

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
FACULTAD DE ARQUITECTURA, DISEÑO Y ARTES
CARRERA ARQUITECTURA**

**TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE ARQUITECTO**

**ESPACIO DE ENCUENTRO Y ACTIVACIÓN A PARTIR DE LA PRODUCCIÓN
LOCAL Y LA RIQUEZA CULTURAL EN LA PARROQUIA CALACALÍ**

DAVID ISRAEL SALCEDO GUZMÁN

DIRECTOR: MSC. CÉSAR EDUARDO PÉREZ GUZMÁN

QUITO – ECUADOR

2023

Presentación

El Trabajo de Integración Curricular: “Espacio de encuentro y activación a partir de la producción local y la riqueza cultural en la parroquia Calacalí”, se entrega en un formato digital que contiene: El Volumen I: investigación queda sustento al proyecto arquitectónico. El Volumen II: documento técnico, planos y memoria gráfica del proyecto arquitectónico. Adicionalmente anexos de las asesorías, fotos de la maqueta y la presentación para la defensa pública, todo en formato PDF.

Dedicatoria

No únicamente este proyecto sino la culminación de toda mi carrera universitaria, espero represente para todos quienes están a mi lado, un gran logro y felicidad. A mi madre por su amor, mi padre por sus enseñanzas, mi hermano por su sabiduría, mis amigos por su apoyo, y mi Anita por ser la luz en mi vida.

Agradecimiento

A mi familia por su amor y confianza.
A mis amigos por su aceptar y quererme por ser yo mismo.
A mis compañeros por cada ocasión de competitividad y sufrimiento juntos.
A mis profesores por sus enseñanzas, críticas y exigencias.
A mi Anita por no abandonar mi lado nunca pese a ser tan difícil este objetivo.

Tabla de contenidos

Lista de figuras.....	VI
Lista de tablas.....	VII
Línea de investigación.....	1
Introducción	1
Antecedentes.....	2
Justificación	4
Objetivos	5
Metodología	6
Capítulo 1: Lugar y Contexto / Análisis y Diagnóstico de la parroquia Calacalí.....	8
1.1 Aproximación al territorio y datos generales de la parroquia Calacalí.	8
1.2 Problemática cantonal.	9
1.2.1 Falta de activación	9
1.2.2 Cadena de intermediación.....	10
Capítulo 2: Marco Teórico.....	13
2.1 Mercado	13
2.1.1 Inicio y evolución del mercado o comercio	13
2.1.2 Mercado como elemento organizador y componente clave del entorno urbano	13
2.1.3 Primeros mercados en Ecuador.....	14
2.1.4 Mercado actualmente en el Ecuador.....	15
2.2 Cultura.....	15
2.2.1 Cultura andina o de Ecuador	15
2.2.2 Cultura como elemento social.....	16

2.2.3 Cultura como puente de aprendizaje y conexión entre los pueblos del Ecuador	16
2.2.4 Cultura como elemento trascendental	17
2.2.5 Cultura tangible e intangible en parroquias rurales	18
2.2.6 Cultura en la actualidad y su importancia	19
2.3 Mercado cultural.....	19
2.3.1 Un espacio dinámico para el intercambio y la diversidad.....	19
2.3.2 El poder de los espacios arquitectónicos y culturales: experiencias, identidad y desarrollo socioeconómico.....	20
2.3.3 Comercio local y riqueza cultural: impulsores del Espacio de Encuentro y Activación en la parroquia Calacalí	21
Capítulo 3: Objetivo Arquitectónico y Estrategias.....	23
3.1 Mercado como centro de acopio	23
3.2 Arquitectura para el intercambio y la cultura	23
3.3 Estrategia Conceptual	23
3.4 Estrategias Arquitectónicas	23
3.4.1 Dividir el mercado.....	23
3.4.2 Juegos de plazas	24
3.4.3 Culuncos para la exploración	25
3.4.4 Encuentros inesperados.....	25
3.4.5 Composición entre muros.....	26
3.5 Conclusión final:	27
Bibliografía	29

Lista de figuras

Figura 1: Resumen del proceso de comprensión territorial.....	6
Figura 2: Chocó andino y parroquia Calacalí en Quito.....	8
Figura 3: Chocó andino y parroquia Calacalí en Quito.....	8
Figura 4: Interculturalidad de la parroquia	9
Figura 5: Estadísticas de economía local	10
Figura 6: Estructura de las cadenas de intermediación.....	11
Figura 7: Mercados en zonas urbanas y rurales	14
Figura 8: Manifestaciones Culturales	17
Figura 9: Flujos de comercio histórico entre asentamientos	21
Figura 10: División de mercados	24
Figura 11: Plazas entre mercados	24
Figura 12: Caminos de exploración.....	25
Figura 13: Puntos de vista.....	26
Figura 14: Composición de muros.....	26

Lista de tablas

Tabla 1. Beneficios del proyecto	28
---	-----------

Línea de investigación

El trabajo de integración curricular: "Espacio de encuentro y activación a partir de la producción local y la riqueza cultural en la parroquia Calacalí" está vinculado con la línea de investigación: Hábitat, infraestructura y movilidad (tecnologías de la información y la comunicación; diseño, infraestructura y sistemas sociales y ambientales para un hábitat sostenible).

Introducción

El presente trabajo contiene tres capítulos que se detallan a continuación:

El capítulo uno incluye un análisis general de la parroquia Calacalí, que abarca el estado actual y un diagnóstico enfocado en cuatro aspectos principales: social, económico, turístico y ambiental, a través del análisis de estos aspectos se identificaron las problemáticas más relevantes a nivel parroquial.

El capítulo dos abarca el Marco Teórico, donde se abordan los antecedentes y la evolución del mercado y la cultura tanto a nivel general como nacional, con un enfoque específico en el sector de Calacalí, se exploran también la importancia de estas variables en la actualidad y definiciones necesarias para comprender el proyecto, como el concepto de mercado cultural y la cadena de intermediación. Asimismo, se examina el impacto de los espacios arquitectónicos y culturales en términos de experiencias, identidad y desarrollo socioeconómico, además, se analiza la relación entre el comercio local y la riqueza cultural como impulsores del Espacio de Encuentro y Activación en la parroquia Calacalí.

El capítulo tres contiene los valores conceptuales, formales, funcionales y constructivos que contribuyen al diseño de la propuesta, y se describe la elaboración del plan arquitectónico para el proyecto en cuestión. Se detalla la conceptualización de la propuesta y se presentan los criterios e intenciones que se tuvieron en cuenta para su resolución, se exploran estrategias arquitectónicas específicas, como la división del mercado, la creación de juegos de plazas, el uso de culuncos para la exploración y la generación de encuentros inesperados; además, se examina la composición entre muros y se abordan aspectos relacionados con la materialidad, estructura y servicios del proyecto arquitectónico, se presentan los criterios e intenciones que se tomaron en cuenta para su resolución.

Antecedentes

El comercio es una práctica existente desde tiempos prehistóricos, presente en las sociedades humanas como parte fundamental del desarrollo económico y social. Este se basa en el intercambio de bienes y servicios a través de una moneda o, en sociedades primitivas, del trueque, con el paso del tiempo el comercio ha evolucionado en formas organizadas con la creación de ferias y mercados, permitiendo expandirse y conectar con diferentes regiones y culturas (Sangmeister, 1960).

En la región andina del Ecuador, culturas precolombinas como los Yumbos se dedicaban a la agricultura, cerámica, metalurgia, entre otros, empleando el trueque, comerciaban entre comunidades y pueblos vecinos productos textiles, cerámicos y agrícolas, con el fin de acceder a aquellos que no obtenían de su propia región (León-Portilla, 1962).

En el Ecuador se encuentra ubicada la reserva de la biosfera del Chocó Andino, según Zambrano et al. (2021) esta es una fuente de biodiversidad, recursos renovables y hogar de varias comunidades campesinas e indígenas ricas en cultura y técnicas tradicionales, que generan productos naturales como café, frutas, verduras, plantas medicinales, etc. Existen aquí bosques de los cuales se extrae de manera sostenible la madera, presentando estos factores un fuerte potencial económico para el desarrollo.

La agricultura tradicional es una expresión de la diversidad cultural y los saberes ancestrales locales, gracias a esta se mantiene segura la diversidad biológica de la zona y se logran sistemas alimentarios sostenibles, consiste en técnicas tradicionales estrechamente relacionados al medioambiente, condiciones climáticas y geográficas de la región, que se han perdido debido a la producción moderna de carácter industrial, que tiende al monocultivo y uso de químicos (Alemán et al., 2015).

El mercado es un equipamiento esencial en nuestra sociedad, pues es un elemento organizacional dentro de las ciudades, donde se realiza la compra y venta de productos de primera necesidad. Brinda alimentos frescos, de calidad, regionales y de temporada; además, representan una forma de apoyo y fomento a la producción local, mejorando la economía de la región, reduciendo el consumo y dependencia de productos importados. Es a su vez un medio

de generación de empleo que apoya la economía a nivel familiar de los productores y comerciantes (Méndez et al., 2019).

Representan también un gran apoyo a la producción sostenible, pues los productos naturales que se obtienen mediante prácticas ancestrales son respetuosos con el medio ambiente, debido a que no emplean pesticidas ni fertilizantes químicos. Al respecto, Barrera (2003) indica que las mismas son creadas a partir de cada tipo de ecosistema, mantiene segura la biodiversidad en la zona, son a su vez muy eficientes en el uso de agua y energía, generando así productos frescos que aseguran una alimentación saludable y una fuente de ingreso para su población.

Los mercados no son únicamente un lugar de abastecimiento sino de encuentro social y diversidad cultural. Desde la antigüedad los mercados han sido un sitio de reunión para la población local, donde los habitantes se reúnen para intercambiar noticias, compartir conocimientos y narrar historias. Son espacios donde se preservan tradiciones y costumbres ancestrales como las técnicas de cultivo, las elaboraciones gastronómicas, y producciones artesanales; también son puntos de atractivo turístico que atraen gracias a los productos únicos y distintivos de una región (Ángel-Bravo, 2021).

Justificación

El presente trabajo de integración curricular parte de la creación de un Espacio de Encuentro y Activación basado en la Producción Local y la Riqueza Cultural en la Parroquia Calacalí, se enfoca en la producción local y la riqueza cultural. Este espacio servirá como punto de venta de productos esenciales y naturales exclusivos, respaldando así la agricultura y producción local existente. Además, se pretende que este lugar sea un punto de encuentro para la comunidad, donde se puedan llevar a cabo diversas actividades que fomenten la activación social y cultural de la parroquia.

En la parroquia de Calacalí, se evidencia un valioso potencial en términos de producción agroecológica, sin embargo, este potencial se encuentra subutilizado debido a la falta de activación y apropiación por parte de los habitantes (Méndez et al., 2019). Ante esta problemática, la implementación de mercados basados en la producción local y la riqueza cultural en Calacalí podría ser una oportunidad para revertir esta situación. Estos mercados no solo brindarían un espacio idóneo para el abastecimiento de productos locales frescos y de calidad, fortaleciendo la economía local, sino que también promoverían prácticas agrícolas sostenibles y respetuosas con el medio ambiente (Cevallos y Orbe, 2020).

De igual forma, la creación de estos espacios de encuentro y activación facilitaría el intercambio de conocimientos entre los habitantes de Calacalí, permitiendo el aprendizaje de diversas culturas y técnicas de producción presentes en la región. Este intercambio de conocimientos es crucial para el desarrollo de comunidades estables y sostenibles en el ámbito agrícola (Zambrano et al., 2021); asimismo, los mercados basados en la producción local servirían como puntos de conexión con otras regiones, fomentando la cooperación y el comercio entre distintas localidades, generando un impacto positivo tanto en la economía local como en la identidad cultural de Calacalí (Rodríguez et al., 2018).

En sí, la implementación de mercados basados en la producción local y la riqueza cultural en la parroquia de Calacalí se justifica a partir del potencial subutilizado de la producción agroecológica, la necesidad de activar y apropiar los espacios por parte de los residentes, y los múltiples beneficios económicos, sociales y culturales que esto conllevaría. Estos mercados no solo apoyarían la economía local y promoverían prácticas sostenibles, sino que también

fomentarían el intercambio de conocimientos y la formación de comunidades estables y sostenibles en la región.

Objetivos

General

Diseñar un proyecto arquitectónico que otorgue un espacio para la venta de productos de primera necesidad, así como también productos naturales distinguidos, ofreciendo un apoyo a la potencial producción y agricultura local existente, y fomente la riqueza cultural de la parroquia al ser un sitio de encuentro y activación para sus habitantes.

Específicos

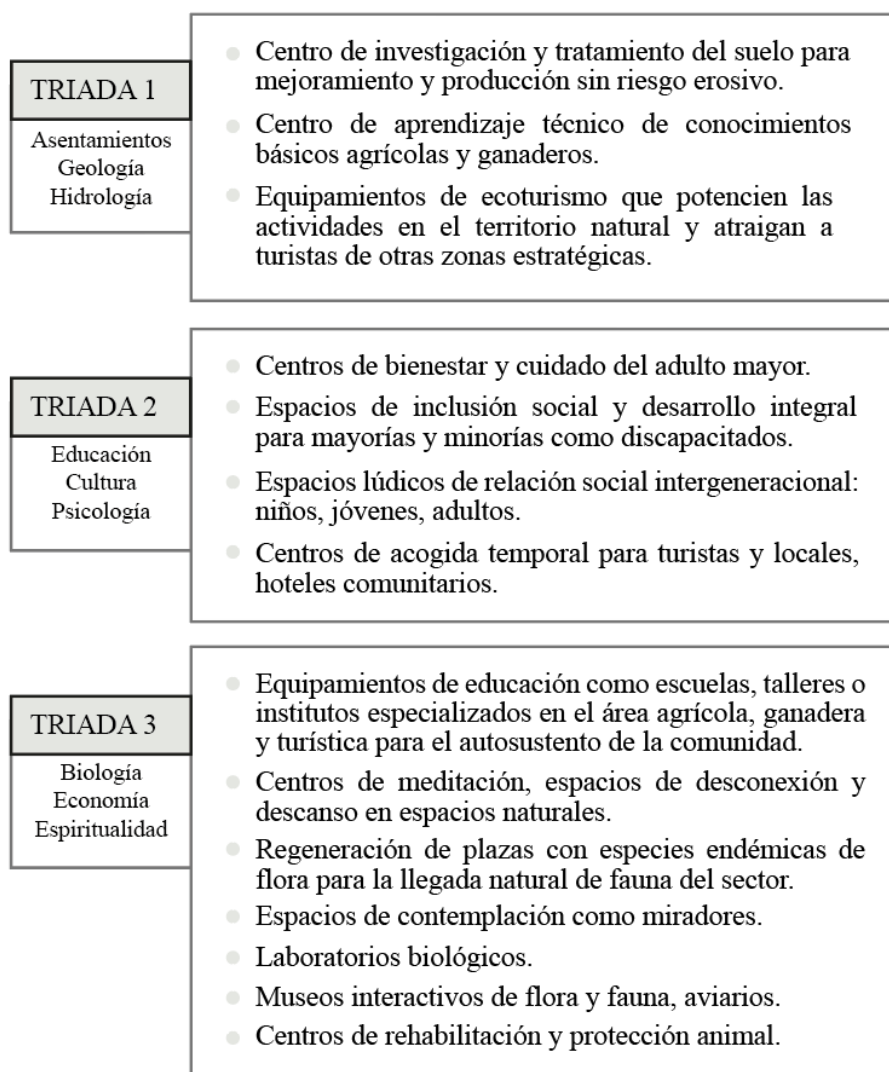
1. Incluir espacios de venta para los pequeños productores locales, asegurando la calidad de los productos y eliminando la cadena de intermediación que perjudica al productor.
2. Crear espacios de encuentro y eventos culturales que logren promover la interacción entre visitantes, vendedores y productores, exponiendo la diversidad y fomentando el conocimiento mutuo.

Metodología

- **Investigación general:** para contexto y proponer un proyecto pertinente se realizaron visitas a varias parroquias dentro del Chocó Andino y se investigó sobre 9 temas divididos en triadas, explicados en la *figura 1*:
 - Triada TANGIBLE: Asentamientos, Geología, Hidrología
 - Triada INTANGIBLE: Educación, Psicología, Cultura
 - Triada MIXTA: Espiritualidad, Biología, Economía

Posteriormente se realizaron propuestas de proyectos específicos y viables según las carencias y necesidades de cada parroquia:

Figura 1: Resumen del proceso de comprensión territorial.



Elaborado por: David Salcedo, 2023.

- **Investigación y análisis de la parroquia:** realizar una investigación sobre la cultura y tradiciones desde una perspectiva histórica, para entender su importancia en la comunidad. Analizar la ubicación del mercado y su entorno para comprender las condiciones ambientales y urbanísticas. Analizar los tipos de productos que se generan actualmente para determinar el tipo de productos a poner en venta
- **Diseño conceptual:** desarrollar un diseño conceptual que integre los objetivos del proyecto, la investigación y el análisis previos, y las mejores prácticas de diseño sostenible y arquitectura.
- **Diseño de los espacios de venta según el tipo de productos que se encontrarán disponibles:**
- **Diseño arquitectónico:** que considere la movilización y carga de los productos dentro del equipamiento.
- **Diseño detallado:** crear un diseño detallado del mercado, que incluya planos y especificaciones técnicas. Asegurarse de que el diseño cumpla con los objetivos propuestos y la normativa vigente.
- **Diseño constructivo:** realizar una investigación de los materiales convenientes desde una perspectiva funcional y sostenible, para la generación del proyecto de mercado.

Capítulo 1: Lugar y Contexto / Análisis y Diagnóstico de la parroquia Calacalí

1.1 Aproximación al territorio y datos generales de la parroquia Calacalí.

La parroquia de Calacalí, ubicada al norte de la ciudad de Quito, en Ecuador, posee un territorio con características geográficas y culturales que la hacen única y de gran importancia para la región. Esta localidad se encuentra enmarcada por imponentes montañas de la cordillera de los Andes y atraviesa el valle del río Guayllabamba, otorgándole un entorno natural privilegiado y diverso (Cevallos y Orbe, 2020).

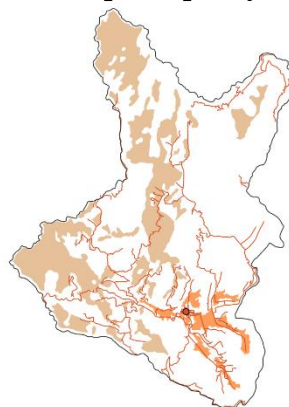
Figura 2: Chocó andino y parroquia Calacalí en Quito



Elaborado por: David Salcedo, 2023.

Desde el punto de vista geoespacial, Calacalí se caracteriza por su relieve montañoso y una variedad de ecosistemas, que incluyen bosques tropicales, páramos y áreas agrícolas. Estos elementos conforman un paisaje pintoresco y propicio para el desarrollo de actividades turísticas, agrícolas y de conservación ambiental. De igual forma, la parroquia posee una rica historia cultural y arraigadas tradiciones en su población, se destaca la notable diversidad étnica, con la presencia de comunidades indígenas y mestizas que han conservado sus prácticas ancestrales a lo largo del tiempo (Méndez et al., 2021).

Figura 3: Borde parroquial y sus bosques



Elaborado por: David Salcedo, 2023.

Esta interculturalidad se refleja en la gastronomía local, las festividades tradicionales y la artesanía característica de la zona, la aproximación al territorio de la parroquia Calacalí implica comprender y valorar su entorno geográfico y cultural, así como reconocer el potencial que posee para el desarrollo sostenible y el fortalecimiento de la identidad local (Zambrano et al., 2022), esto se indica en la **figura 4**.

Figura 4: Interculturalidad de la parroquia



Elaborado por: David Salcedo, 2023.

1.2 Problemática cantonal.

En los siguientes apartados, se examinarán diversas dimensiones relacionadas con el territorio de la parroquia Calacalí, se analizará la falta de activación y apropiación por parte de los habitantes, así como la cadena de intermediación que perjudica a los productores locales, además, se explorarán las oportunidades y desafíos que se presentan en la creación de espacios de encuentro y activación, los cuales son fundamentales para promover la economía local y preservar la identidad cultural de Calacalí.

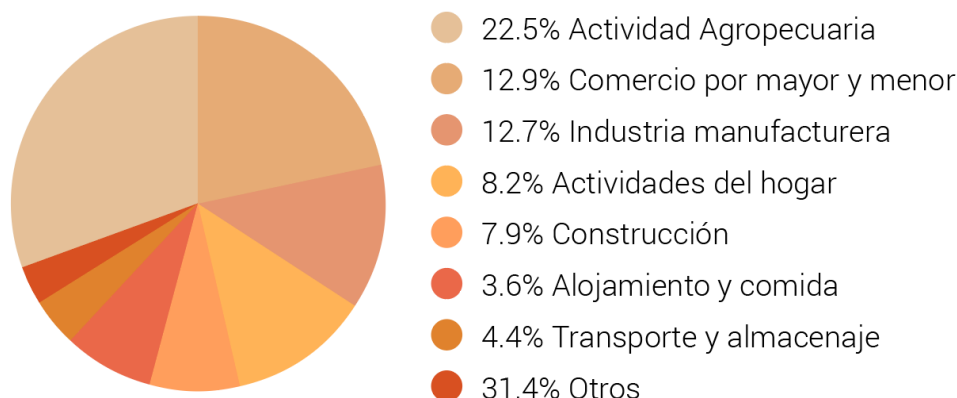
1.2.1 Falta de activación

La falta de activación hace referencia a la falta de involucramiento y compromiso de la comunidad local en la preservación, promoción y desarrollo de sus propias manifestaciones culturales. Esta situación puede surgir debido a diversos factores, como la falta de conciencia sobre el valor cultural, la influencia de corrientes culturales externas, la pérdida de tradiciones ancestrales, la falta de espacios de encuentro y participación, y la ausencia de políticas públicas que fomenten y respalden la valoración de la cultura local. Al no

apropiarse de su cultura pierden la oportunidad de transmitir y preservar conocimientos, prácticas y expresiones culturales únicas, además, se limita el desarrollo de identidad y sentido de pertenencia, así como el potencial económico y turístico que puede derivarse de la promoción de la cultura local (García y López, 2018).

El cantón Calacalí enfrenta diversas problemáticas que afectan su desarrollo económico y social, una de estas problemáticas es la falta de activación y apropiación por parte de los habitantes de la parroquia, pues, a pesar de contar con un potencial considerable en términos de recursos naturales y producción local, la falta de participación y compromiso de la comunidad ha limitado el aprovechamiento de estas oportunidades, esto se refleja en la baja escala de la producción agroecológica y en la falta de emprendimientos locales que impulsen la economía (Rodríguez et al., 2017), por ello, en la **figura 5** se puede observar la estadísticas de la economía del sector.

Figura 5: Estadísticas de economía local



Elaborado por: David Salcedo, 2023.

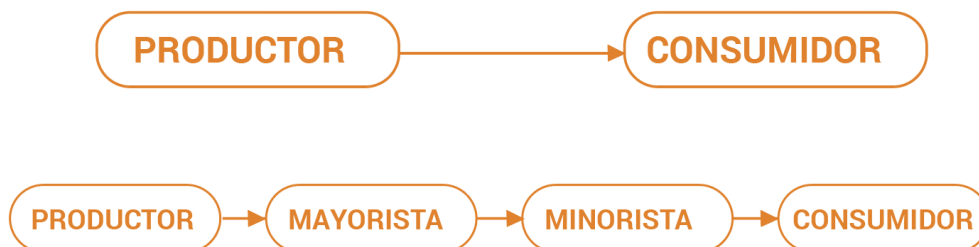
1.2.2 Cadena de intermediación

La cadena de intermediación se refiere al proceso mediante el que existen intermediarios o intermediarias entre los productores y los consumidores finales de bienes o servicios, estos desempeñan un papel crucial en la distribución y comercialización de productos, facilitando su llegada al mercado (Rodríguez y Gutiérrez, 2021).

Dentro del proyecto el primer nexo con los productores son los mayoristas, implicados en el flujo de alimentos frescos, a estos siguen los minoristas, que cuentan con espacios fijos

dentro del mercado, también existen aquellos minoristas feriantes que rotan según días y temporadas entre ferias (Torres-Rea, 2019), esto se explica en la **figura 6**.

Figura 6: Estructura de las cadenas de intermediación.



Elaborado por: David Salcedo, 2023.

En el contexto de parroquias rurales, la cadena de intermediación puede presentar diversas desventajas, una de ellas es la falta de acceso directo de los productores locales al mercado, lo que limita su capacidad para obtener beneficios económicos justos por sus productos. Los intermediarios suelen tener un mayor control sobre los precios y condiciones de venta, lo que puede resultar en una situación desfavorable para los productores (Grijalva et al., 2018).

Además, la cadena de intermediación puede generar una pérdida de identidad y valor agregado de los productos locales, al pasar por múltiples intermediarios, los productos pueden perder su autenticidad y ser estandarizados para adaptarse a las demandas del mercado, perdiendo así su carácter distintivo y sus conexiones con la cultura y tradiciones locales. Otra desventaja es la falta de información y conocimiento por parte de los productores sobre los procesos de comercialización y distribución, esto puede dificultar su capacidad para negociar de manera efectiva y tomar decisiones informadas en cuanto a la venta de sus productos (Calle et al., 2019).

En este sentido, es importante promover estrategias que reduzcan la cadena de intermediación en parroquias rurales, como el fortalecimiento de canales de comercialización directa, el apoyo a cooperativas y asociaciones de productores, y la promoción de ferias y mercados locales. Estas acciones pueden contribuir a una mayor equidad económica, preservación de la identidad cultural y promoción de la economía local (González y Pérez, 2017).

En la parroquia de Calacalí, la cadena de intermediación representa una problemática significativa que perjudica a los productores locales, los agricultores y pequeños productores de la zona se encuentran con obstáculos para comercializar sus productos de manera directa, pues dependen en gran medida de intermediarios que reducen sus ganancias y limitan su acceso a los mercados. Esta situación no solo afecta la rentabilidad de los productores, sino que también dificulta que los consumidores accedan a productos locales frescos y de calidad (Alvarado et al., 2019).

Es fundamental abordar estas problemáticas para promover el desarrollo sostenible y la activación económica en el cantón Calacalí. Es necesario fomentar la participación y el empoderamiento de los habitantes, incentivando la creación de cooperativas y asociaciones que impulsen la producción local y fortalezcan los lazos entre productores y consumidores. Asimismo, se requiere el apoyo de políticas y programas que promuevan la reducción de intermediarios y faciliten la comercialización directa de productos locales (Beltrán et al., 2020).

- **Conclusión en base a objetivos:**

En conclusión, los espacios de cultura y encuentro que brindará el proyecto ayudarán a la comunidad a mejorar el sentido de pertenencia con sus propias manifestaciones e identidades culturales, preservando sus prácticas tradicionales y aprovechando el potencial existente en su producción y recursos naturales. A su vez, los espacios de venta permitirán la participación directa de los productores locales en el entorno de mercado, eliminando los intermediarios causantes de la reducción de sus beneficios, asegurando la equidad económica y también la calidad de los productos que llegan a los consumidores.

Capítulo 2: Marco Teórico

2.1 Mercado

2.1.1 Inicio y evolución del mercado o comercio

El inicio del mercado o comercio se remonta a tiempos ancestrales, y su evolución histórica ha sido un elemento fundamental en el desarrollo de las sociedades; el comercio se trata de una práctica que ha existido desde tiempos remotos, intercambiando bienes y servicios para satisfacer sus necesidades, siendo clave para conformar relaciones sociales y culturales, generando la diversidad y riqueza cultural que caracteriza a las diferentes regiones del mundo (Doe et al., 2019).

El inicio y la evolución del mercado han sido elementos fundamentales en la historia de la humanidad, desde las primeras civilizaciones, se llevaban a cabo intercambios de productos básicos, y a medida que las sociedades evolucionaron, el comercio se expandió y se establecieron rutas comerciales que conectaban diferentes regiones y culturas. En la antigua Grecia y Roma, se desarrollaron sistemas de comercio más complejos, facilitando el intercambio de una amplia variedad de productos y fomentando la difusión de conocimientos y culturas. La Revolución Industrial impulsó el crecimiento del comercio a gran escala, gracias a la producción masiva y a mejoras en los sistemas de transporte, estos desarrollos comerciales han tenido un impacto significativo en la economía global (Brown y Johnson, 2018; Smith y Thompson, 2019; Johnson y Davis, 2020).

2.1.2 Mercado como elemento organizador y componente clave del entorno urbano

El mercado, a lo largo de la historia, ha sido un elemento clave en la organización y configuración de las ciudades; además de su función económica como lugar de intercambio de bienes y servicios, también ha influido en la estructura urbana y ha contribuido a la formación de espacios públicos y plazas (Barragán, 2018). Al ubicarse en áreas céntricas y estratégicas, los mercados atraen a residentes y visitantes, generando una concentración de actividades comerciales, servicios y viviendas en sus alrededores; además, actúa como un elemento organizador de la ciudad, dando forma al entorno urbano y fomentando la vida social y cultural en su entorno (Bonilla, 2017).

2.1.3 *Primeros mercados en Ecuador.*

En Ecuador, los mercados desempeñan un papel esencial tanto en el entorno urbano como en las áreas rurales, en las ciudades, los mercados han sido puntos de encuentro desde tiempos ancestrales, donde las personas intercambian bienes y establecen relaciones sociales (Mera, 2019). A medida que las ciudades se han modernizado, los mercados han evolucionado para convertirse en espacios turísticos que ofrecen experiencias culturales y gastronómicas únicas (Núñez, 2020)

En el contexto rural, los mercados son fundamentales para la economía local y la preservación de las prácticas tradicionales de producción y comercio, estos mercados rurales fomentan el intercambio directo entre agricultores y consumidores, garantizando la frescura de los productos y apoyando la sostenibilidad económica de las comunidades rurales (Vera y Guzmán, 2018).

En Ecuador los mercados, ya sea en entornos urbanos o rurales, son lugares de encuentro, intercambio y activación social, su evolución a lo largo de la historia ha contribuido al crecimiento económico, a la preservación de la identidad cultural y al fortalecimiento de las comunidades locales. Los mercados continúan siendo espacios vitales en la vida cotidiana de los ecuatorianos, donde convergen la diversidad de productos, la cultura y las relaciones sociales (Blanco, 2022).

Figura 7: Mercados en zonas urbanas y rurales



Elaborado por: David Salcedo, 2023.

2.1.4 Mercado actualmente en el Ecuador

En la actualidad, los mercados han evolucionado para convertirse en espacios dinámicos que promueven el comercio local y fomentan la interacción entre vendedores y consumidores, en el caso del contexto urbano de la capital, existe una amplia variedad de mercados con gran diversidad Mercado Central, el Mercado de Santa Clara y el Mercado Ñaquito, mismos que ofrecen una amplia variedad de productos frescos, artesanías y alimentos tradicionales, y también se han convertido en destinos culturales y turísticos, mostrando la riqueza cultural y gastronómica de la región (González, 2019).

Por otra parte, en el entorno rural de Ecuador, los mercados también desempeñan un papel vital, pues facilitan el intercambio directo entre agricultores y consumidores, apoyando la economía local y preservando las tradiciones de producción y comercio, de esta manera, contribuyen al desarrollo económico de las comunidades rurales, manteniendo vivas las prácticas tradicionales (Núñez, 2020).

En sí, tanto en el contexto urbano como en el rural, los mercados en Ecuador han evolucionado para convertirse en espacios comerciales y culturales importantes. Los mercados urbanos en Quito reflejan la diversidad de productos y servicios, promoviendo la economía local y destacando la identidad cultural de la región; por otro lado, los mercados rurales en todo el país fomentan la economía local y preservan las tradiciones, contribuyendo al desarrollo sostenible de las comunidades rurales (Mera, 2019).

2.2 Cultura

2.2.1 Cultura andina o de Ecuador

La cultura es un concepto amplio y complejo que abarca las creencias, valores, comportamientos y tradiciones compartidas por un grupo de individuos, se refiere al conjunto de conocimientos, símbolos y prácticas transmitidas de generación en generación, que conforman la identidad de una comunidad o sociedad. En el contexto andino, la cultura se caracteriza por su estrecha relación con la naturaleza, su cosmovisión ancestral y su rica expresión artística en aspectos como la agricultura, la medicina tradicional, las festividades, la música, la danza y la gastronomía. (Hannerz, 2012; Kroeber y Kluckhohn, 1952)

En Ecuador, al ser un país con una importante diversidad étnica y cultural, manifiesta su cultura en diversas formas y expresiones; la cultura ecuatoriana es el resultado de la

interacción entre los pueblos indígenas originarios, la población mestiza y las influencias culturales de otras regiones del mundo. Esta diversidad se refleja en la música, la danza, la artesanía, la gastronomía y las tradiciones populares de cada región del país, reflejando la riqueza y la pluralidad de su sociedad (León, 2018).

2.2.2 Cultura como elemento social

La cultura desempeña un papel esencial en la sociedad al influir en la construcción de identidades, fomentar la cohesión social y contribuir al desarrollo humano, además de ser un medio para comprender y valorar las diferencias entre individuos y grupos, la cultura promueve el respeto y la tolerancia hacia diversas formas de vida; también tiene un impacto significativo en el ámbito económico al generar empleo, impulsar el turismo cultural y preservar el patrimonio (Hall, 2017).

La cultura es una fuente de creatividad y expresión artística que enriquece nuestras vidas y nos ofrece nuevas perspectivas; a través de la cultura, transmitimos nuestro legado histórico, conservamos nuestras tradiciones y fomentamos el diálogo intercultural, por lo tanto, desempeña un papel vital al fortalecer la identidad de las comunidades, fomentar la inclusión social y contribuir al bienestar y desarrollo sostenible de las sociedades (García-Canclini, 2019).

2.2.3 Cultura como puente de aprendizaje y conexión entre los pueblos del Ecuador

La cultura desempeña un papel crucial en el aprendizaje y la expansión entre diferentes pueblos al permitir el intercambio de conocimientos, tradiciones y experiencias; es así como, dentro del Ecuador, esta dimensión cultural se manifiesta en la diversidad de etnias, lenguas y prácticas ancestrales presentes en estas comunidades. El contacto con estas culturas brinda la oportunidad de aprender y enriquecerse mutuamente, al adquirir nuevos conocimientos, comprender distintas formas de pensar y vivir, y ampliar la visión del mundo (De la Torre, 2018; García-Canclini, 2019).

De igual forma, la cultura como medio de aprendizaje promueve el respeto y la valoración de la diversidad cultural, el reconocimiento y aprecio por las tradiciones, prácticas y manifestaciones artísticas propias de cada comunidad fomentan la convivencia pacífica y fortalecen la identidad cultural. Este intercambio cultural también puede generar oportunidades económicas y turísticas, especialmente, dentro de las parroquias rurales, en

donde se convierte en un atractivo para los visitantes interesados en conocer y aprender de estas comunidades (Echeverría, 2017).

2.2.4 Cultura como elemento trascendental

La cultura se manifiesta como un legado vivo y trascendental, transmitido de generación en generación, a través de la transmisión oral y vivencial de tradiciones, conocimientos y prácticas culturales, esta forma de transmisión permite preservar la identidad y fortalecer el sentido de pertenencia a la comunidad. Elementos como la vestimenta, la música, la gastronomía y las festividades desempeñan un papel fundamental en este legado cultural, conectando a las generaciones pasadas, presentes y futuras (Naranjo y Lalama, 2019).

Figura 8: Manifestaciones Culturales



Elaborado por: David Salcedo, 2023.

La importancia de la cultura como elemento de trascendencia radica en su capacidad para preservar los conocimientos ancestrales y las formas de vida propias. A través de la cultura, se salvaguardan técnicas agrícolas tradicionales, prácticas medicinales, artesanías y otras expresiones culturales que son esenciales para la identidad de estas comunidades (Cárdenas, 2018).

Dentro de las comunidades rurales, la cultura permite fomentar el turismo comunitario y promover la valoración de los recursos culturales locales, la cultura, como herencia y trascendencia, fortalece la identidad y la diversidad cultural, promoviendo una sociedad inclusiva y respetuosa de las diferencias; por tanto, es necesario continuar impulsando políticas y acciones que protejan y promuevan la cultura de los pueblos rurales como parte integral de su desarrollo integral y sostenible (Canclini, 2017); además, en el contexto rural

de la sierra ecuatoriana, la cultura está estrechamente relacionada con la cosmovisión andina, que abarca la armonía con la naturaleza, la espiritualidad y la comunidad (García-Canclini, 2016).

2.2.5 Cultura tangible e intangible en parroquias rurales

La cultura se manifiesta de diversas formas, tanto tangible como intangible, y desempeña un papel significativo en la vida de los pueblos, especialmente en el sector rural; al respecto, Benavides y Serrano (2019) refieren que la cultura tangible se trata de los elementos materiales y físicos que representan la identidad cultural de una comunidad, como la arquitectura, las artesanías, los trajes tradicionales y los objetos históricos; estos elementos tangibles se convierten en símbolos visibles de la cultura y ayudan a preservar y transmitir la historia y las tradiciones de los pueblos rurales.

A nivel nacional, en el sector rural de Quito podemos apreciar la presencia de cultura tangible a través de sus construcciones arquitectónicas tradicionales, como las casas de adobe, los templos religiosos y los sitios históricos, estas estructuras reflejan la historia y el legado de las comunidades, así como sus técnicas constructivas y estilos arquitectónicos propios; del mismo modo, las artesanías y los trajes tradicionales son expresiones tangibles de la cultura rural, que representan la destreza y el conocimiento ancestral de los artesanos locales (Cárdenas, 2018).

Por otro lado, la cultura intangible se refiere a los aspectos inmateriales de la cultura, como las tradiciones orales, la música, la danza, las festividades y las prácticas espirituales, estos elementos intangibles son fundamentales para la identidad y cohesión de los pueblos rurales, ya que transmiten valores, creencias y conocimientos que han sido transmitidos de generación en generación (Ramírez, 2018).

En el sector rural de Quito, la cultura intangible se manifiesta en la celebración de festividades tradicionales, como la Inti Raymi (Fiesta del Sol) y la Semana Santa, donde se combinan rituales religiosos con expresiones artísticas y musicales propias de la región; además, la música andina y la danza folklórica son parte integral de la cultura rural, representando la conexión con la naturaleza, las actividades agrícolas y la espiritualidad (Escobar y Paredes, 2017).

La preservación y promoción tanto de la cultura tangible como intangible en los pueblos rurales de Quito es esencial para valorar y respetar la diversidad cultural de la región. Estas expresiones culturales no solo enriquecen la identidad de las comunidades rurales, sino que también contribuyen al desarrollo sostenible del turismo comunitario, promoviendo la participación de las comunidades en la preservación de su patrimonio cultural y generando oportunidades económicas y sociales (Cárdenas, 2018).

2.2.6 Cultura en la actualidad y su importancia

La cultura desempeña un papel fundamental en la sociedad actual, tanto a nivel global como local, siendo reconocida como un factor clave para el desarrollo sostenible, la cohesión social y la identidad de los pueblos. En el contexto de las parroquias rurales de Quito, Ecuador, la cultura adquiere una relevancia aún mayor, estas comunidades preservan tradiciones, conocimientos y formas de vida arraigadas en su patrimonio cultural, lo cual fortalece su identidad colectiva y promueve la cohesión social; a través, de expresiones como las artesanías, la gastronomía, las festividades y las prácticas cotidianas, las parroquias rurales de Quito utilizan su cultura como fuente de empoderamiento y desarrollo local (García et al., 2021).

La valorización y promoción de la cultura en estas parroquias contribuye al fortalecimiento de la identidad local, al impulso de la economía comunitaria y al fomento del turismo sostenible; además, la cultura actúa como un medio de resiliencia y resistencia frente a los desafíos socioeconómicos y medioambientales que enfrentan estas comunidades. En síntesis, es esencial valorar, preservar y promover la cultura en las parroquias rurales de Quito, ya que esto contribuye a su desarrollo integral, a la conservación del patrimonio cultural y al fortalecimiento de la identidad colectiva de sus habitantes (Gómez y Torres, 2021).

2.3 Mercado cultural

2.3.1 Un espacio dinámico para el intercambio y la diversidad

Los mercados culturales son espacios dinámicos y multifuncionales donde convergen la oferta y demanda de bienes culturales, promoviendo la difusión y comercialización de productos y servicios relacionados con la cultura, estos mercados van más allá de ser simples lugares de transacción comercial, pues propician la interacción entre productores y

consumidores, generando un ambiente propicio para el intercambio cultural y el fortalecimiento de identidades locales. En estos mercados se pueden encontrar una amplia variedad de productos y actividades que representan la diversidad cultural de una comunidad o región, como artesanías, obras de arte, productos gastronómicos, música en vivo, danzas tradicionales, representaciones teatrales, exposiciones y talleres (Barragán, 2018).

En el caso de las parroquias rurales de Quito, los mercados culturales adquieren una relevancia especial al visibilizar y valorar las tradiciones y expresiones culturales propias de estas comunidades, estos espacios se convierten en puntos de encuentro y activación, promoviendo la interacción social, el intercambio de conocimientos y la revalorización de las prácticas culturales ancestrales. Al fortalecer los mercados culturales en estas parroquias, se contribuye al desarrollo económico local al impulsar la producción y comercialización de productos culturales autóctonos. Además, se fomenta la preservación y transmisión de tradiciones, generando un sentido de pertenencia y orgullo en las comunidades locales (Segura y Cáceres, 2019).

2.3.2 El poder de los espacios arquitectónicos y culturales: experiencias, identidad y desarrollo socioeconómico

Los espacios arquitectónicos despiertan una sensación única en las personas al crear lugares memorables y generar experiencias significativas, su diseño influye en nuestro bienestar psicológico, promoviendo comodidad e interacción social, y puede influir en nuestro estado de ánimo y productividad; además, en entornos rurales, es importante integrar la arquitectura de manera armoniosa en el paisaje, utilizando materiales y técnicas locales para preservar el legado cultural y promover un desarrollo sostenible (Proaño-Peñañiel y Pilco- Lucero, 2019).

Por otro lado, los espacios culturales y los mercados culturales en las parroquias urbanas de Quito desempeñan un papel fundamental en la promoción y preservación de la cultura. Estos lugares emblemáticos ofrecen una experiencia única que combina productos artesanales, gastronomía tradicional y eventos culturales, los mercados culturales fortalecen la identidad local, promueven el emprendimiento cultural y generan oportunidades económicas para los productores y emprendedores de la comunidad (Ramírez, 2018).

En sí, los espacios arquitectónicos y culturales tienen un impacto significativo en la vida humana, su diseño adecuado y su integración en el entorno natural y cultural enriquecen la experiencia de las personas, promueven el bienestar psicológico y contribuyen al desarrollo sostenible de las comunidades rurales; asimismo, los espacios culturales y los mercados dentro de las parroquias fortalecen la identidad local, promoviendo la preservación cultural y generan oportunidades económicas para emprendedores (Saltos-Sarmiento, 2018).

2.3.3 Comercio local y riqueza cultural: impulsores del Espacio de Encuentro y Activación en la parroquia Calacalí

En el marco del proyecto de integración curricular sobre el espacio de encuentro y activación basado en la producción local y la riqueza cultural en la parroquia Calacalí, el comercio ha desempeñado un papel fundamental en el desarrollo histórico de esta región; durante mucho tiempo, Calacalí ha sido un lugar donde los productos locales y la riqueza cultural se han valorado y se han intercambiado, fortaleciendo la economía local y promoviendo la identidad cultural (García et al., 2021).

Figura 9: Flujos de comercio histórico entre asentamientos



Elaborado por: David Salcedo, 2023.

En los últimos años, el comercio en Calacalí ha experimentado cambios significativos. Se ha observado un resurgimiento del comercio local, impulsado por el interés en la producción sostenible y el apoyo a los productores locales; este enfoque en la producción local y la valoración de la riqueza cultural ha generado un mayor interés en la creación de espacios de encuentro y activación que fomenten el comercio de productos locales y promuevan el intercambio de conocimientos y experiencias entre los residentes de la parroquia (Sánchez y Martínez, 2019).

- **Conclusión en base a objetivos:**

En conclusión, la parroquia de Calacalí preserva tradiciones y conocimientos arraigados en su patrimonio cultural y natural, que a lo largo del tiempo se ha enriquecido gracias a regiones externas, el cual se expresa de formas tangibles como gastronomía y vestimenta, e intangibles como festividades y tradiciones. Por esto el proyecto reinterpreta su territorio y legado, armonizando con su paisaje, y resaltando sus materiales y recursos. Así permite a sus usuarios crear experiencias mediante diálogo e interacción, y fortalecer su economía local mediante el intercambio de sus productos y cultura. De esta forma los espacios interiores y exteriores del mercado transmiten tradiciones que conectan las generaciones, potencian la identidad y empodera la comunidad, logrando impulsar el turismo cultural y natural patrimonial del territorio.

Capítulo 3: Objetivo Arquitectónico y Estrategias

3.1 Mercado como centro de acopio

El proyecto de tiene como objetivo servir como centro de acopio para los productos naturales provenientes de la reserva del Chocó andino, donde tendrán espacios para su venta, además de los productos que se generan a escala familiar por los habitantes de la parroquia, los cuales se presentarán como atractivos elementos de carácter único. En conjunto con estos productos se generan espacios que permiten a sus visitantes conocer la cultura local y expresar la propia. Así el mercado se convierte en un atractivo para los visitantes de la ciudad de Quito, parroquias aledañas y extranjeros, dando paso a conocer y revalorizar el patrimonio de la parroquia y el Chocó andino.

3.2 Arquitectura para el intercambio y la cultura

El mercado cultural surge desde el modelo de mercado tradicional, donde se intercambian productos para el abastecimiento diario, tras entender el profundo arraigo cultural de la parroquia, se denota que cada producto tiene tras de sí un legado cultural debido a sus prácticas de cultivo, técnicas gastronómicas o recursos naturales únicos, los cuales han sido enriquecidos por otras culturas gracias a los intercambios comerciales que han ocurrido a lo largo del tiempo en esta zona.

3.3 Estrategia Conceptual

Partiendo de la idea previamente expuesta, el proyecto propone dar lugar no únicamente al intercambio comercial en espacios de mercadeo, sino también al intercambio de la riqueza cultural en plazas que dan lugar a sus distintas manifestaciones como: gastronomía, arte, música, danza y toda forma en que los usuarios imaginen y se apropien de los espacios para expresar sus culturas.

3.4 Estrategias Arquitectónicas

3.4.1 Dividir el mercado

Se generan distintos bloques dentro de un mismo terreno, con el fin asignar grupos definidos de productos dentro de cada uno, obteniendo un total de 5 bloques definidos a partir de los distintos recursos que surgen del territorio y se comercializan habitualmente a baja escala: mercado de gastronomía para la venta de alimentos preparados y emprendimientos existentes; mercado de artesanías para la venta de elementos a base de

materiales tradicionales; mercado húmedo para la venta de carnes, embutidos y lácteos; mercado semi húmedo para la venta de frutas, hortalizas y flores; mercado seco para la venta de granos, abarrotos y textiles.

Figura 10: División de mercados

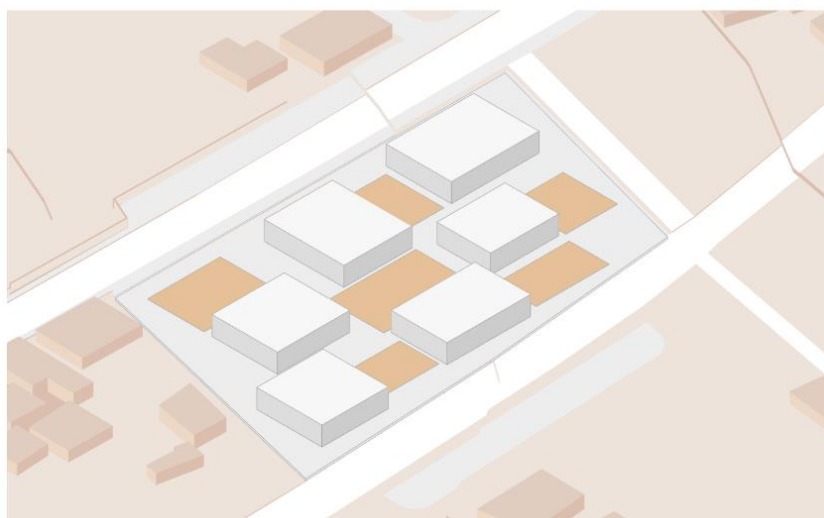


Elaborado por: David Salcedo, 2023.

3.4.2 Juegos de plazas

Entre los bloques que conforman el proyecto se generan espacios de plazas públicas que permiten el desarrollo de actividades culturales y la apropiación de sus usuarios, estas ofrecen lugares de estancia al desplazarse entre los distintos mercados repartidos en el proyecto, permitiendo que los compradores puedan recorrerlas antes de ingresar en los espacios de compra y venta.

Figura 11: Plazas entre mercados



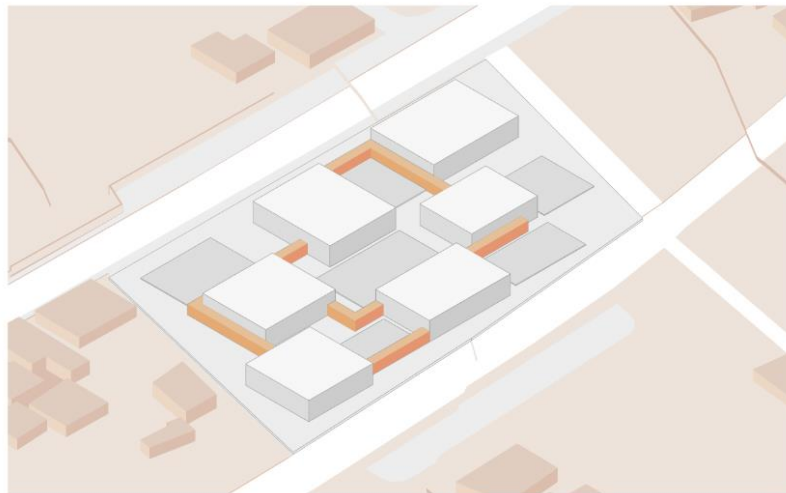
Elaborado por: David Salcedo, 2023.

3.4.3 *Culuncos para la exploración*

Los culuncos son caminos estrechos y hundidos con forma de zanjas, que han sido erosionados a lo largo del tiempo y se encuentran cubiertos por una densa vegetación, en tiempos pasados, estos senderos servían para conectar conjuntos residenciales, lugares ceremoniales y áreas de cultivo. Desempeñaban un papel crucial en el intercambio y la comercialización de diversos productos con la costa y los valles subtropicales, así como en las relaciones entre diferentes grupos étnicos, por esta razón, los culuncos son considerados elementos fundamentales del paisaje prehispánico y representan senderos ancestrales que combinan naturaleza y cultura (Medina, 2018).

Dentro del proyecto este importante elemento del paisaje se reinterpreta convirtiéndose en los caminos de circulación que conectan los espacios culturales y comerciales entre sí, su fin es permitir la exploración del proyecto convirtiendo el mercado en un lugar donde encuentras nuevos espacios para generar experiencias de comercio y cultura. A su vez funcionan como filtros entre zonas con escalas de interacción personal, social o pública, según el tamaño de la plaza. De esta forma el proyecto en su totalidad se convierte en una experiencia que reinterpreta las tradiciones ancestrales del desplazamiento entre regiones que permitió el desarrollo económico, social y cultural del territorio en que se implanta.

Figura 13: Caminos de exploración



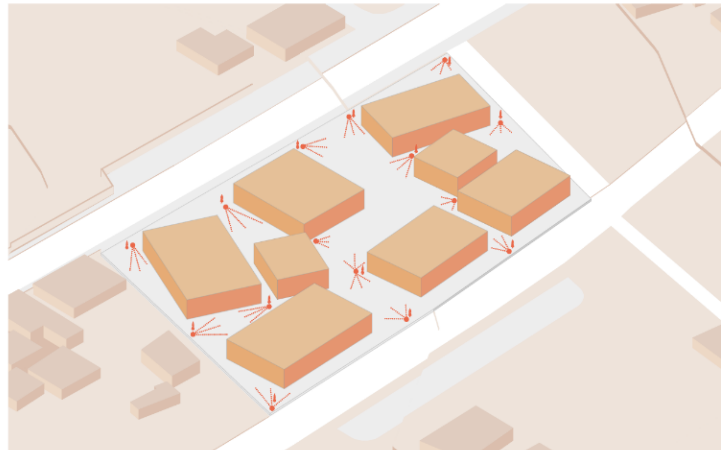
Elaborado por: David Salcedo, 2023.

3.4.4 *Encuentros inesperados*

El proyecto tiene la intención de evocar sorpresa en sus visitantes con el fin brindar experiencias únicas, por lo cual los volúmenes del proyecto se disponen de manera tal que impiden la vista de las plazas hasta encontrarse dentro de estas, en conjunto los culuncos

que permiten el desplazamiento generan estrechos ángulos de visión hacia el exterior para potenciar esta intención. Gracias a esto se genera una experiencia de exploración y descubrimiento de las variadas manifestaciones culturales de las cuales participan los usuarios.

Figura 13: Puntos de vista

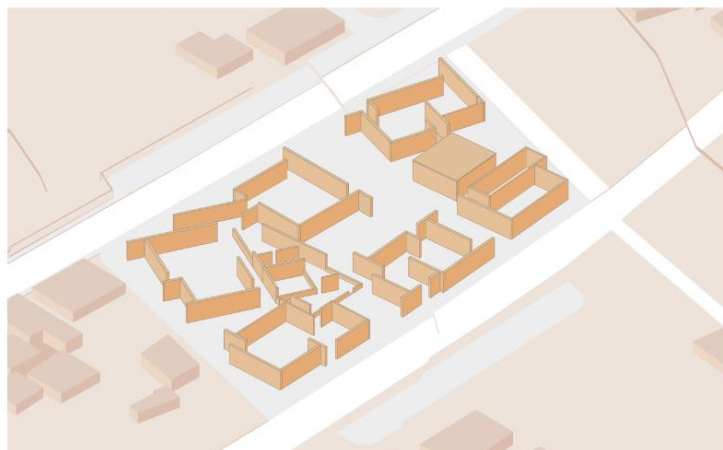


Elaborado por: David Salcedo, 2023.

3.4.5 Composición entre muros

El muro se presenta como un elemento representativo del proyecto que compone los bloques de mercado, definiendo varios ingresos a estos con el fin de generar distintos recorridos en el interior y variadas posibilidades de exploración hacia el exterior; los espacios públicos de plaza se definen a su vez gracias a los límites externos de cada mercado, en algunos casos se alargan o chocan entre sí para crear espacios de distancias más sociales y personales; finalmente los muros permiten remarcar los recorridos de los culuncos y crear barreras visuales que invitan a la exploración y refuerzan el sentido de los encuentros del proyecto.

Figura 14.: Composición de muros



Elaborado por: David Salcedo, 2023.

3.4.5.1 Materialidad: el proyecto tiene la intención de integrarse con su entorno sin imponerse sobre este, para lo cual la piedra permite asemejar el paisaje agreste, desértico y rocoso que lo rodea, además de encontrarse en una zona fuertemente vinculada a los recursos naturales que se extraen directamente de la tierra, recreando una experiencia en que sus usuarios se desplazan entre sus muros, así como los ancestros se desplazaban entre montañas. Estos muros se componen de piedras extraídas de las canteras existentes en la zona, permitiendo aprovechar los recursos naturales de la zona y reducir gastos de transporte y explotación.

3.4.5.2 Estructura: El sistema de muros de piedra comprende también una función estructural, que es el soporte para el sistema de cubiertas que sobresale de forma leve encima de los muros, se complementa en su base con cimentación corrida. De esta forma los muros se convierten en el elemento de división y soporte en la totalidad del proyecto.

3.4.5.3 Servidores: Los espacios servidores se componen principalmente por bodegas que se encuentran tras los muros en cada mercado, dispuestos de forma que no interrumpan la circulación interna y permitan una fácil carga de alimentos y productos.

3.5 Conclusión final:

En conclusión, el proyecto se manifiesta como un punto de acopio para los recursos del territorio y activación para habitantes y visitantes, entendiendo su historia, patrimonio y contexto; se proponen espacios de mercadeo que dan lugar a emprendimiento de escala familiar, y plazas culturales para revalorizar la cultura heredada. Compuesto por elementos que reinterpretan su historia y se integran con el contexto, se crea un espacio que aprovecha la producción local y expresa la riqueza cultural la parroquia rural de Calacalí.

A continuación, se presenta la **tabla 1**, en donde se resume los beneficios del proyecto para el usuario, la comunidad y el contexto:

Tabla 1. Beneficios del proyecto

Beneficios del Proyecto	Usuario	Comunidad	Contexto
Mejora de servicios y comodidades	Acceso a productos de calidad y variados.	Creación de empleos locales y oportunidades económicas.	Impulso al desarrollo local y promoción de la identidad cultural.
Espacios funcionales y atractivos	Ambientes cómodos y agradables para la compra y la interacción social.	Fomento de la convivencia y la cohesión comunitaria.	Embellecimiento del entorno y creación de un atractivo turístico.
Promoción de la economía local	Apoyo a los productores locales y a la producción agroecológica.	Impulso a la venta de productos locales y artesanías.	Generación de ingresos para la comunidad y fortalecimiento del tejido económico local.
Preservación del patrimonio cultural	Valorización de la tradición y la cultura local.	Conservación de festividades y prácticas culturales.	Salvaguardia de la historia y las raíces de la comunidad.

Elaborado por: David Salcedo, 2023.

Estos beneficios resaltan cómo el proyecto no solo impacta positivamente en la experiencia del usuario, sino que también contribuye al desarrollo y bienestar de la comunidad, así como a la preservación del contexto cultural y ambiental de la zona de Calacalí.

Bibliografía

- Alemán, R., Freire, J., y Iparraguirre, M. (2015). Rescate de las prácticas agrícolas ancestrales y agricultura tradicional campesina para promover la producción sostenible a nivel familiar: la Chacra diversificada del CIPCA. *Huellas del Sumaco Revista socioambiental de la Amazonía Ecuatoriana*, 14, 6-11.
- Alvarado, C., Guamán, J., y Cifuentes, R. (2019). Análisis de la cadena de valor del turismo rural en la parroquia Calacalí. *Revista Científica Multidisciplinaria*, 7(2), 54-68.
- Ángel-Bravo, R. (2021). Mestizaje, creolización, sincretismo e hibridación cultural, a través de los mercados populares en América. *Revista de Ciencias Sociales*, 27(2), 322-337.
- Arreaza-Correa, V., y Ron, M. (2019). Cultura urbana y dinámicas socioespaciales: el caso de los mercados e en la ciudad de Quito. *Revista de Estudios Sociales*, (70), 48-63.
- Barragán, L. (2018). *Mercados culturales y desarrollo económico*. En E. Orozco Gómez & L. Barragán (Eds.), *Mercados culturales: Economía, gestión y políticas públicas*. Universidad Externado de Colombia.
- Barrera, V. H. (2003). Raíces y Tubérculos Andinos: *Alternativas para la conservación y uso sostenible en el Ecuador (Vol. 4)*. International Potato Center.
- Beltrán, J., López, M., y Carrera, F. (2020). Análisis de la producción agrícola y su impacto socioeconómico en la parroquia Calacalí. *Revista de Investigación Científica*, 4(2), 123-136.
- Benavides, M., y Serrano, P. (2019). *Cultura tangible e intangible en las comunidades rurales de la parroquia de Llano-Chico*. Universidad Central del Ecuador.
- Blanco, J. (2022). Mercados y plazas: Configuración urbana y vida cotidiana en la Quito colonial. *Historia y Espacio*, 43(2), 273-294. <https://doi.org/10.25100/hye.v43i2.9373>
- Bonilla, L. (2017). Mercados culturales y economía creativa en la ciudad de Quito. *Investigaciones Sociales*, 21(38), 45-63.
- Boudreau, J. A., & Creighton, J. (2020). *City of commerce: How business shaped the city in the nineteenth century*. In *Globalization and Urbanization in the Developing World: Perspectives from Central and Eastern Europe and Beyond*. Springer.

- Brown, L. D., & Johnson, D. G. (2018). *The marketplace and the origins of agricultural economies. In The Cambridge Economic History of Ancient Greece*. Cambridge University Press.
- Calle, R., Palacios, P., y Tobar, G. (2019). *Diagnóstico socioeconómico y ambiental de la parroquia Calacalí*. Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE.
<http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/17499/1/MT-ESPE-IIM-218.pdf>
- Canclini, G. (2017). *Culturas híbridas: estrategias para entrar y salir de la modernidad*. Editorial Paidós.
- Cárdenas, C. (2018). Cultura y turismo en el área rural de Quito: aproximaciones conceptuales y metodológicas. *CIDEC*, 2(4), 49-64.
- Cevallos, E., y Orbe, G. (2020). Análisis de la producción agroecológica y su impacto en el desarrollo sostenible en la parroquia Calacalí. *Revista Ciencia y Tecnología Agropecuaria*, 24(2), 67-78.
- Cevallos, L., y Orbe, M. (2020). *Agricultura sostenible y desarrollo local en la parroquia Calacalí. En Congreso Internacional de Desarrollo Sostenible*. Editorial Universidad de Calacalí.
- De la Torre, C. (2018). *Aproximación a la gestión cultural comunitaria*. Quito: Ministerio de Cultura y Patrimonio.
- Doe, J., Smith, A., & Johnson, R. (2019). The Origins of Trade: A Historical Perspective. *Journal of Economic History*, 74(2), 365-387.
- Echeverría, B. (2017). *Desafíos del multiculturalismo en el Ecuador contemporáneo. En M. Grijalva, Historia del Ecuador contemporáneo: Actores, instituciones y procesos*. Abya-Yala.
- Escobar, A., y Paredes, R. (2017). *Tradición oral y su presencia en la identidad cultural de las comunidades rurales de Quito*. En Memorias del I Congreso Internacional de Cultura Viva Comunitaria.
- García Canclini, N. (2019). *Culturas híbridas: estrategias para entrar y salir de la modernidad*. Grijalbo.

- García Canclini, N. (2019). *Imaginario urbanos*. Siglo XXI Editores.
- García, F., & Rodríguez, J. L. (2021). *Globalization and e-commerce: New challenges and opportunities*. In *Global Economy and International Trade*. Springer.
- García, M., y López, R. (2018). La importancia de la activación y apropiación de la cultura por parte de los habitantes de un cantón. *Revista de Gestión Cultural*, 6(2), 45-58.
- García, R., Pérez, S., & Rodríguez, M. (2021). Resurgence of Local Trade and the Valorization of Cultural Wealth in Calacalí Parish. *Journal of Sustainable Development*, 9(3), 245-263.
- García-Canclini, N. (2016). *Culturas y ciudadanías del consumo en América Latina: lecturas desde la antropología económica*. Fondo de Cultura Económica.
- Gómez, D., y Torres, M. (2021). Patrimonio cultural tangible en las parroquias rurales de Quito: el caso de la parroquia de San José de Minas. *Revista Patrimonio y Cultura*, 9(1), 38-55.
- González, J., y Pérez, L. (2017). Desventajas de la cadena de intermediación en parroquias rurales: el caso de la producción agrícola en una comunidad rural. *Investigaciones Regionales*, 38, 121-135.
- González, M. (2019). Mercados tradicionales y mercados patrimoniales en la ciudad de Quito. *Revista Estudios Sociales*, 62, 127-138.
- González, M., y Rodríguez, D. (2021). Importancia de los mercados rurales en el desarrollo económico y social de Ecuador. *Revista Investigación & Desarrollo*, 31(1), 108-119.
- Grijalva, A., Velasco, F., & Silva, M. (2018). Estudio de la cadena de intermediación en la comercialización de productos agrícolas en la provincia de Pichincha. *Revista de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Central del Ecuador*, 33(1), 77-96. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=37555393006>
- Hall, S. (2017). *Cultural Identity and Diaspora*. In *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. Sage Publications.

- Hannerz, U. (2012). *Cultural Complexity: Studies in the Social Organization of Meaning*. Columbia University Press.
- Hodder, I. (2018). *The Archaeology of the Mediterranean World: From the Late Neolithic to the Roman Period*. Cambridge University Press.
- INEC (Instituto Nacional de Estadística y Censos) (2020). *Resultados definitivos del censo de población y vivienda 2020*. Quito, Ecuador.
- Instituto Nacional de Patrimonio Cultural (INPC). (2020). *Catálogo de patrimonio cultural del Ecuador*. Quito, Ecuador.
- Jacobs, J. (2019). *The Death and Life of Great American Cities*. Vintage.
- Johnson, C., & Davis, D. (2020). *Trade in the early modern period*. In *The Cambridge World History*. Cambridge University Press.
- Kroeber, A. L., & Kluckhohn, C. (1952). Culture: A Critical Review of Concepts and Definitions. *Papers of the Peabody Museum of American Archaeology and Ethnology*, 47(1), 1-25.
- León, C. (2018). Cultura, patrimonio y desarrollo en Ecuador: reflexiones desde la diversidad. *Revista de Antropología Experimental*, (18), 33-50.
- León-Portilla, M. (1962). *La institución cultural del comercio prehispánico*. *Estudios de cultura náhuatl*, 3, 23-54.
- Martín-Barbero, J. (2019). *De los medios a las mediaciones: Comunicación, cultura y hegemonía*. Ediciones Akal.
- Martínez, R., y Castro, S. (2018). Cultura y desarrollo rural en las comunidades de Calderón y Puéllaro. *Revista Cuadernos del CENDES*, 35(98), 105-123.
- Martínez-Novo, C., y Maloof, J. (2019). *Rutas patrimoniales comunitarias en los Andes del Ecuador: La sierra de Imbabura*. Ministerio de Cultura y Patrimonio del Ecuador.
- Medina, K. G. (2018). *Actividades productivas: agrícolas, industriales manufactureras para la parroquia de Calacalí* [Tesis de grado, Quito UCE]. Repositorio digital Universidad Central del Ecuador.

- Méndez, D. C. C., Fernández, C. Q., y Tipán, E. G. (2019). Mercados, interculturalidad y turismo: caso de estudio “Mercado de abastos el turismo y, plaza comercial César Chiriboga” Sangolquí-Ecuador. *CULTUR: Revista de Cultura e Turismo*, 13(3), 30-57.
- Méndez, R., Ortiz, J., & Gómez, A. (2021). Caracterización socioeconómica y ambiental de la parroquia Calacalí. *Revista de Desarrollo Local Sostenible*, 10(3), 78-93.
- Mera, M. (2019). Los mercados urbanos en Ecuador: Transformaciones y desafíos. *Revista Perspectivas Urbanas*, 1(1), 11-25.
- Ministerio de Cultura y Patrimonio del Ecuador. (2017). *Plan Nacional de Cultura 2017-2021*. Quito, Ecuador: Ministerio de Cultura y Patrimonio.
- Miranda, F., y Borrero, M. (2019). Los mercados populares de Quito: Entre la tradición y la modernidad. *Revista de Comunicación*, 18(2), 90-105.
- Naranjo, M. J., & Lalama, R. (2019). *Cultura y desarrollo en la sierra ecuatoriana*. *Revista Ciencia e Interculturalidad*, 23(2), 56-71.
- Núñez, C. (2020). Mercados populares en Ecuador: de la tradición a la modernidad. *Revista Tendencias*, 21(1), 107-124.
- Núñez, C. (2020). Mercados populares en Ecuador: de la tradición a la modernidad. *Revista Tendencias*, 21(1), 107-124.
- Orozco-Gómez, G., y Orozco-Gómez, G. (2018). *Cultura y comunicación en América Latina: entre la construcción de ciudadanía y la persistencia de la desigualdad*. Gedisa.
- Ortega, M. G., y Aguirre, P. J. (2019). Espacios culturales y desarrollo urbano sostenible: el caso de la ciudad de Quito. *Revista Palimpsesto*, (18), 40-57.
- Páez, J. C., y Armijos, G. E. (2017). Los mercados artesanales como espacios de comercialización y desarrollo sostenible en Ecuador. *Revista De Ciencias Sociales*, 23(4), 655-667.

- Paredes, A., y Coronel, L. (2019). El mercado del Juguete y su impacto en el Centro Histórico de Quito. *Estudios de Arte*, 2(2), 105-119.
- Peñañiel, F. (2017). *Historia y cultura en los pueblos indígenas del Ecuador*. Abya-Yala.
- Pratt, A. C., & Hutton, T. A. (2019). The cultural and creative economy: A literature review. *Geography Compass*, 13(3), e12412.
- Proaño-Peñañiel, L. A., y Pilco-Lucero, R. (2019). Arquitectura y cultura como factores clave en el desarrollo turístico sostenible en la parroquia de Rumiñahui, Quito-Ecuador. *Revista Espacio, Tiempo y Forma. Serie VI, Geografía*, (10), 319-341.
- Ramírez, M. (2018). Turismo comunitario y desarrollo sostenible en comunidades rurales de Quito. *Revista Cultura y Desarrollo*, 26(1), 81-96.
- Rodríguez, M., López, R., y González, L. (2018). Potencial turístico de la parroquia Calacalí: análisis y propuestas para su desarrollo sostenible. *Revista de Investigación y Desarrollo Turístico*, 7(1), 35-50.
- Rodríguez, M., Ludeña, C., y Paredes, J. (2018). Estudio de factibilidad para la implementación de un mercado de productos locales en la parroquia Calacalí. *Revista de Investigación en Gestión Empresarial*, 4(2), 67-80.
- Rodríguez, y., & Gutiérrez, D. (2021). Análisis de la cadena de intermediación en la comercialización de productos agrícolas en zonas rurales de Ecuador: el caso de la provincia de Cotopaxi. *Revista de Investigación, Desarrollo e Innovación*, 11(2), 311-328. <http://revistas.utp.ac.pa/index.php/ridi/article/view/2691>
- Ruiz, C. (2018). Cultura y desarrollo comunitario en la parroquia de Guangopolo, Quito. *Revista Pasos*, 16(2), 429-443.
- Saltos-Sarmiento, E. A. (2018). Los mercados populares en la redefinición de la identidad urbana: el caso de Quito. *Bitácora Urbano Territorial*, 28(1), 61-74.
- Sangmeister, E. (1960). *Metalurgia y comercio del cobre en la Europa prehistórica*.
- Segura, F., & Cáceres, R. (2019). Mercados culturales y territorios creativos en América Latina. Cuadernos de Geografía. *Revista Colombiana de Geografía*, 28(2), 338-352.

- Smith, A., & Thompson, G. (2019). *Commerce and trade in ancient Rome. In The Cambridge Economic History of the Greco-Roman World*. Cambridge University Press.
- Smith, L., & Jones, M. (2020). Local Commerce and Cultural Wealth: A Case Study of Calacalí Parish. *International Journal of Cultural Economics*, 43(4), 521-539.
- Talen, E. (2021). *The City and its Markets: Lessons from the European Urban Experience*. Routledge.
- Torres-Rea, Y. P. (2019). *Análisis de redes de abastecimiento de frutas de los mercados de Quito: caso de estudio Feria Independiente "La Ofelia"* [Tesis de grado, Quito UC]. Repositorio digital Universidad Central del Ecuador.
- Vaca-Andrade, G. A. (2021). Mercados culturales y patrimonio intangible: un acercamiento desde la perspectiva del turismo cultural en el centro histórico de Quito. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 30(2), 270-287.
- Valdez, E., y Albuja, A. (2020). Desarrollo del turismo rural comunitario en las parroquias rurales de Quito: un análisis desde la perspectiva paisajística. *Revista Entre Espacios*, 6(12), 29-41.
- Valverde, D., y Narváez, L. (2020). La cultura intangible en las comunidades rurales del cantón Quito. *Revista de Investigación y Desarrollo*, 2(3), 86-102.
- Vera, E., & Guzmán, M. (2018). Comercio y mercados rurales en Ecuador: Una aproximación a las dinámicas socioeconómicas locales. *Revista Técnica Administrativa*, 17(2), 92-104.
- Zambrano, C., López, E., & Sánchez, M. (2022). Análisis geoespacial del territorio de la parroquia Calacalí. *Revista de Estudios Geográficos*, 25(2), 45-58.
- Zambrano, W. O. O., Flores, R. E. C., y Luzuriaga, G. P. G. (2021). Hacia un turismo sostenible, consciente y regenerativo en la Reserva de la Biosfera del Chocó Andino de Pichincha. *PRACS: Revista Eletrônica de Humanidades do Curso de Ciências Sociais da UNIFAP*, 14(1), 71-92.