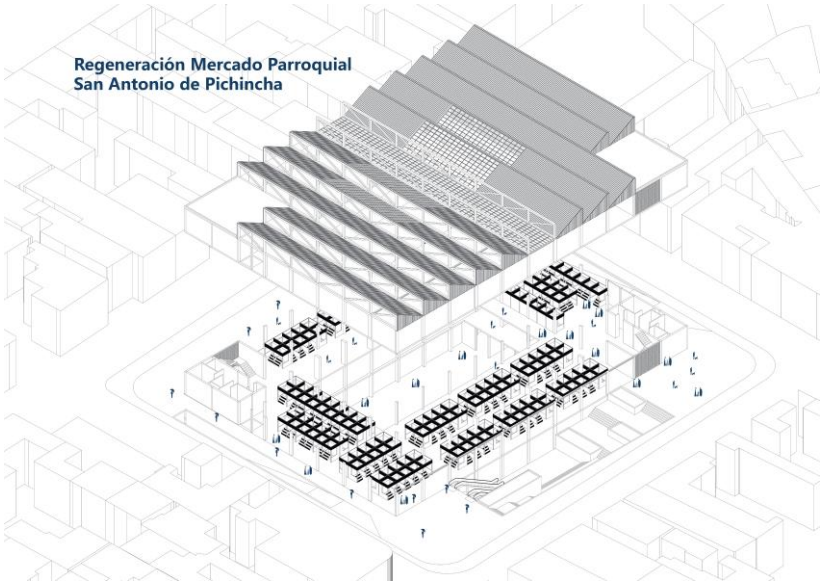


Figura 38: *ilustración referente al proyecto.*

Ordenar los flujos ayuda a resolver el caos peatonal, vehicular y de carga. La idea es separar las rutas que no deberían mezclarse y darle jerarquía a los accesos, reduciendo accidentes y la sensación de inseguridad alrededor del mercado (Banister, 2008; Gehl, 2011). Al final, el mercado y la ciudad se influyen mutuamente: apostar por espacios abiertos y conectados es lo que realmente mantiene vivo este sector (Jacobs, 1961). Todo esto no es un lujo, es necesario para conectar el mercado con la ciudad y convertirlo en un motor de desarrollo ordenado para San Antonio de Pichincha.

3.3. Estrategias de implantación

La ubicación del nuevo mercado en el terreno es fundamental para que sea un éxito. Debe conectar bien con lo que ya está construido y con la vida del barrio. Hoy en día, no tiene sentido pensar en los equipamientos públicos como bloques cerrados. La arquitectura debe funcionar como una extensión de la ciudad, con continuidad y bordes abiertos.

El diseño del nuevo mercado evita el esquema de “caja cerrada” que tiene el mercado actual. Se plantea como un espacio conectado con las calles cercanas, que une los flujos residenciales, comerciales y de transporte. Esto responde a la realidad de que el comercio informal y el movimiento

de gente ya se desbordaron del mercado actual hace tiempo. Por eso, el diseño asume esa realidad y propone fachadas activas que integren esas dinámicas en vez de bloquearlas.

Las esquinas son puntos clave en el diseño del mercado. Los cruces del terreno no son solo el encuentro de dos calles, son puntos donde se concentra mucha actividad. La idea es transformar esas esquinas en accesos abiertos, con varias entradas, superficies transparentes y servicios que atraigan gente desde distintas direcciones. Esto mejora que el edificio se entienda mejor y se conecte con la ciudad.

El diseño del mercado también incluye recorridos sin barreras. La accesibilidad se resuelve organizando bien las rutas de peatones, vehículos y camiones de servicio. El diseño incluye accesibilidad universal de forma natural, con rampas, pisos continuos y accesos bien diferenciados entre los principales y los técnicos. Tener varios puntos de entrada evita que todos se concentren en un solo acceso. Esto va más allá de lo físico, es una forma de incluir a toda la población en el uso del espacio.

El suelo del mercado funciona como una plaza pública. El límite entre el mercado y la calle prácticamente desaparece, dando paso a una transición limpia y sin obstáculos. El exterior funciona casi como un espacio abierto, con plazas, bancas y áreas que sirven tanto para comercio temporal como para arte urbano o reuniones del barrio. No se trata solo de embellecer la vereda, sino de devolverle a la comunidad ese espacio como suyo. Un buen entorno urbano se mide por su capacidad de retener a la gente y generar encuentros espontáneos, algo que depende de qué tan bien se conectan el edificio y la ciudad.

3.4. Estrategias arquitectónicas

La propuesta de diseño traduce los problemas encontrados en el diagnóstico en una respuesta clara, flexible y funcional. Diseñar un espacio público de esta complejidad exige resolver al mismo tiempo la forma, la función y la experiencia de quien lo usa, uniendo circulaciones, zonas de estancia y áreas técnicas en un solo sistema que tenga sentido (Ching, 2015; Alexander, 1977).

El partido arquitectónico: un conector poroso

La idea central del proyecto deja de lado la idea de un edificio cerrado y apuesta por una arquitectura abierta. Todo el diseño se organiza alrededor de un eje central que atraviesa la planta, conectando los distintos bloques del programa y permitiendo que la vista y los recorridos fluyan sin obstáculos entre el interior y la calle. La idea es que la arquitectura funcione casi como una extensión del espacio público. El objetivo es eliminar las fachadas ciegas para activar el borde urbano y convertir al mercado en el principal punto de atracción de la parroquia.

Zonificación y control de flujos

La planta se divide en sectores especializados pero conectados entre sí, buscando que el mercado funcione bien sin perder continuidad.

Las zonas principales son:

- Zona de perecederos y alimentos frescos
- Abarrotes secos,
- Patio de comidas
- Oficinas de gestión
- El área de carga.

Esta división cono indica Alexander (1977), se debe a razones de higiene y funcionalidad. Al separar las actividades ruidosas o con mucho movimiento de las zonas de descanso, se evitan conflictos. Además, las actividades con más interacción social se ubican en los bordes del terreno, más expuestos, para conectar mejor con el barrio.

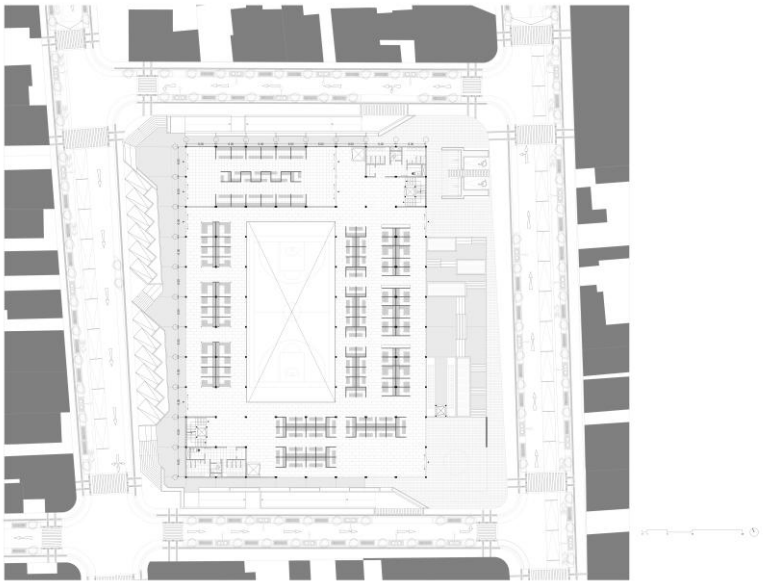


Figura 39: *Planos representando la planta baja*

Organización funcional por gradientes

El diseño parte de cruzar el tipo de usuario con sus recorridos diarios. La primera regla es separar totalmente las rutas de abastecimiento de mercancía de los recorridos de los clientes, evitando así accidentes y cuellos de botella en los pasillos. Las circulaciones internas se plantean como recorridos claros y continuos, fáciles de entender para quien visita el lugar. El mercado se organiza por niveles de actividad: los puntos de mayor movimiento (ventas y comida) forman el núcleo, los espacios de transición funcionan como filtros intermedios, y las zonas de menor actividad (oficinas y cuartos técnicos) quedan en los puntos con menos presión social (Ching, 2015).

Jerarquización del espacio

El diseño organiza claramente la experiencia dentro del edificio. En el nivel más importante están las naves de venta y los pasillos peatonales internos, que concentran la mayor parte de la vida del mercado. Un nivel más abajo están los espacios secundarios, pensados para el descanso, el encuentro y la transición térmica. Y en el último nivel están las áreas de soporte: bodegas, cuartos fríos y espacios técnicos. Esta diferencia de escalas y alturas hace que el proyecto sea más fácil de entender, sin necesidad de mucha señalización (Alexander, 1977).

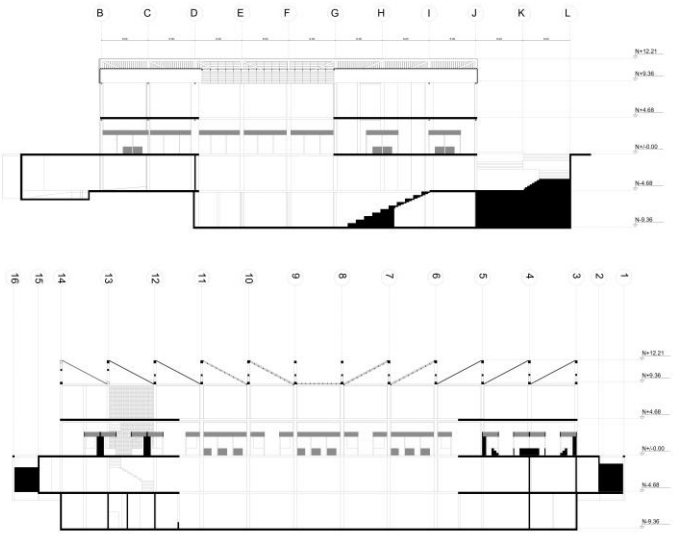


Figura 40: *Cortes referentes al proyecto.*

Elementos flexibles y arquitectura evolutiva

El mercado se piensa como un sistema abierto, evitando estructuras rígidas que se vuelven obsoletas rápido. La flexibilidad es clave para que el edificio se adapte a los cambios en la demanda, las temporadas altas de comercio y los eventos de la comunidad. Para esto, el diseño usa módulos de venta repetibles y estandarizados, plazas interiores de uso múltiple y sectores que pueden cambiar de configuración para recibir ferias de fin de semana o asambleas parroquiales. Esta capacidad de adaptación permite que el mercado evolucione junto con la economía local y la realidad de San Antonio (Koolhaas, 1995; UN-Habitat, 2020).

3.5. Estrategias técnico-constructivas

Que el nuevo Mercado Parroquial sea viable depende de criterios claros: buen rendimiento estructural, resistencia al desgaste, bajo costo de mantenimiento y equilibrio con el clima. Cuando se diseña un equipamiento público de uso tan intensivo, las decisiones constructivas no son solo cálculos de ingeniería; también definen el comportamiento térmico del edificio, su flexibilidad a futuro y la calidad espacial que vive el usuario día a día (Frampton, 1995; Ching, 2015).

Esqueleto estructural y grandes luces

La propuesta deja de lado las tramas cerradas de columnas y opta por un sistema mixto de hormigón armado y acero. Esto permite tener espacios libres amplios, necesarios para la dinámica comercial, sin obstáculos que interrumpan los pasillos o la organización de los puestos. Los elementos más rígidos, como las gradas y los baños, se agrupan en núcleos compactos que le dan estabilidad al edificio frente a sismos, sin afectar la apertura de la planta.

Materialidad táctil de alta resistencia

Los materiales se eligen pensando en la higiene, la durabilidad y el clima del sector. Para la estructura principal se usa hormigón visto o enlucidos resistentes, combinados con superficies ligeras de metal perforado, policarbonato y vidrio templado en las zonas más expuestas al sol. Por dentro, los locales comerciales necesitan superficies lavables, impermeables y fáciles de limpiar, cumpliendo con las normas sanitarias. El diseño también busca usar materiales de bajo impacto ambiental, para que el edificio transmita limpieza, orden y confianza (UN-Habitat, 2020.

La cubierta como dispositivo ambiental

La cubierta del mercado es, al mismo tiempo, su imagen más representativa y su principal herramienta para el confort ambiental. Se plantea un techo ligero, sostenido con cerchas metálicas o estructuras reticulares que cubren las naves de venta. En vez de ser una superficie cerrada, el techo se abre para incluir aberturas que dejan entrar luz natural y ayudan a que salga el aire caliente. La forma del techo también está pensada para dar sombra y evacuar rápido el agua de lluvia, algo importante en esta zona.

Criterios de sostenibilidad pasiva

El proyecto incorpora criterios que permiten reducir los costos de mantenimiento desde la etapa de diseño. En el interior, las condiciones de confort se favorecen mediante estrategias pasivas, como la ventilación natural derivada de la orientación del edificio, el aprovechamiento de la iluminación natural para disminuir el consumo de energía eléctrica y el diseño de una cubierta adaptada a las condiciones

climáticas de San Antonio. Asimismo, se propone un sistema de captación y filtración de aguas lluvias destinado al abastecimiento de los sanitarios y a las labores de limpieza de las áreas de comercialización de pescado. Estas estrategias se complementan con una estructura modular que facilita el reemplazo de elementos y la ampliación futura del mercado sin intervenir la estructura principal, prolongando su vida útil y reduciendo el impacto ambiental, de acuerdo con lo señalado por (UN-Habitat, 2020).

La incorporación de estas soluciones contribuye a garantizar un funcionamiento eficiente del mercado a largo plazo, consolidándolo como una infraestructura pública resistente, adaptable y capaz de responder a las exigencias del uso cotidiano, favoreciendo además su permanencia e integración dentro de la parroquia..

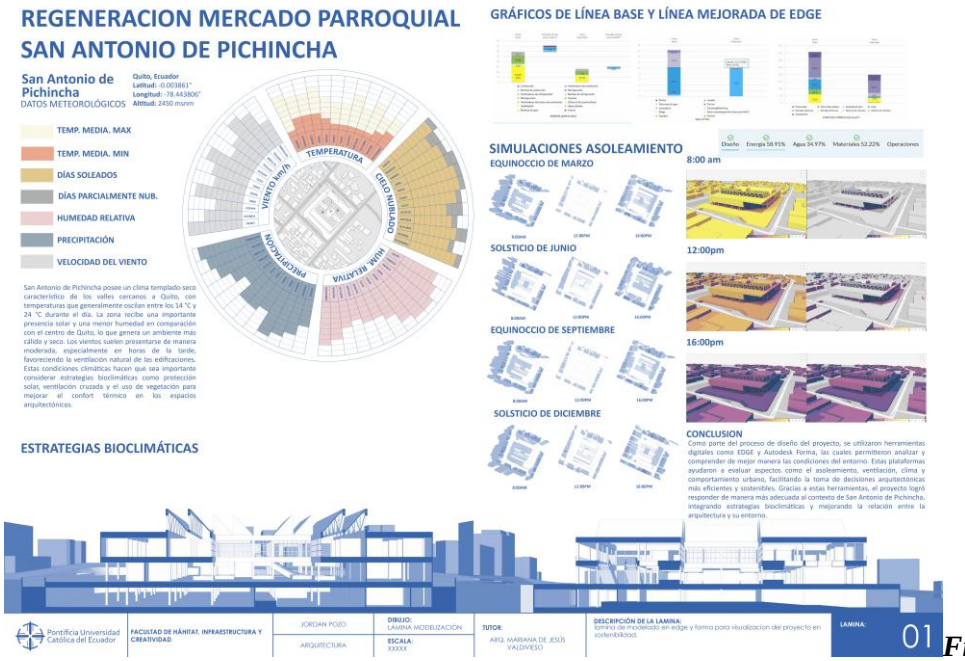


Figura 41: *Lamina estrategias bioclimáticas.*

3.6. Criterios de diseño resultantes

Los lineamientos que guían esta propuesta resumen todo lo que se encontró en las etapas anteriores: el diagnóstico urbano, social, comercial y técnico. No son ideas sacadas de la nada, sino una lectura del territorio basada en la idea de que la arquitectura conecta a las personas, el edificio y la ciudad (Gehl, 2011; Ching, 2015; UN-Habitat, 2020).

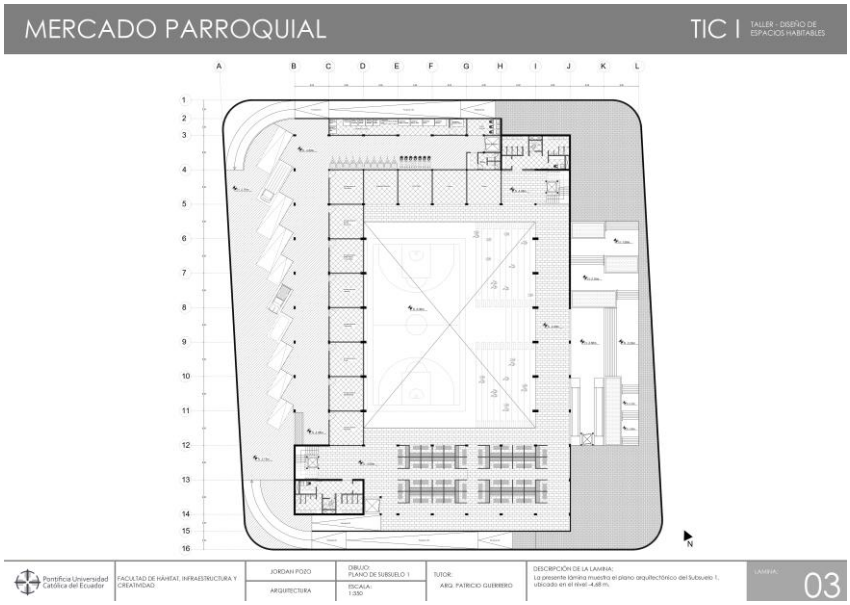


Figura 42: *plano planta baja referente al proyecto.*

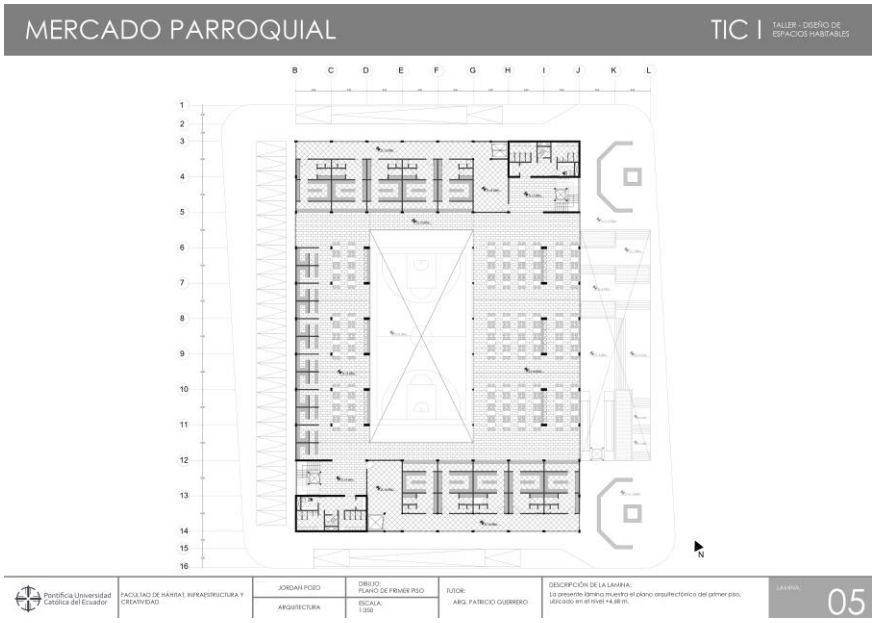


Figura 43: *plano primer piso referente al proyecto.*

Conexión con la ciudad

Lo primero es conectar el edificio con el resto de la parroquia, para que sea el punto principal de la red local. Esto significa conectar bien los flujos de vehículos y peatones con la vía Calacalí–La Independencia (E28) y las calles cercanas, transformando el borde actual, hoy deteriorado, en una zona activa y abierta. El diseño evita los cambios bruscos y busca que la calle, las plazas de entrada y el

interior del mercado se conecten de forma natural, para que el barrio no se siga fragmentando. Al final, tener bien organizados los puntos, recorridos y bordes es lo que hace que un proyecto urbano sea fácil de entender (Lynch, 1960).

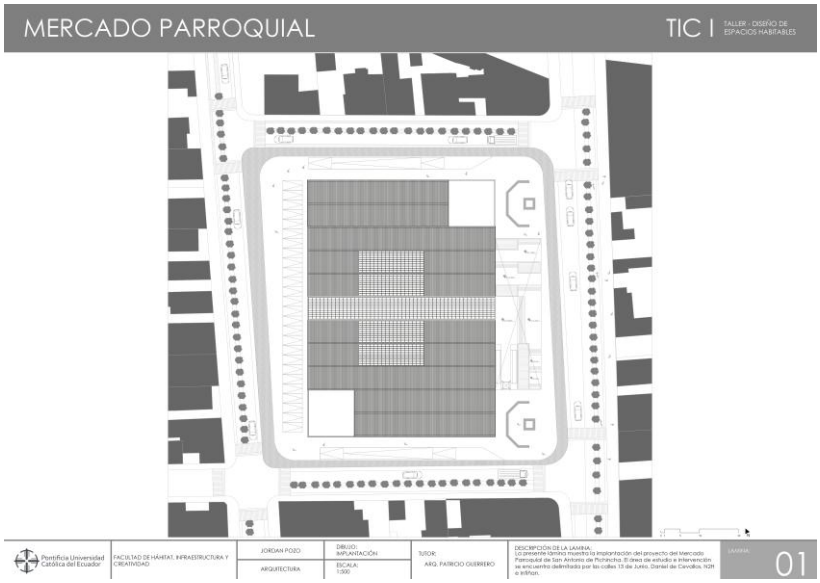


Figura 44: *implantación referente al proyecto.*

Funcionamiento del espacio

La distribución del mercado busca evitar los roces diarios entre las distintas actividades y usuarios. El diseño separa por completo los recorridos de los clientes, las rutas de carga y descarga, y los pasillos técnicos de mantenimiento, para garantizar seguridad. Los puestos se agrupan por tipo de producto y por normas sanitarias, lo que hace más fácil entender el lugar y evita mezclas que no deberían pasar. Además, la planta está pensada para ser flexible, de modo que el mercado pueda cambiar de configuración según los picos de venta del fin de semana o para asambleas comunitarias..

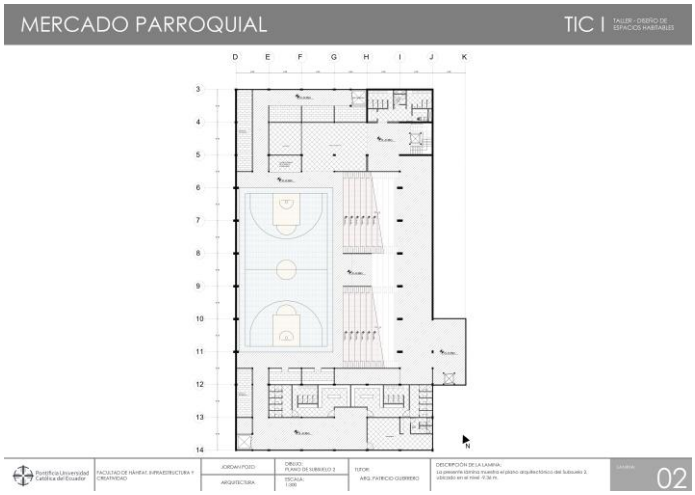


Figura 45: *plano subsuelo 2 referente al proyecto.*

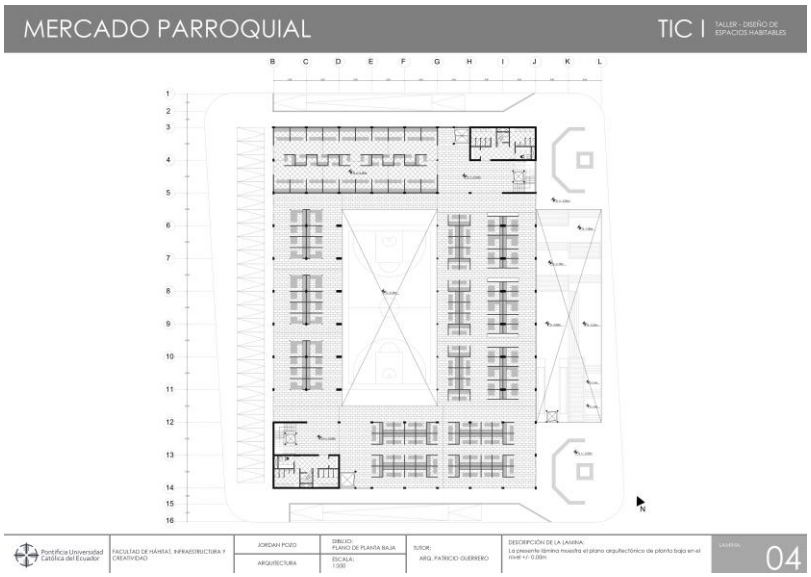


Figura 46: *plano subsuelo1 referente al proyecto.*

Experiencia del espacio

El edificio ya no se ve como un lugar cerrado. Ahora se piensa en ejes claros, puntos de encuentro y zonas de transición. La idea es resolver la parte comercial, pero también incluir espacios para descansar y que los vecinos se encuentren. Queremos que el mercado vuelva a tener un papel social importante. Las fachadas retráctiles o transparentes hacen que los límites del edificio sean menos rígidos. Así, el interior se siente como una extensión de la calle, según Gehl en el año 2011.

Confort ambiental

La forma del edificio se adapta al clima y a la orientación solar de San Antonio de Pichincha. El confort se logra con estrategias pasivas. Esto significa buena ventilación cruzada, aberturas que dejan entrar luz sin sobrecalentar los espacios, y cubiertas que reducen el sol directo. También se incluyen sistemas para aprovechar el agua de lluvia en la limpieza y materiales que no dañan el ambiente. Esto es lo que se espera de cualquier obra pública, como dice la UN-Habitat en el año 2020.

Lógica constructiva

El mercado es grande, así que se necesita una estructura modular, resistente y duradera. Esta estructura debe aguantar el uso diario. Se va a usar una combinación de hormigón y acero. Esto libera el suelo de columnas y da más flexibilidad a la planta. Los materiales son resistentes y fáciles de limpiar. Aguantan la humedad sin necesitar mucho mantenimiento. La estructura se organiza en una grilla modular. Esto facilita la construcción y permite ampliar el mercado más adelante sin afectar su resistencia ante sismos.

Todos estos criterios juntos dan una base sólida para pasar del papel al diseño arquitectónico. Cada decisión responde a lo que realmente necesita la parroquia, tanto en lo urbano como en lo espacial, ambiental y constructivo.

BIBLIOGRAFIA

128 Arquitectura y Diseño Urbano. (2016). *Huimanguillo Market – Proyecto y memoria arquitectónica*.

ArchDaily. (2017). *Huimanguillo Market / 128 Arquitectura y Diseño Urbano*. Recuperado de: https://www.archdaily.com/1008922/huimanguillo-market-128-arquitectura-y-diseno-urbano

Administración Zonal La Delicia. (2022). *Informe narrativo de rendición de cuentas: Período fiscal 2021*. Municipio del Distrito Metropolitano de Quito.

Alexander, C. (1977). *A pattern language*. Oxford University Press.

Alexander, C., Ishikawa, S., & Silverstein, M. (1977). *A pattern language: Towns, buildings, construction*. Oxford University Press.

Ayuntamiento de Barcelona. (2005). *Mercat de Santa Caterina – Project documentation*. https://ajuntament.barcelona.cat

Banister, D. (2008). *Sustainable mobility and urban form*. *Transport Policy*.

Banister, D. (2008). *The sustainable mobility paradigm*. *Transport Policy, 15*(2), 73–80.

Bazant, J. (2014). *Manual de diseño urbano*. Editorial Trillas.

Borja, J., & Muxí, Z. (2003). *El espacio público: Ciudad y ciudadanía*. Electa.

Braudel, F. (1982). *The wheels of commerce*. Harper & Row.

Burgess, E. W. (1925). *The growth of the city*. En *The City* (Park, Burgess & McKenzie). University of Chicago Press.

Carr, S., Francis, M., Rivlin, L., & Stone, A. (1992). *Public Space*. Cambridge University Press.

Carrión, F., & Erazo, J. (2012). *La forma urbana de Quito: historia de centros y periferias*. *Bulletin de l'Institut Français d'Études Andines, 41*(3), 503–522.

Carrión, F., & Erazo, J. (2012). *La forma urbana de Quito: centros y periferias*. *EURE, 38*(114), 5–28.

Cárdenas, J., & Castillo, M. (2018). *Mercados urbanos y deterioro de infraestructura en ciudades latinoamericanas*. *Revista INVI, 33*(92), 45–67.

Cervero, R. (1998). *The transit metropolis: A global inquiry*. Island Press.

Ching, F. D. K. (2014). *Arquitectura: Forma, espacio y orden*. Editorial Gustavo Gili.

Ching, F. D. K. (2015). *Architecture: Form, space, and order*. Wiley.

Constitución de la República del Ecuador. (2008).

De Soto, H. (1989). *The other path*. Harper & Row.

De Soto, H. (1989). *The other path: The invisible revolution in the Third World*. Harper & Row.

FAO. (2012). *El contexto del crecimiento urbano en Quito*. Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. https://www.fao.org

FAO. (2020). *Food systems and urban markets*. https://www.fao.org

Frampton, K. (1995). *Studies in tectonic culture*. MIT Press.

Gakenheimer, R. (1999). *Urban mobility in the developing world*. *Transportation Research Part A, 33*(7–8), 671–689.

García Canclini, N. (1995). *Consumidores y ciudadanos: Conflictos multiculturales de la globalización*. Grijalbo.

Gehl, J. (2010). *Cities for People*. Island Press.

Gehl, J. (2011). *Life between buildings*. Island Press.

Gehl, J. (2011). *Life between buildings: Using public space*. Island Press.

Hegger, M., Fuchs, M., Stark, T., & Zeumer, M. (2008). *Energy Manual: Sustainable Architecture*. Birkhäuser.

Hernández, F. (2018). *Mercados populares y economía urbana en América Latina*. *Revista EURE*. https://revistaeure.cl

Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC). (2022). *Censo de Población y Vivienda 2022*. INEC.

Jacobs, J. (1961). *The Death and Life of Great American Cities*. Random House.

Jacobs, J. (2011). *Muerte y vida de las grandes ciudades*. Capitán Swing. (Obra original publicada en 1961).

Koolhaas, R. (1995). *S, M, L, XL*. Monacelli Press.

Lefebvre, H. (1991). *The production of space*. Blackwell.

Lynch, K. (1960). *The Image of the City*. MIT Press.

Macanchi Romero, P. V. (2019). *Crecimiento demográfico-espacial y valor del suelo en el área urbanizada de la parroquia de San Antonio de Pichincha (2000–2016)*. Pontificia Universidad Católica del Ecuador. https://repositorio.puce.edu.ec/handle/123456789/13548

Miralles Tagliabue, B. (EMBT). (2005). *Mercado de Santa Caterina – Memoria y documentación técnica*. Barcelona.

Molina Jiménez, J. H. (2026). *Tejido del encuentro e intercambio: Diseño arquitectónico del Mercado Central de San Antonio de Pichincha, en Quito, Ecuador* [Trabajo de titulación, Universidad Politécnica Salesiana]. Repositorio Institucional de la Universidad Politécnica Salesiana.

Moneo, R. (2004). *Theoretical anxiety and design strategies in contemporary architecture*. MIT Press.

Mumford, L. (1961). *The city in history*. Harcourt, Brace & World.

Municipalidad de Cuenca. (2019). *Proyecto de Rehabilitación del Mercado 9 de Octubre: Memoria Técnica*. Cuenca.

Municipio del Distrito Metropolitano de Quito. (2021). *Plan Metropolitano de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (PMDOT 2021–2033)*. Secretaría de Coordinación Territorial y Participación Ciudadana.

Municipio del Distrito Metropolitano de Quito. (2022). *Administración Zonal La Delicia: información institucional y gestión territorial*. https://zonales.quito.gob.ec/

Municipio del Distrito Metropolitano de Quito. (2022). *Plan de movilidad del DMQ y estructura vial metropolitana*. Quito.

Municipio del Distrito Metropolitano de Quito. (2022). *Plan de uso y ocupación del suelo y estructura vial DMQ*. Quito.

Munizaga, G. (2000). *Diseño urbano: teoría y método*. Ediciones Universidad Católica de Chile.

Olgyay, V. (2015). *Design With Climate: Bioclimatic Approach to Architectural Regionalism*. Princeton University Press.

ONU-Hábitat. (2020). *Nueva Agenda Urbana. Manual ilustrado*.

Panerai, P., Castex, J., & Depaule, J. C. (1997). *Formas Urbanas: De la manzana al bloque*. Gustavo Gili.

Roberts, P., Sykes, H., & Granger, R. (2016). *Urban regeneration*. Sage Publications.

Rossi, A. (1982). *La arquitectura de la ciudad*. MIT Press.

Santos, R., & Vera, P. (2020). *Mercados populares y transformación urbana en América Latina*. *EURE, 46*(138), 89–110.

Sassen, S. (2001). *The global city: New York, London, Tokyo*. Princeton University Press.

Serrano, C., & Durán, G. (2020). *Geografía de la fragmentación en el periurbano de Quito: nuevas centralidades en San Antonio de Pichincha*. *Revista EURE*, *46*(137), 247–271.

UN-Habitat. (2020). *World cities report*. https://unhabitat.org

UN-Habitat. (2020). *World cities report: The value of sustainable urbanization*. United Nations Human Settlements Programme.

Universidad Politécnica Salesiana. (2024). *Análisis urbano de San Antonio de Pichincha*. https://dspace.ups.edu.ec

Unwin, R. (2009). *Town planning in practice*. Princeton Architectural Press. (Obra original publicada en 1909).

ViajandoX. (2021). *Parroquias de Quito y estructura territorial del Distrito Metropolitano*. https://ec.viajandox.com/quito/parroquias-de-quito-A3897

World Health Organization (WHO). (2010). *Urban planning and health: Health services in urban areas*. WHO Press.