

EJE ARQUITECTÓNICO														
MERCADO MUERTA DE CUENCA	Materialidad	accesibilidad	Adecuaciones tecnologicas	Tipo de estructura	Agrupacion de areas humedas	Innovación tecnologica	Mobiliario	# de parqueaderos	Plantas arquitectonicas	Area de contrucción	Aprovechamiento pasivo	facilidades deconstrucción	Espacios multiuso	Zona de culto
9 de octubre	Mampostería de ladrillos con enlucido blanco	70%	Economico, materiales locales	Mampostería de ladrillo	En el edificio, instalaciones registrables	0	material apropiado y usabilidad	110	3	5.190 m2	Fachadas ventiladas	no	no	si
3 de noviembre	Fachaleta de ladrillo (cubierta)	30%	materiales locales	Hormigón armado y acero. Perfiles metálicos para las vigas y cubierta	En el edificio, instalaciones registrables	0	material apropiado y usabilidad	20	2	2319m2	Iluminación natural	no	no	si
10 de agosto	Mampostería de ladrillo	0%	Economico, materiales locales	columnas Hormigon cubierta abovedada de policarbonato	En el edificio, instalaciones registrables	0	material apropiado y usabilidad	0	3	4900.644 m2	0	no	no	si
27 de febrero	Mampostería de ladrillos con enlucido blanco	15%	materiales locales	Columnas de metal con cubierta de cercha	En el edificio, instalaciones registrables	0	material apropiado y usabilidad	82	1	2492,431m2	Fachada ventilada	no	no	si
Interpretación mercado media Cuenca	En su mayoría los mercados están estructurados de mamposterías con variantes de estructuras metálicas para la cubierta, teniendo muros macizos	Con un promedio total de 28.75 % de accesibilidad se interpretan los datos como una gran deficiencia en elementos que permitan la movilidad y uso de personas con capacidades especiales	Los mercados en Cuenca están elaborados con materiales locales y de buena calidad	Hay una media entre los materiales usados para la estructura, entre hormigón armado y Acero, situación que responde a los años en que fueron construidas las edificaciones	Todas las instalaciones en los mercados se encuentran dentro del mercado y accesibles en cajas de revisión, aunque no cumplen con una calidad de estar expuestas en su totalidad.	Ninguno de los mercados tiene sistemas inteligentes para la incisión tecnológico a o automatización	Los mobiliarios usados en los mercados responden de manera correcta al uso que los rodea, además de estar hechos de materiales adecuados para la limpieza y sanitización	De promedio hay 53 parqueaderos en el caso del mercado media, aunque la información dista demasiado en cuestión de rangos. La cantidad de parqueaderos depende del emplazamiento de la edificación y la planificación del proyecto	Hay un promedio de 2 pisos para la edificación de mercado. En los mercados de Cuenca depende de la densidad de ocupación del suelo estando en el centro los mercados más compactos y con varias plantas, a diferencia del 27 de febrero que tiene una extensión más amplia en una sola	3725 m2 de construcción con datos bastante variables	2 de los cuatro mercados tienen un aprovechamiento pasivo de los recursos naturales como ventilación o iluminación.	Ninguno de los mercados está planificado para el reciclaje de los materiales de construcción con que fué ejecutado	No existen espacios multiusos dentro de las edificaciones	Todos los mercados tienen espacios para el culto y tradición religiosa

MÓDULO DE COMERCIO																					
MERCADO MUERTA DE CUENCA	# de puestos total	Área Refrigerable		Área Semihumeda		Area de alimentos			Área seca			Área de basr		Área de artesanias							
9 de octubre	265	62	5	23%	93	6	35%	91	4	7	34%	19	4	5	7 %	0	0	0 %	0	0	0 %
3 de noviembre	169	18	9	11%	57	5	34%	44	9	9	26%	35	7	9	21%	15	7	9 %	0	10	0 %
10 de agosto	625	138	7	22%	222	5	36%	121	5	10	19%	38	9	9	6 %	11	6	16 %	5	6	19 %
27 de febrero	444	45	7	11%	92	6	23%	61	5	5	15%	65	6	9	16%	135	6	33 %	6	6	19 %
Interpretación mercado media Cuenca	375	65,75	7	16,75	116	5,5	32	79,25	5,75	7,75	23,5	39,25	6,5	8	12,5	65,5	4,75	14,5	2,275	5,5	0,5

M O D E L O D E G E S T I Ó N									
MERCADO MUERTA DE CUENCA	agrupacion social	Organigrama	desjerarquizacion	Ahorro de agua	Eficiencia termica	Ahorro de electricidad	recogido selectivo individual	recogido selectivo colectivo	Cadena de comercialización
9 de octubre	Deficiencia para personas de tercera edad	si	0%	0	0	0	si	si	Larga
3 de noviembre	Deficiencia para niños, neonatos, capacidades especiales, tercera edad	si	60%	0	0	0	si	si	Larga
10 de agosto	Deficiencia para personas con capacidades especiales y tercera edad	si	0%	0	0	0	si	si	Larga
27 de febrero	Deficiencia para personas con capacidades especiales y tercera edad	si	0%	0	0	0	si	si	Larga
Interpretación mercado media Cuenca	Todos los mercados tienen deficiencias constructivas para el uso de personas de tercera edad y personas con capacidades especiales en cuanto a movilidad.	Todos los mercados tienen un esquema de funcionamiento interno articulando las diferentes áreas sin cerrar circuitos	Unicamente un mercado tiene la capacidad de desjerarquización debido a su composición formal interna, teniendo una visibilidad del entorno interno de la edificación desde varios sitios	Ninguna edificación tiene sistemas para manejar de manera eficiente los recursos tales como ahorro de agua o electricidad o sensación térmica.	Todos los mercados tienen centros de recolección de residuos múltiple de tal manera que se los pueda clasificar	Todos los mercados tienen zonas para el almacenamiento de residuos	Todos los mercados pertenecen a una cadena de comercialización larga debido a su implantación en la ciudad, teniendo los centros de producción en lugares lejanos		

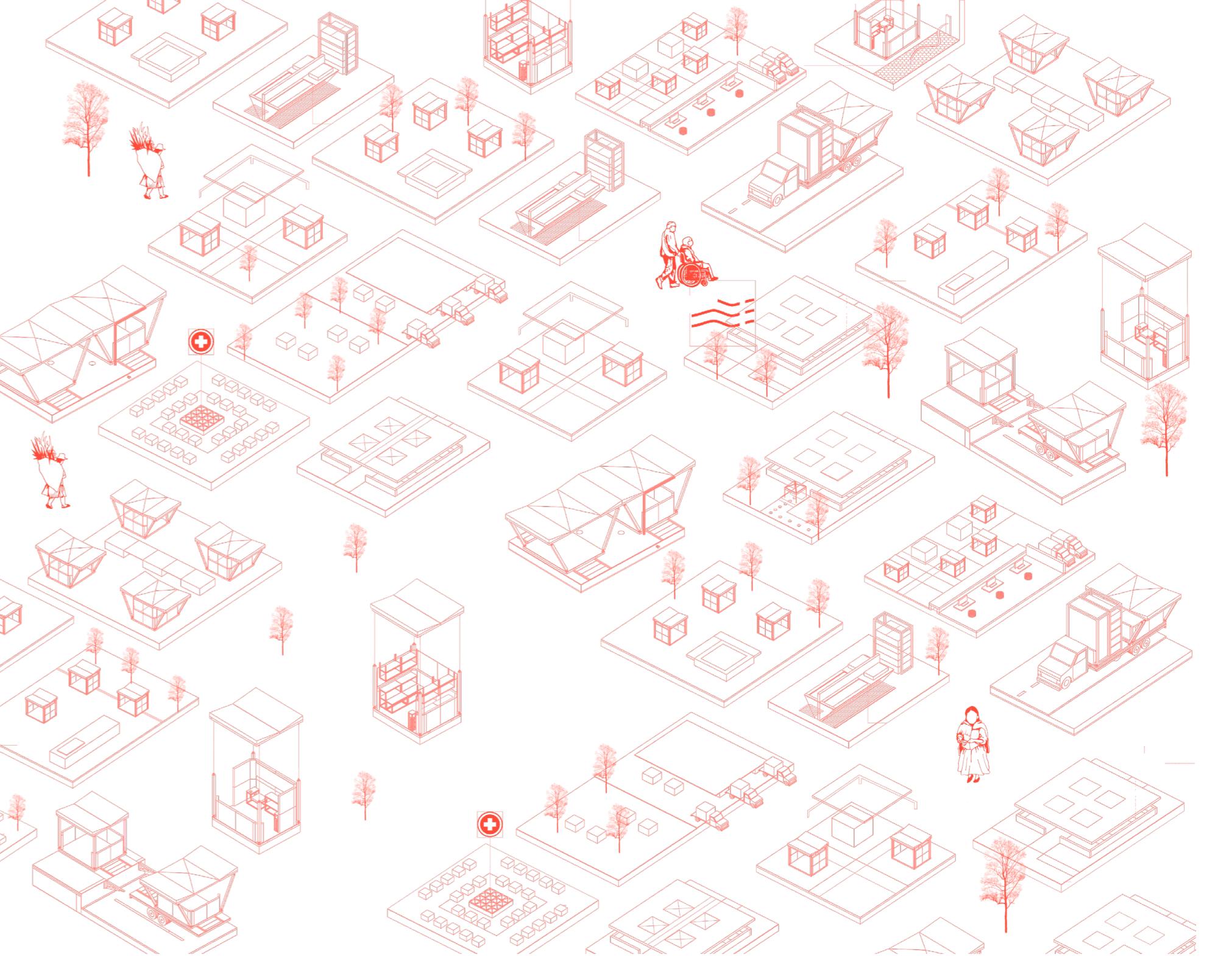
Figura 31: Mapa resumen. Narváez, Ormaza. 2022.

REFLEXIONES DEL CAPÍTULO									
<p>Cada uno de los temas tratados en este capítulo resuelve cuestiones clave para entender el capítulo 3. En este punto de la investigación, se ha alcanzado un tipo de contextualización más particular sobre la zona de estudio. En el primer capítulo ya se logró contextualizar de una manera acercada a la problemática sobre la situación de crisis ocasionada por la covid - 19 y los sistemas de mercado; y por otra parte; para finalizar este segundo capítulo, hay un acercamiento al mercado como edificación en Cuenca; sus espacios, su modelo de gestión, sus tipologías arquitectónicas; etc, alcanzando una contextualización sobre el funcionamiento de los mercados, en el ejemplo claro de la ciudad de Cuenca. Estos dos tipos de contextualización de la información serían claves para aplicar una interpretación de datos lo más acertada posible.</p>									
<p>RESUMEN DEL CAPÍTULO 2 Con el desarrollo del capítulo 2 se evidencia cómo están los mercados antes de la pandemia, se hace una recolección de datos de documentos académicos y se almacena una gran cantidad y variedad de datos que ayudan a nutrir de más información la investigación, sin embargo para la verificación de algunas características, se realiza un levantamiento fotográfico y de información in situ de cada uno de los mercados muestras, se conversa con las vendedoras y personal administrativo, con el objetivo contrastar la información encontrada anteriormente y delimitar una transición del mercado antes y el mercado durante la pandemia. Durante el levantamiento fotográfico de los cuatro mercados muestra, se solicitó información a las administraciones de los cambios durante la pandemia y las más comunes fueron restricción en los ingresos, elementos para distanciamiento social, a nivel de piso con pintura, paneles de protección para evitar el contacto de los alimentos, túneles de desinfección y un mayor control y saneamiento de los baños y señalética para ordenar el espacio; al mismo tiempo se levantó información de primera mano de las vendedoras de los mercados, mostrando un descontento con la baja adaptabilidad y organización de los mercados afirmando que los compradores que atesibalan los mercados hoy hacen mayor uso de supermercados eso ha demostrado que como un tema de percepción el usuario no ingresa a los interiores del mercado y mucho menos tuvo la confianza para ingresar en mercados demás de 2 pisos por un tema de percepción, se ve necesario un cambio a la forma de almacenar datos del mercado de tal forma que el gerente o administrador del mercado pueda proporcionar datos.</p>									



3

Metodología de levantamiento de información



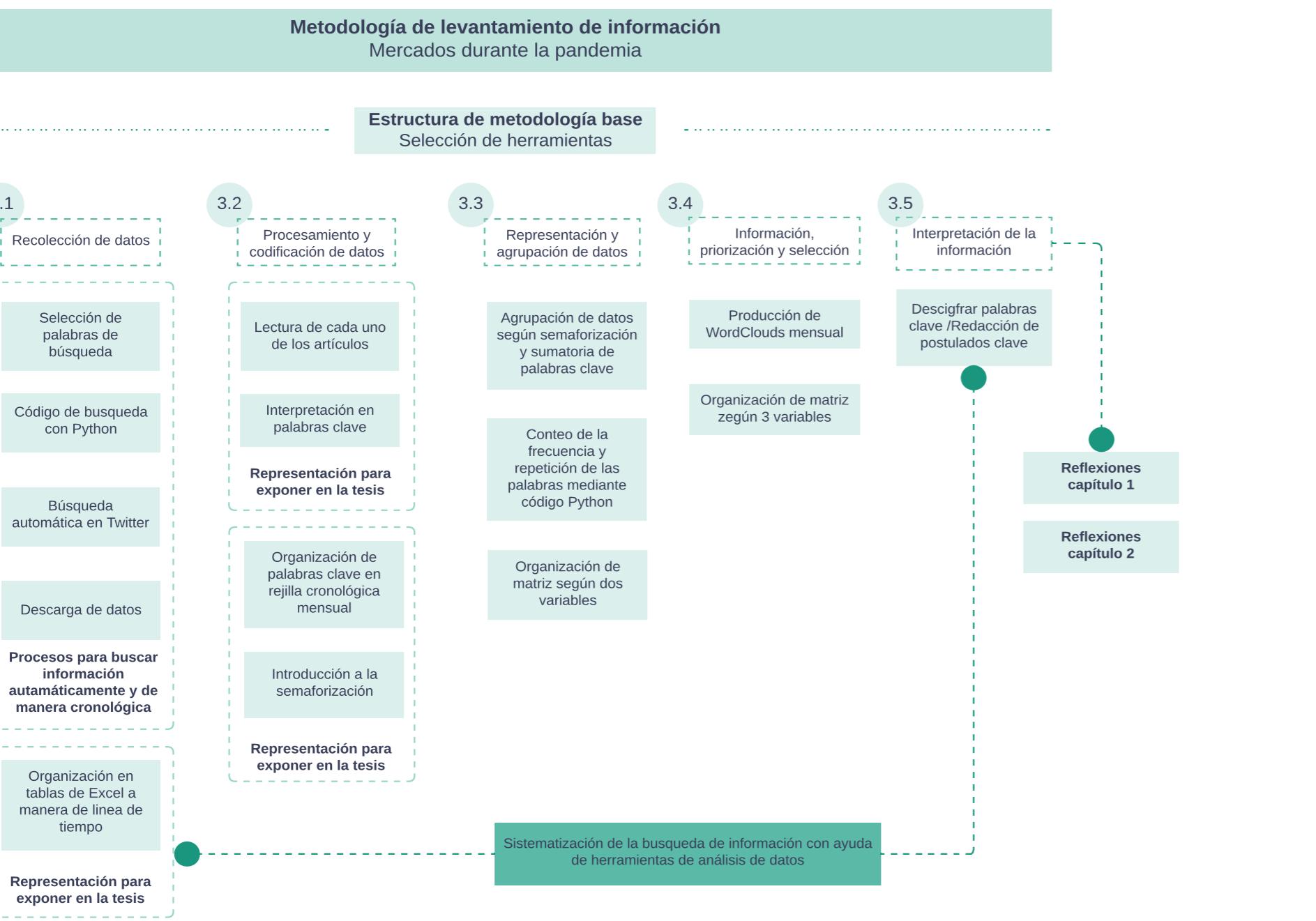


Figura 32: Estructura del capítulo 3. Narváez, Ormaza. 2022

3 Metodología para el levantamiento de información

de las soluciones que complementarían la producción de estrategias de diseño; y que al mismo tiempo permita la visualización gráfica de las respuestas sociales, como guía para entender el cambio de las estrategias de diseño a través de la semaforización.

Dentro de los procesos de este capítulo se entenderá la relevancia de la información contextualizada y analizada en los capítulos previos, además de su importancia al momento de analizar, interpretar y organizar bases de datos; se introducen varios cuestionamientos y conceptos que complementan la forma de proponer estrategias y diseñar. ¿Qué tan importante es la narrativa social en la arquitectura? ¿Qué es el análisis de datos?; ¿Cómo se replica una forma de plantear estrategias de diseño con el apoyo del análisis de datos?, entre otras.

Saldana Ochoa, Karla. (2020). Enhancing Disaster Response with Architectonic Capabilities by Leveraging Machine

Saldana Ochoa, Karla. (2020). Enhancing Disaster Response with Architectonic Capabilities by Leveraging Machine and Human Intelligence Interplay. 10.3850/978-981-14-8593-0_3690-cd.

Karla Saldaña propone un experimento en donde considera estudios producidos de 8364 resúmenes de artículos académicos sobre el campo respuesta desastres y 1930 protocolos de organizaciones indexadas en línea. Este utiliza la inteligencia artificial en forma de red neuronal para realizar la tarea de incrustación utilizando algoritmos como Word 2 vec 1 y aprendizaje (no supervisado) para la agrupación, luego para la representación de datos utiliza self organising maps 2 y por último emplea inteligencia humana para la toma de decisiones, en esta etapa se sugieren acciones y herramientas para un escenario específico de catástrofe y que se planifique la participación de los profesionales arquitectos en la respuesta a catástrofes.

Este capítulo contiene un análisis exploratorio para entender las problemáticas y respuestas sociales frente al desarrollo de la pandemia en los mercados. Este análisis mostrará un registro de datos estructurado sistemáticamente que permitirá visualizar cuales son los asuntos que más se han mencionado a travez del tiempo, con el objetivo de aportar en la producción de estrategias de diseño desde este enfoque social; al mismo tiempo expondrá cómo las exigencias y soluciones varían según la situación de emergencia, pues se entenderá también la influencia de la semaforización.

El reto es levantar información con una metodología que permita generar un registro redactado que pueda usarse como evidencia

lenguaje de programación, además de una alta capacidad computacional debido a los algoritmos de AI. La máquina learning que maneja; razón por la que se la usa como "baseline".

Estructura de metodología base

A continuación el conjunto de pasos del subproceso que permitirá recolección de datos, está basado en una metodología ya desarrollada.

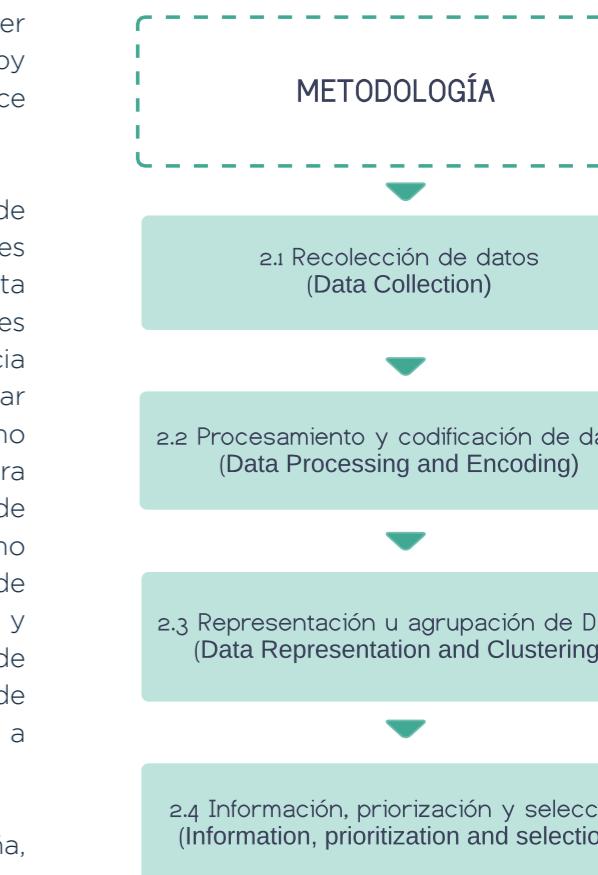


Figura 3: Estructura de la metodología Saldaña 2020

La estructura metodológica que se propone para esta tesis, se basa en la recolección de información, codificándola, filtrándola y priorizándola según las narrativas que contienen para luego generar una representación de datos fácilmente interpretable por un arquitecto

A continuación se pueden apreciar ejemplos de los resultados de la investigación de Karla Saldaña, mostrando esquemas de fácil interpretación ver figura 17.

Para empezar con el análisis explorativo es necesario entender el alcance de los datos que se van a recolectar, las fuentes de información

Selección de herramientas.

Twitter es una red social de micro-blogging fundada en 2006, posicionada en la cotidianidad de los usuarios, esta herramienta es de gran alcance con 350 millones de usuarios a nivel mundial y 11 millones de usuarios en Ecuador, haciéndola una gran fuente de información respecto a los usuarios y contenidos que se manejan en su plataforma. Twitter es hoy por hoy la fuente más importante de datos sociales de la que disponen los investigadores en Internet. (Caracterización de usuarios y propagación de mensajes en Twitter en el entorno de temas sociales, 2016)

Cabe recalcar que el uso de esta herramienta se toma en cuenta justamente debido a las medidas de bioseguridad que impiden hacer un acercamiento físico, además del alcance que tiene tal herramienta en un contexto globalizado. **El problema del sesgo de información.**

er se posteán las noticias con links de enamiento a las páginas web oficiales de es de información. Debido a la limitante carácteres, los medios de información ca publican los titulares en conjunto mación importante respecto al tema que noticia, a manera de imágenes o videos. ndo información estratégicamente en la plataforma de Twitter. Esto hace más rápida la búsqueda de información oras clave o usuario.

parte, es necesario recapitular el hecho. El desarrollo de esta investigación se basa en la utilización de fuentes periodísticas y por lo tanto las narrativas acercadas a la realidad y de la situación social. Esta tesis está basada en una visión social de los hechos.

director
working
on child
home network
iversity
donate history
partner student
life board
world public
school group
nt data
ews staff
easter emergency
port email
country south
center press
overnment
ization
e state
conflict

as organizaciones hu-
búsqueda

Recopilación de datos

esta primera fase busca generar información para poder procesarla y lograr esto se requiere: de búsqueda se encuentra medio oficial de información Cuenca; y, **@elcomercio** medio a nivel nacional.

palabras clave de usuarios

selección de palabras clave de los usuarios, estos direccionan la información recordando que van a las narrativas que contengan mercados. estratégicamente las palabras tienen una relación directa con el análisis y la descripción de la información, con anterioridad.

mercados.	Arquitectura-Emergencia
clave de búsqueda se pueden	Comida-Emergencia
inteligencia humana, por medio del	Comercio-Mercados-Covid
o en el primer y segundo capítulo	Covid-Módulo-Comercio
	(Español)

udio (mercados) y hacia dónde va
ueda de soluciones y problemas.
pueden ser identificadas de
eras.

Architecture-Emergen
Commercials-Covid19
Mercados-Covid19-Urk
Module-Commerce-Ur

ingüística, forman parte de una selección de herramientas que se encuentran en frases o de búsqueda

sus relaciones entre cada

que la frase “enfermedad en enfermedad de Covid-19 en Cuenca, Se propone una herramienta que ejecute el lenguaje de que sea de libre acceso”

a por usuario nos
pecífica de mercados
asando en ellos. En
los para esta sección
@eltiempoec como
periodística local, de
@eluniversoec como
búsquedas amplias y avanzadas. En este caso se
eligió la plataforma Collaboratory, "Colab" para
abreviar, es un producto de Google Research.
Permite a cualquier usuario escribir y ejecutar
código arbitrario de Python en el navegador.
Es especialmente adecuado para tareas de
aprendizaje automático, análisis de datos y
educación.

Crawling Data (Rastreo de datos)

on se seleccionaron
ras clave que tienen
s semántico realizado
a-Pandemia-Covid-
ovid19-Mercado-
9- Urbanismo Diseño-
Cuando se realiza la búsqueda de manera
manual en la plataforma de twitter, introduciendo
cualquier término, la plataforma arroja una serie de
resultados organizados de manera descendente,
de tal manera que conforme se da el comando de
bajar, sea con el scroll de mouse, o con flechas de
teclado, o descendiendo en un dispositivo táctil;
aparece nueva información.

-Pandemic-Covid-Markets-Comercio- El crawling data realiza el mismo proceso de descender, pero de manera automática y registrando la información en una matriz que responde al código programado.

El objetivo de estos procesos automatizados es facilitar el rastreo de datos específicos de plataformas digitales de opinión y vinculación con artículos y noticias como lo es twitter para generar la base de datos que será el primer paso para satisfacer los requerimientos de la investigación.

ta que reconozca y gramación y además so para establecer Primero se realiza una búsqueda específicamente dirigida a los usuarios de los principales medios de comunicación de Cuenca en el periodo establecido de la investigación, es decir desde marzo 2020, hasta marzo 2021.

```
# Ingreso de pedido
user1 = "@Mercados_Cuenca"

# Instalamos la librería
!pip install tweepy
# Importamos la librería
import tweepy
import pandas as pd
import datetime
import json
from datetime import *
```

Figura 36: Código de búsqueda. Náváez, Ormaza. 2022

Como se puede apreciar en el ejemplo, las variables de ingreso para el código de programación, serían únicamente 2, el @ o usuario del que se desea levantar la información, y la fecha desde la cual se desea hacer.

Para finalizar la búsqueda de información referente a mercados, colab nos arrojará un archivo en excel con una cantidad amplia de información. Esta información está expuesta en el anexo 2: Datos de línea de tiempo; adjuntado al final de esta tesis.

3.2. Procesamiento y codificación de datos

Se puede denominar a esta segunda parte como la “fase de filtros” esto debido a un proceso de selección de los datos descargados, obviando los que sistemáticamente no tienen relación con los mercados, la Covid-19 o Cuenca; o reduciendo la cantidad de información para priorizar los datos indispensables.

Como parte de este proceso se entiende que el filtro es diferente para los datos buscados por @ o usuario y los datos producto de la búsqueda por

palabras clave.

La diferencia radica en que la búsqueda por usuarios arroja una gran cantidad de datos que corresponden a todas las publicaciones por parte del usuario en el periodo de tiempo entre el 13 marzo 2020 y 13 de marzo 2021, mes a mes; esto incluye tanto noticias sobre los mercados y Covid como de cualquier otra índole.

Sabiendo esto, se aplicaron filtros mediante la selección de la inteligencia humana, así se considera estratégicamente las publicaciones e información referente a los mercados en Cuenca, sus problemáticas, posibles soluciones, transformaciones, etc.

Con la información total recolectada a este punto se realiza una organización sistemática sobre un calendario, mostrando una pertenencia temporal de los datos, acto seguido se realizará una lectura rápida de los titulares expuestos en cada uno de los días del año, para ingresar en los links de dirección a las páginas principales.

(Esta matriz principal resultante a a manera de linea de tiempo se expone a partir de la siguiente página)

A continuación, lo que se plantea es un resumen en una nueva ronda de palabras clave que condense la información presente en cada artículo. y colocar esta información en una nueva matriz que relacione la variable tiempo con las palabras clave.

La semaforización

Hubo un análisis desarrollado al mismo tiempo que se levantaba la información, respecto a los

momentos claves de cambios o variaciones en los acontecimientos en torno a los mercados.

Se identificaron 3 periodos claves que correspondían a la semaforización dictaminada por el COE, habiendo semáforo rojo, amarillo y verde que respondían a la forma de enfrentar la amenaza biológica.

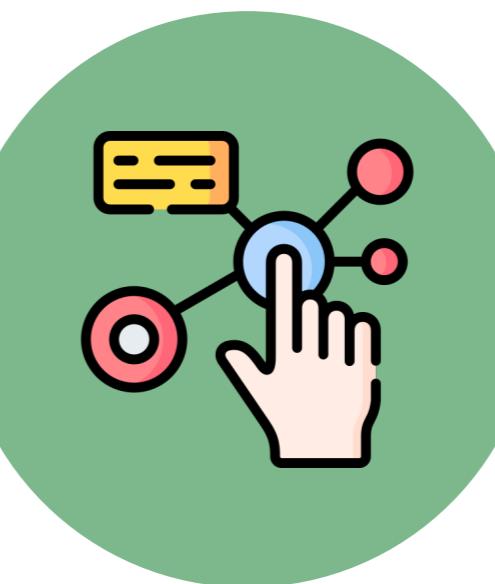
La diagramación de la información recolectada que se expone a continuación es una matriz interactiva para la versión digital de la investigación, hay un enlace de redirecciónamiento a la web en cada uno de los días con información.

Es necesario saber los siguientes datos sobre la matriz para entenderla claramente:

En la carilla izquierda se encuentra una matriz a manera de calendario con los links de las noticias que corresponden a cada día, resaltando de un color más intenso los días que hay una ausencia de información; en la carilla derecha hay una representación fotográfica organizada en el mismo calendario que la carilla izquierda. La información expuesta en las dos carillas está directamente relacionada, habiendo una imagen representativa que corresponde respectivamente a cada uno de los días que hay información, cabe recalcar que estas imágenes han sido extraídas los links de información que se pueden observar.

La matriz se organiza en un mes por cada hoja, y sus colores responden al estado de semaforización en que se encontraban los mercados de Cuenca; habiendo semáforo rojo del 13 de marzo al 23 de mayo, semáforo amarillo del 24 de mayo al 4 de septiembre, y semáforo verde del 5 de septiembre al 13 de marzo de 2021.

A continuación, lo que se plantea es un resumen en una nueva ronda de palabras clave que condense la información presente en cada artículo.



Lu

Ma

Mi

Ju

Vi

Sa

Do

Lu

Ma

Mi

Ju

Vi

Sa

Do

1

2

3

4

5

6

7

8

8

9

10

11

12

13

14

15

16

17

18

19

20

21

17

18

19

20

21

22

23

18

19

20

21

22

23

24

19

20

21

22

23

24

25

20

21

22

23

24

25

26

21

22

23

24

25

26

27

22

23

24

25

26

27

28

23

24

25

26

27

28

29

24

25

26

27

28

29

30

25

26

27

28

29

30

31

Prefectura de Azuay oferta alimentos a domicilio por la emergencia sanitariaLas actividades se centran en mercados, farmacias, abacerías y gasolineras en Cuenca7.000 kits alimenticios se distribuirán en Cuenca
En Cuenca se repartirán raciones alimenticias a familias de bajos recursos económicosProblemas en la distribución de alimentosMercado El Arenal no atenderá los miércoles y sábadosCapacitación para evitar contagio del coronavirus a comerciantes de los mercados de Cuenca
Supermercados adelantan apertura ante nuevo horario de toque de quedaControl en los mercadosObreros de la EMAC recibirán kits de víveres¿CÓMO CAMBIARÁ LA ARQUITECTURA PÚBLICA Y LAS CIUDADES DESPUES DEL COVID-19?Mercado 12 de Abril se cierra por cerco epidemiológico como medida de prevenciónCuencanos podrán ingresar al Arenal según el número de cédula**Vacíos Fotográficos****Vacíos Fotográficos****Vacíos Fotográficos**

-

-

-

-

-

-

-

-

-

-

-

-

-

-

-

-

-

-

-

-

-

-

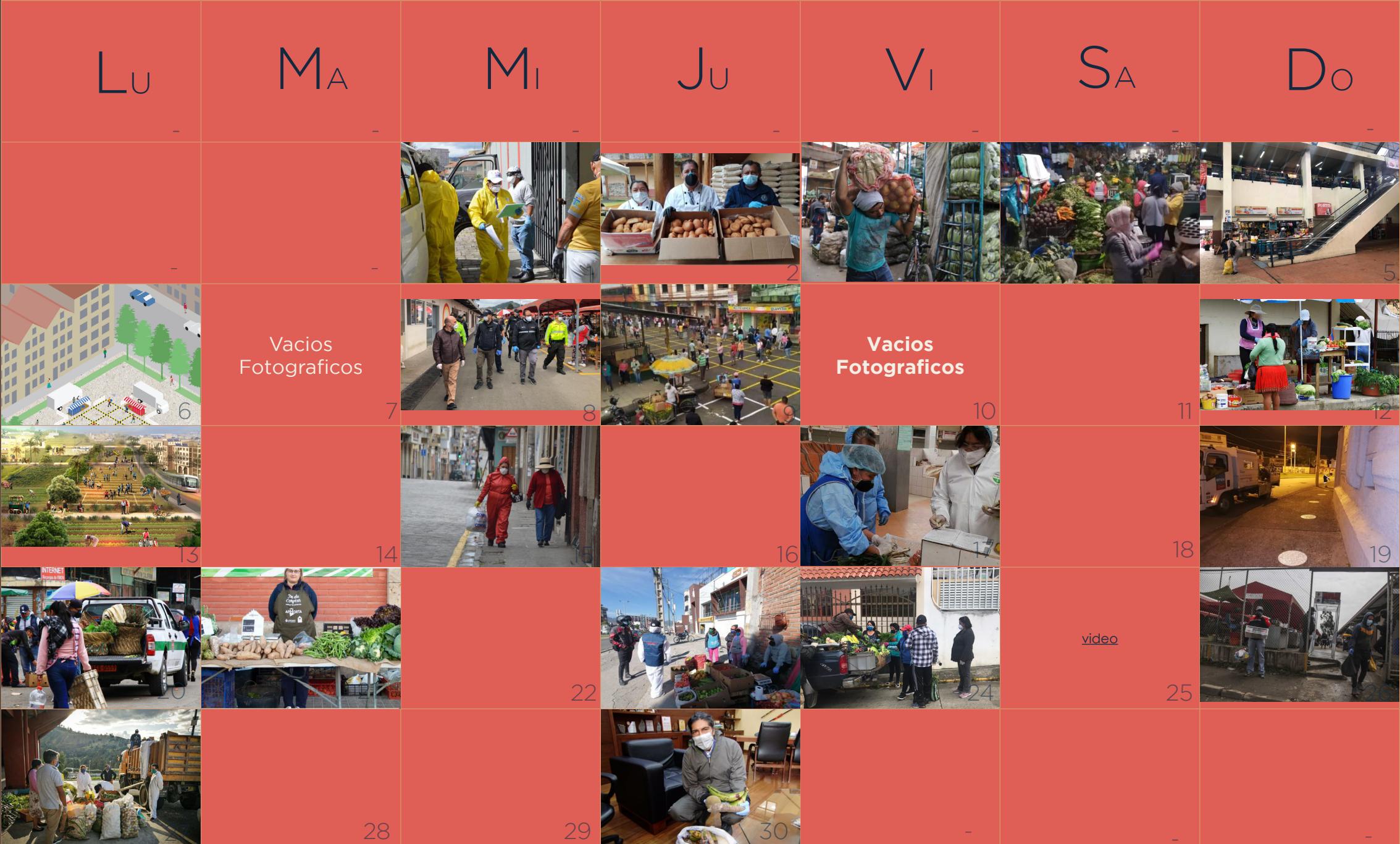
-

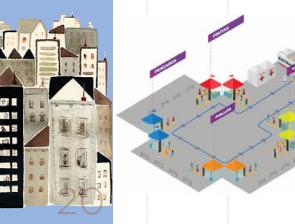
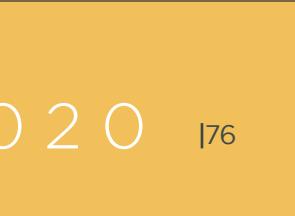
-

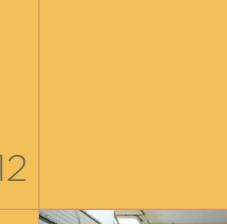
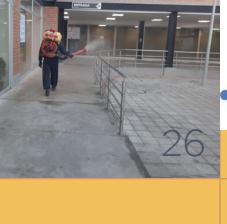
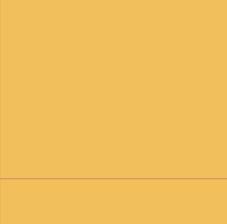
-

-

-



Lu	Ma	Mi	Ju	Vi	Sa	Do	Lu	Ma	Mi	Ju	Vi	Sa	Do										
-	-	-	-	-	<u>134 pequeños comerciantes de un mercado de Cuenca dieron positivo a covid-19</u>	-	1	2	-	-	-		-	2	3								
<u>Calles llenas de peatones, en el primer día del semáforo rojo</u> Los mercados de frutas y hortalizas durante y después del Covid19	4	<u>Latacunga mercados móviles con artículos de primera necesidad</u>	5	<u>Azogues iniciativa municipal "Mercado va a tu casa"</u>	6	<u>Agricultores piden al Gobierno «mirar» hacia el campo</u>	7	8	9	<u>cómo las pandemias modificaron la arquitectura y qué cambiará en nuestras ciudades después del covid-19</u>	10					9	10						
11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31			
<u>Visita técnica en la Parroquia San Joaquín, con el fin de brindar asesoramiento en cuanto a medidas y protocolos de seguridad</u>	18	<u>Urbanismo y arquitectura para una nueva normalidad</u>	19	<u>Rudolf Giese: "Los mercados son fundamentalmente informales en Perú"</u> MASS Design Group publica estrategias espaciales para que restaurantes enfrenten la pandemia de COVID-19	20	<u>La arquitectura vernácula en un mundo post-COVID-19</u>	21	22	23						24	25	26	27	28	29	30	31	
<u>Un tercio de la población en Ecuador se encuentra en localidades con semáforo amarillo, dice María Paula Romo</u> Ecuador: 37 355 casos del nuevo coronavirus; 5 229 personas fallecidas en el contexto del covid-19	25	<u>Gualaceo implementa mercados temporales</u>	26	<u>Los mercados: Integrados al desarrollo socio-cultural de cada distrito</u>	27	<u>¿Cómo debe rediseñarse Los Angeles para el coronavirus? ¿Están fuera los pomos de las puertas? Preguntamos a los expertos</u>	28	29	30														

Lu	Ma	Mi	Ju	Vi	Sa	Do	Lu	Ma	Mi	Ju	Vi	Sa	Do	
Mercados, el alma de la ciudad Aldo G. Facho Dede		Madrid presenta las conclusiones del 'Foro para la reactivación de la ciudad tras la crisis sanitaria por la COVID-19. Un enfoque desde el urbanismo'		Seis nuevos casos de covid-19 de comerciantes de mercados en Cuenca	Esta madrugada nuevo operativo en los alrededores de El Arenal	Tres colores para vivir el distanciamiento								
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	
Cómo la arquitectura podría ayudarnos a adaptarnos a la pandemia	Ciudades imposibles: la perspectiva de los niños y niñas sobre la pandemia de COVID-19	Coronavirus y comida: Tenemos alimentos para todos, pero no todos pueden acceder a ellos			Urbanismo Táctico: reimaginando nuestras ciudades después de COVID-19									
8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	
La expansión suburbana: ¿es una superdifusión de COVID-19? La ola de la movilidad sostenible quiere mantenerse tras el coronavirus	Después de COVID-19, ¿qué sigue para la arquitectura del paisaje?	Los comerciantes de los mercados de Cuenca donan alimentos para un zoológico	Diseño colaborativo en la sostenibilidad de los edificios. Una mirada holística a la creciente arquitectura ecológica en tiempos de pandemia COVID-19	How the Coronavirus Will Reshape Architecture	LA CIUDAD QUE QUEREMOS	Visitamos el Mercado 10 de Agosto, autorizamos apertura de puerta de acceso, calle General Torres, y la implementación de túnel de sanitización. Felicitamos a los comerciantes por mantener el mercado limpio, ordenado y protocolos de bioseguridad								
15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	
How the Coronavirus Recovery Is Changing Cities	Mantenemos el semáforo amarillo en Cuenca. De nosotros depende no retroceder ante esta decisión	"El Mercado llega a tu Barrio", sigue con su recorrido visitando a las amas de casa de los diferentes sectores de la ciudad, que se benefician con productos frescos de calidad y a buen precio	La tarde de hoy se realizó sanitización profunda en los interiores y alrededores del Mercado 27 de Febrero, gracias al apoyo de la empresa Prosal	La tarde de hoy realizamos sanitización profunda en el Mercado 12 de Abril, gracias al apoyo de la empresa Prosal para mantener los centros de abasto limpios y seguros siempre.	¿Cómo funcionarán los semáforos rojo, amarillo y verde en junio del 2020?									
29	30													
77	JUNIO 2020	UCUENCA											JUNIO 2020	78

Lu	Ma	Mi	Ju	Vi	Sa	Do	Lu	Ma	Mi	Ju	Vi	Sa	Do	
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
-	-	LA ARQUITECTURA LUEGO DEL COVID-19, UNA NUEVA PERSPECTIVA	1	2	3	4	5	-	-	-	-	-	5	
6	COVID-19&privacy: Enhancing of indoor localization architectures towards effective social distancing	Imaginación y distancia de seguridad para diseñar las ciudades del futuro	8	9	10	11	12	6	Vacios Fotograficos	7	Vacios Fotograficos	8	10	
Humanizar las ciudades	13	14	15	16	17	18	19	Humanizar las ciudades	14	15	16	17	18	
Mercados mayoristas afectados por la pandemia en América Latina Lanzan pautas para la prevención del COVID-19 en mercados mayoristas frutihortícolas	20	Nueva normalidad en los mercados	Tactical Urbanism: An Adaptive Tool for Safe Distancing	Tactical Urbanism: An Adaptive Tool for Safe Distancing	23	24	25	26	Vacios Fotograficos	21	22	23	24	25
27	28	29	30	31	-	-	-	27	28	29	30	31	-	

Lu	Ma	Mi	Ju	Vi	Sa	Do	Lu	Ma	Mi	Ju	Vi	Sa	Do
-	-	-	-	-	1	2	-	-	-	-	-	1	2
3	4	5	6	7	8	9	3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16	10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23	17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30	24	25	26	27	28	29	30
31	<p><u>Garantizamos orden y limpieza, para que la ciudadanía realice sus compras respetando las medidas de bioseguridad.</u></p> <p><u>En los mercados de la ciudad se oferta una variedad de productos, para que los cuencanos preparen sus platillos favoritos</u></p>		<p><u>Los comerciantes de la Plataforma Itinerante de Narancay junto a personal de la @EMAC-EP realizan una minga de limpieza, para generar espacios seguros para la comercialización de sus productos.</u></p>		<p><u>Apoya a nuestros comerciantes y adquiere alimentos de buena calidad, en la sección de cárnicos de los mercados de #Cuenca hay variada oferta de productos para darte un gustito en familia.</u></p>		<p><u>spacios limpios, seguros y ordenados, así los cuencanos adquieren productos de calidad, frescos y a buen precio.</u></p>		<p><u>espacios limpios y ordenados, así los cuencanos adquieren productos de calidad, frescos y a buen precio.</u></p>		<p><u>Trabajamos conjuntamente para fortalecer la reactivación económica de nuestros comerciantes, cumpliendo con todas las medidas de bioseguridad</u></p>		31

Lu	Ma	Mi	Ju	Vi	Sa	Do	Lu	Ma	Mi	Ju	Vi	Sa	Do
	1	2	3	4	Visita tu mercado, contamos con espacios limpios, ordenados y seguros gracias a las medidas implementadas Comerciantes de los mercados, realizaron cheques médicos para la reforestación de los áreas verdes	5	6	7	8	9	10	11	12
7	8	9	10	11	12	13	7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20	14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27	21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	-	-	-	-	28	29	30	-	-	-	-

En la Plataforma N°9 del Mercado #ElArenal descubrirás gran variedad de hortalizas frescas y con precios populares

Visita tu mercado, contamos con espacios limpios, ordenados y seguros gracias a las medidas implementadas
Comerciantes de los mercados, realizaron cheques médicos para la reforestación de los áreas verdes

La frontera agrícola de Azuay y Cañar se amplió durante la emergencia sanitaria



Lu	Ma	Mi	Ju	Vi	Sa	Do	Lu	Ma	Mi	Ju	Vi	Sa	Do
-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	1
2	3	4	5	6	7	8	2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15	9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22	16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29	23	24	25	26	27	28	29
30	31	-	-	-	-	-	30	31	-	-	-	-	-

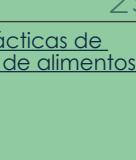
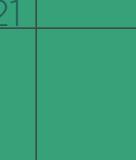
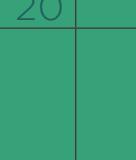
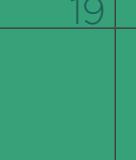
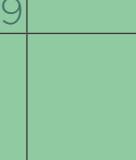


La pandemia transforma el diseño y la arquitectura de los nuevos restaurantes

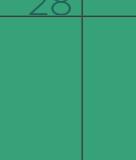
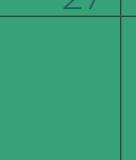
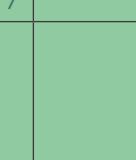


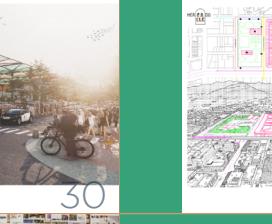
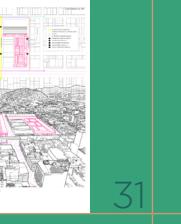
Los consumidores están reevaluando lo que significa estar bien. Después de Covid-19, exigirán mayores niveles de salud urbana y ciudades más cívicas

"La arquitectura debe hallar opciones más saludables para afrontar la covid"



buenas prácticas de manipulación de alimentos



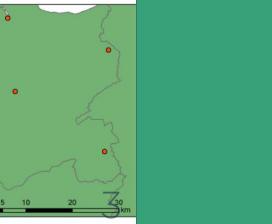
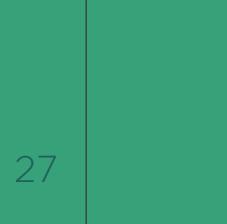
Lu	Ma	Mi	Ju	Vi	Sa	Do	Lu	Ma	Mi	Ju	Vi	Sa	Do				
-	1	2	3	4	5	6	-	1	2	3	4	5	6				
7	8	<u>The new normal or the forgotten normal: contesting COVID-19 impact on contemporary architecture and urbanism</u>	9	10	11	12	13	7	8			11	12	13			
14	15	<u>Las aglomeraciones inciden en el aumento de covid-19 en el Austra</u>	16	17	18	19	20	14	15			17	18	19			
21	22	<u>LA ARQUITECTURA LUEGO DEL COVID-19, UNA NUEVA PERSPECTIVA</u>	23	24	25	26	27	21	22			24	25	26	27		
28	29	<u>"PROPIUESTA ARANTINA WASI"</u>	30	<u>"PROPIUESTA COMUNIDAD RADICAL"</u>	<u>"PROPIUESTA RIZOMA"</u>	<u>"PROPIUESTA MERCADO CALLE"</u>	<u>"PROPIUESTA MANIFIESTO"</u>	<u>"PROPIUESTA MERCADOS RESILIENTES"</u>	28			30			31	-	-
-	-	<u>2020: un año de arquitectura</u>	-	<u>ño de arq</u>	-	-	-	-	-		-	-	-	-	-		

Lu	Ma	Mi	Ju	Vi	Sa	Do
				LA RESPUESTA DE LA ARQUITECTURA FRENTE AL COVID-19 Estudio sobre las diferentes soluciones constructivas a través de tres casos de estudio	1	2
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

Lu	Ma	Mi	Ju	Vi	Sa	Do
					2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

Lu	M _A	M _I	J _U	V _I	S _A	D _O	Lu	M _A	M _I	J _U	V _I	S _A	D _O	
LA RESPUESTA DE LA ARQUITECTURA FRENTE AL COVID-19	1	2	3	4	5	6	7	Vacios Fotograficos	1	2	3	4	5	6
	8	9	10	11	12	13	14		8	9	10	11	12	13
	15	16	17	18	19	20	21		15	16	17	18	19	20
	22	23	24	25	26	27	28		22	23	24	25	26	27
	29	30	31	-	-	-	-		29	30	31	-	-	-



Lu	Ma	Mi	Ju	Vi	Sa	Do	Lu	Ma	Mi	Ju	Vi	Sa	Do
1 Top 7: Ideas de Renzo Pao sobre Covid, espacios y arquitectura	2 Collaboration for innovative routes to market; COVID-19 and the food system	3 UN HÁBITAT DIFERENTE Reinterpretaciones arquitectónicas en pandemia	4 Arquitectura en tiempos de covid	5 Arquitectura en tiempos de covid	6 Arquitectura en tiempos de covid	7 Arquitectura en tiempos de covid	1 	2 	3 DESINFECCIÓN COMPLETA EN FILTROS	4 DESINFECCIÓN COMPLETA EN FILTROS	5 	6 	7 UN NUEVO PUNTO DE FUGA CON LA GARCIA LUIS VILLENA Y VA
8 UN HÁBITAT DIFERENTE Reinterpretaciones arquitectónicas en pandemia	9 UN HÁBITAT DIFERENTE Reinterpretaciones arquitectónicas en pandemia	10 UN HÁBITAT DIFERENTE Reinterpretaciones arquitectónicas en pandemia	11 UN HÁBITAT DIFERENTE Reinterpretaciones arquitectónicas en pandemia	12 UN HÁBITAT DIFERENTE Reinterpretaciones arquitectónicas en pandemia	13 UN HÁBITAT DIFERENTE Reinterpretaciones arquitectónicas en pandemia	14 UN HÁBITAT DIFERENTE Reinterpretaciones arquitectónicas en pandemia	8 UN HÁBITAT DIFERENTE Reinterpretaciones arquitectónicas en pandemia	9 UN HÁBITAT DIFERENTE Reinterpretaciones arquitectónicas en pandemia	10 UN HÁBITAT DIFERENTE Reinterpretaciones arquitectónicas en pandemia	11 UN HÁBITAT DIFERENTE Reinterpretaciones arquitectónicas en pandemia	12 UN HÁBITAT DIFERENTE Reinterpretaciones arquitectónicas en pandemia	13 UN HÁBITAT DIFERENTE Reinterpretaciones arquitectónicas en pandemia	14 UN HÁBITAT DIFERENTE Reinterpretaciones arquitectónicas en pandemia
15 La arquitectura de la Humanidad en la pandemia	16 La arquitectura de la Humanidad en la pandemia	17 La arquitectura de la Humanidad en la pandemia	18 La arquitectura de la Humanidad en la pandemia	19 La arquitectura de la Humanidad en la pandemia	20 La arquitectura de la Humanidad en la pandemia	21 La arquitectura de la Humanidad en la pandemia	15 La arquitectura de la Humanidad en la pandemia	16 La arquitectura de la Humanidad en la pandemia	17 La arquitectura de la Humanidad en la pandemia	18 La arquitectura de la Humanidad en la pandemia	19 La arquitectura de la Humanidad en la pandemia	20 La arquitectura de la Humanidad en la pandemia	21 La arquitectura de la Humanidad en la pandemia
22 La arquitectura de la Humanidad en la pandemia	23 La arquitectura de la Humanidad en la pandemia	24 La arquitectura de la Humanidad en la pandemia	25 La arquitectura de la Humanidad en la pandemia	26 La arquitectura de la Humanidad en la pandemia	27 La arquitectura de la Humanidad en la pandemia	28 La arquitectura de la Humanidad en la pandemia	22 	23 	24 	25 	26 	27 	28 
29 UN NUEVO PUNTO DE FUGA CON LA GARCIA LUIS VILLENA Y VA	30 UN NUEVO PUNTO DE FUGA CON LA GARCIA LUIS VILLENA Y VA	31 UN NUEVO PUNTO DE FUGA CON LA GARCIA LUIS VILLENA Y VA	- UN NUEVO PUNTO DE FUGA CON LA GARCIA LUIS VILLENA Y VA	- UN NUEVO PUNTO DE FUGA CON LA GARCIA LUIS VILLENA Y VA	- UN NUEVO PUNTO DE FUGA CON LA GARCIA LUIS VILLENA Y VA	- UN NUEVO PUNTO DE FUGA CON LA GARCIA LUIS VILLENA Y VA	29 UN NUEVO PUNTO DE FUGA CON LA GARCIA LUIS VILLENA Y VA	30 UN NUEVO PUNTO DE FUGA CON LA GARCIA LUIS VILLENA Y VA	31 UN NUEVO PUNTO DE FUGA CON LA GARCIA LUIS VILLENA Y VA	- UN NUEVO PUNTO DE FUGA CON LA GARCIA LUIS VILLENA Y VA	- UN NUEVO PUNTO DE FUGA CON LA GARCIA LUIS VILLENA Y VA	- UN NUEVO PUNTO DE FUGA CON LA GARCIA LUIS VILLENA Y VA	- UN NUEVO PUNTO DE FUGA CON LA GARCIA LUIS VILLENA Y VA



Primera Interpretación de datos

Este proceso se hace con inteligencia humana debido a la facilidad para condensar la información de un investigador, que puede conjugar el objetivo de la investigación en conjunto con el enfoque arquitectónico en la lectura de cada uno de los artículos.

3.3. Representación o agrupación de datos

Tras la primera interpretación de datos es necesario organizar la información en grupos que denoten cambios importantes en el funcionamiento de la sociedad y por lo tanto en el funcionamiento de los mercados. A continuación, se agrupa la información en base a las fechas límites de la semaforización ya expuestas con anterioridad, por consiguiente en tres grandes grupos de información. Acto seguido se considera la sumatoria de todas las palabras claves que corresponden a cada periodo para así continuar con los pasos necesarios para procesar la información.

Las técnicas de agrupación y representación ayudan a explorar adecuadamente la recopilación de datos e identificar grupos de información similar que comparten propiedades similares (Hu & Liu, 2012).

A diferencia de la metodología original que utiliza el algoritmo SOM para generar los mapas, se plantea que, para este proceso, la organización gráfica de la información se desarrolle gracias a las relaciones jerárquicas entre las palabras clave del resumen. Estas relaciones estarán direccionadas

marzo 2020						L
M	M	J	V	S	D	
					1	
3	4	5	6	7	8	
10	11	12	13	14	15	
		MercadoTemporal TransformacionEquipamiento os IngresoControlado BancoAlimentos InocuidadAlimentos PinturaPiso AlimentosSaludables AlimentosPrevencionEnfermedades InocuidadAlimentos	fumigacion_integral	saneamiento_ambiental fumigacion_integral	disminucion_usuarios provision_alimentos primera_necesidad	
17	18	19	20	21	22	
primera_necesidad protocolo_biosseguridad parques_desolados transporte_irregular disminucion_usuarios incertidumbre_publico recolección_residuos_normal	suspension_transporte distribuir_usuarios_vulnerables es alimentos_saludables distribuir_domicilio apoyo_entidades banco_alimentos apoyo_privado_base_datos inocuidad_alimentaria			primera_necesidad donacion_alimentos canasta_alimentos	cierra_mercados fumigacion_integral aglomeracion comercio_exteriores protocolo_biosseguridad micromercados_descentralizados distribuir_alimentos alimentos_saludables cadena_corta comercio_exteriores inocuidad_alimentaria	
24	25	26	27	28	29	
capacitacion_comerciantes precautelar_salud insumos_sanitarios fumigaciones_integrales saneamiento_ambiental protocolo_biosseguridad	cambio_horario_atencion toque_de_queda preferencia_supermercados restriccion_vehicular	MercadoTemporal TransformacionEquipamiento os IngresoControlado BancoAlimentos Primera Necesidad	distribuir_domicilio asegurar_abastecimiento mercados_abastecidos restriccion_vehicular usuarios_vulnerables		MercadoTemporal EquipamientosPublicosMercadeo IngresoControlado	
31						
los nos	cierra_mercado incertidumbre fumigacion_integral usuarios_vulnerables control_ingreso protocolo_biosseguridad					

abril 2020				
M	J	V	S	D
1	2	3	4	5
BancoAlimentos UsuariosVulnerables DonacionAlimentos ComercioInterprovincial CanastaAlimentos	ToqueDeQueda FumigacionIntegral	AsegurarAbastecimiento AlimentosSaludables CadenaCorta EmprendimientosLocales DesperdicioAlimentos CompraOnline CadenaCorta Especulacion ProtocolosBioseguridad PrimeraNecesidad FumigacionIntegral Especulacion	CierreMercado DesordenMercados FalloProtocoloBioseguri dad FumigacionIntegral ComercioExteriores Controllingreso	CierreMercado RestriccionVehicular CambioHorarioAtencion
8	9	10	11	12
TunelDesinfeccion AperturaMercado ProtocoloBioseguridad FumigacionIntegral DistanciamientoModulos ComercioExteriores PrimeraNecesidad	ProtocoloBioseguridad DesordenMercados ComercioExteriores DisposicionCuadrangular RestriccionVehicular UsuariosVulnerables CambioHorarioAtencion NormarEspacios	Incertidumbre ProtocoloBioseguridad CambioHorarioAbastecimie nto SepararComerciantes LimpiezaEspacios ComercioExteriores ServicioVehiculo ComercianteInformal		ComercioExterioresProble mas ProtocoloBioseguridadProbl ema PuestosImprevistos NormarEspacios CadenaFrio IntegridadAlimentos InocuidadAlimentaria ProtocoloBioseguridadProbl ema SistemasSanitizacion GarantizarSeguridadMercad
15	16	17	18	19
EnfermedadComunitaria		DistribuirDomicilio ProtocoloBioseguridad AlimentosSaludables MercadoMovil TecnologiaSostenible ConstruccionRapida		UrbanoAtoContagio VentaDomicilio TransformacionEquipamient os
22	23	24	25	26
	Cadena	AbastecimientoBarrial MercadoMovil	PruebasRapidas PruebasComerciantes ProtocoloBioseguridad	CierreMercados Reubicacion FumigacionIntegral suspencionActividades PruebasRapidas ProtocoloBioseguridad NuevasCondiciones FumigacionIntegral TunelDesinfeccion IngresoRestringido PersonaPorFamilia
29	30	ComercioInterprovincial Trueque Confinamiento		

Mayo 2020						
L	M	M	J	V	S	D
				1	2	3
				PruebasComerciantes EquipamientoSaludCerca ProtocoloBioseguridad IngresoControlado	AlimentosSaludables NuevaNormalidad AlimentosPrevencionEnfermedades Proximidad InocuidadAlimentaria CadenaGarantizarSeguridadAlimentaria CadenaCorta	
4	5	6	7	8	9	10
	Aglomeracion SemaforoRojo NuevaNormalidad ReactivacionComercio ProtocoloBioseguridad Proximidad CierreFronteras SeguridadAlimentaria ConsumoLocal InocuidadAlimentaria TransporteAlimentos TecnologiaSostenible			SeguridadComerciantes AlimentosSaludables AlimentosPrevencionEnfermedades GarantizarSeguridadAlimentaria ProtocoloBioseguridad FeriasCampesinas ControlComercio CanastaAlimentos Proximidad CadenaCorta Trueque		NuevaNormalidad CrisisMultisectorial MejorarArquitectura TransformacionEquipamientos
11	12	13	14	15	16	17
				MercadosTemporales Proximidad UsuariosVulnerables EstructurasVerticalesProduccion		
18	19	20	21	22	23	24
PrimeraNecesidad ProtocoloBioseguridad ControlIngresos ProteccionEmpleados ComercioExteriores CambioHorarioAtencion EducacionPreventiva		ToqueDeQueda NuevaNormalidad EconomiaCircular InfraestructuraEcologica Resiliencia ComercioExteriores TransformacionEquipamientos	TransformacionEquipamiento os ComercioExteriores InsumosSanitarios ProtocoloBio ProtocoloBioseguridad NuevasEstrategias InocuidadAlimentaria EspeciesSecuencia MaterialesSuperficies ControlVentilacion RespirarBaños	ArquitecturaBermacula		
25	26	27	28	29	30	31
AltosContagios ProtocoloBioseguridad	MercadosTemporales ProtocolosBioseguridad TransformacionEquipamientos ReactivacionMercados	Semaforizacion ProtocoloBioseguridad Toque DeQueda CambioDeHorario 24H restriccionVehicular NumeroDeUsuariosApertura ComercioLocal ComercioExteriores	NuevaNormalidad PerspectivaMercados ControlIngreso OrganizacionInterna	MateriallesSuperficies TransformacionEspacios		

Junio 2020							
L 1	M 2	M 3	J 4	V 5	S 6	D 7	
PatrimonioInmaterial tradicionMercado Yapa Regateo Inocuidad PreferenciaMercado		ReactivacionUrbana	AreaSalud CierreMercados TransformacionEquipamientos ProtocoloBioseguridad	ComercioExteriores	Semaforizacion RestriccionVehicular intercambioProvincial ProtocolosBioseguridad		
8	9	10	11	12	13	14	
		UsuariosVulnerables ProblemasSociales NiñosVulnerables	DificultadDistribucion PrimeraNecesidad Resilencia AlimentosSaludables ProductosTemporada desperdicios		UrbanismoTactico EspaciosVerdes MovilidadActiva ConexionBarrios BarriosResistentes CallesSaludables	6	
15	16	17	18	19	20	21	
NuevaNormalidad AbastecimientoBarrios DistribucionDomicilio MercadoMovil	CallesSaludables EspaciosVerdes HerramientasDigitales	ResiduosAlimentos DonacionAlimentos Desperdicio	DiseñoColaborativo Sostenibilidad Holistico ArquitecturaEcológica CalleSaludable ResiduosAlimentos RegularDesechos VentilacionEspacios	DensidadCiudadPositivo Proximidad Distanciamiento TransformacionEquipamientos restriccionVehicular UsuariosVulnerables CalleSaludable CambioHorario ProtocoloBioseguridad TunelSanitizacion	Controllingreso ProtocoloBioseguridad UrbanismoTactico DistanciamientoSocial	SeguridadUsuarios LáminasSeparacion OrganizacionInterna Controllingresos compraOnline MercadoMobil CompraDomicilio Percepcion DistanciamientoSocial Semaforizacion	13
22	23	24	25	26	27	28	
		SanitizacionEspacios	SanitizacionEspacios				
29	30						
ModulosDesmontables EstructurasFlexibles ToqueDeQueda Proximidad Densificacion UrbanismoTactico							
ProtocoloBioseguridad CanastaB PrimeraNecesidad Abastecimiento Abastecimiento Agricultura CalleSaludable Inocuidad UsuariosVulnerables CadenaC FortalecerCada						27	

julio 2020				
M	J	V	S	D
1	2	3	4	5
8	9	10	11	12
Distanciamiento ProtocoloBioseguridad	Especulación ProtocolosBioseguridad AlimentosSaludables Proximidad			
15	16	17	18	19
22	23	24	25	26
29	30	31		

agosto 2020				
M	J	V	S	D
			1	RestriccionVehicular CambioHorario CompraOnline ProtocoloBioseguridad GestionRiesgos AdaptacionRapida OrganizacionInterna HerramientasDigitales
5	6	7	8	9
		ProtocoloBioseguridad AlmacenamientoAdecuado Alimentos Saludables	RestriccionVehicular OptimizacionProcesos EsparcimientoAcelerado	
12	13	14	15	16
19	20	21	22	23
		ProtocoloBioseguridad TransformacionEquipamientos PrimeraNecesidad		ProtocoloBioseguridad FumigacionIntegral
26	27	28	29	30
ProtocoloBioseguridad SuariosVulnerables FumigacionIntegral HerramientasDigitales PrimeraNecesidad ReactivacionMercado InocuidadAlimentaria	ReactivacionMercados HerramientasDigitales	ReactivacionMercados HerramientasDigitales InocuidadAlimentaria FumigacionIntegral PrimeraNecesidad	ReactivacionMercados HerramientasDigitales ProtocoloBioseguridad InocuidadAlimentaria	

septiembre 2020						
L	M	M	J	V	S	D
1	2	3	4	5	6	
		AlimentosSaludables AreaSalud ProduccionOrganica AlmacenamientoAdequa do	ReactivacionMercados HerramientasDigitales CadenaCorta	ReactivacionMercados HerramientasDigitales AreaSalud Reforestacion	ComercioInterprovincial RedProduccion AbastecimientoLocal AlimentosSaludables CertificacionAlimentos EspacioCapacitacion	
7	8	9	10	11	12	13
	AlimentosSaludables HerramientasDigitales ReactivacionMercados	RestriccionVehicular MercadoMovil ControllIngresos MedidasNacionalesTrans porte Salvoconductos Distanciamiento ProtocoloBioseguridad CambioHorarios UsuariosVulnerables ReactivacionMercados TransformacionEquipami				
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
				Yapa InocuidadAlimentaria FumigacionIntegral ControllIngreso		
28	29	30				

Variables DificultadDistribucion PrimeraNecesidad Resiliencia AlimentosSaludables ProductosTemporada desperdicios UrbanismoTactico EspaciosVerdes MovilidadActiva ConeccionBarrial BarriosResistentes CallesSaludables NuevaNormalidad Distanciamiento TransformacionEquipamientos restriccionVehicular UsuariosVulnerables CalleSaludable CambioHorario ProtocoloBioseguridad TunelSanitizacion ReactivacionComercial ControllingProtocoloBioseguridad UrbanismoTactico Semaforizacion ProtocoloBioseguridad Toque DeQueda CambioDeHorario 24H restriccionVehicular NumeroDeUsuariosApertura ComercioLocal ComercioExteriores NuevaNormalidad PerspectivaMercados Controllingreso OrganizacionIntercultural Bioseguridad CanastaBasica PrimeraNecesidad AbastecimientoMayorista AbastecimientoBarrial AgriculturaUrbana CalleSaludable Inocuidad UsuariosVulnerables CadenaCorta Fortalecer CadenaComercializacion AlimentosSaludables CompraOnline ProtocoloBioseguridad GestionRiesgos AdaptaionRapida OrganizacionInterna HerramientasDigitales ProtocoloBioseguridad AlmacenamientoAdecuado Alimentos Saludables RestriccionVehicular OptimizacionProcesos ProtocoloBioseguridad UsuariosVulnerables FumigacionIntegral HerramientasDigitales PrimeraNecesidad ReactivacionMercado InocuidadAlimentaria ReactivacionMercados HerramientasDigitales ReactivacionMercados HerramientasDigitalizadas AlmacenamientoAdecuado ReactivacionMercados HerramientasDigitales CadenaCorta ReactivacionMercados HerramientasDigitales AreaSalud Reforestacion

octubre 2020						
L	M	M	J	V	S	D
			1	2	3	4
				Yapa HerramientasDigitales		
5	6	7	8	9	10	11
UsuariosVulnerables CuidadAlimentaria CosechamientoAlimentos CocinasCapacitacion			HerramientasDigitales ReactivacionMercado InocuidadAlimentaria			TransformacionEquipamientos EnergiaRenovable EconomiaCircular HuertosVerticales HuertosEdificios Ciclovias Proximidad NuevaNormalidad TrabajoCasa ControllingIngreso Ciudad15Minutos Supermanzanas
12	13	14	15	16	17	18
		HerramientasDigitales ReactivacionMercados UsuariosVulnerables Yapa		HerramientasDigitales ReactivacionMercados UsuariosVulnerables Yapa		
19	20	21	22	23	24	25
JavaNormalidad ParquesUrbanos SaludColectiva SolidadAmbiental Adaptabilidad InvolucamientoSocial FormacionEquipamientos Huertos CiclosBioseguridad	HerramientasDigitales ProtocoloBioseguridad ReactivacionMercados UsuariosVulnerables Yapa		HerramientasDigitales ProtocoloBioseguridad ReactivacionMercados UsuariosVulnerables Yapa	HerramientasDigitales ProtocoloBioseguridad ReactivacionMercados UsuariosVulnerables Yapa		
26	27	28	29	30	31	
		RelacionCiudadMercado				

AlimentosSaludables HerramientasDigitales ReactivacionMercados RestriccionVehicular MercadoMovil ControllIngresos MedidasNacionalesTransporte Salvoconductos Distanciamiento ProtocoloBioseguridad CambioHorarios UsuariosVulnerables ReactivacionMercados TransformacionEquipamiento EspaciosCapacitacion HerramientasDigitales ReactivacionMercado InocuidadAlimentaria TransformacionEquipamientos EnergiaRenovable EconomiaCircular HuertosVerticals HuertosEdificios Ciclovias Proximidad NuevaNormalidad TrabajoCasa ControllIngreso Ciudad15Minutos Supermanzanas Ciclovias ProtocolosBioseguridad HerramientasDigitales ProtocoloBioseguridad ReactivacionMercados UsuariosVulnerables Yapa HerramientasDigitales ProtocoloBioseguridad ReactivacionMercados UsuariosVulnerables Yapa HerramientasDigitales ProtocoloBioseguridad ReactivacionMercados UsuariosVulnerables HerramientasDigitales ReactivacionMercado InocuidadAlimentaria Bienestar SaludColectiva CalidadAmbiental CalleSaludable Ciclovias Caminata CallesSaludables CuidadAmbiental RecalcularEspacios HerramientasDigitales ReactivacionMercado InocuidadAlimentaria EspaciosCapacitacion Manipulacion CadenaDistribucionAdaptativa DistribucionEquilibrada Especulacion AbastecimientoBarrial Proximidad CadenaCorta EficienciaLogistica Aglomeracion ComercioExteriores ComercianteInformal TransformacionEquipamientos ProtocoloBioseguridad Aglomeracion HerramientasDigitales ReactivacionMercado ProtocoloBioseguridad EspaciosInclusivos DiferenciacionDiferenciados EspaciosCentralesProduccionMercado AgriculturaUrbana NuevaNormalidad ProtocolosBioseguridad SistemasIndustrializados SolucionesRapidas SegregacionEspacios TransformacionEquipamientos Proximidad FlexibilidadEspacio ControlIngresos ComercioExteriores TecnologiaSostenible EmprendimientosLocales NuevosEspaciosMercado UsuariosVulnerables ProtocoloBioseguridad SoberaniaAlimentaria AlimentoSaludables TransformacionEquipamientos Especulacion PoliticasAgrarias EconomiaCircular ComercioInterprovincial NuevaNormalidad Reciclaje CompraC

noviembre 2020				
d	j	v	s	d
				1
4	5	6	7	8
	TransformacionEquipamientos TendenciasConsumo MercadoMovil EspacesSeguros CompraOnline AreaEntrega ComercioExteriores NuevaNormalidad	AreaCapacitacion ProtocoloBioseguridad		
1	12	13	14	15
		HerramientasDigitales ReactivacionMercado InocuidadAlimentaria		
8	19	20	21	22
Industriales Ambiental Espaces				
5	26	27	28	29
Capacitacion Alimentos EspacesDigitales Mercado Alimentaria	ProtocoloBioseguridad OptimizacionProcesos ActivacionMercados			

Local AlimentosSaludables CertificacionAlimentos EspacioCapacitacion Yapa InocuidadAlimentaria FumigacionIntegral ControlIngreso Yapa HerramientasDigitales UsuariosVulnerables InocuidadAlimentaria ProcesamientoAlimentos UsuariosVulnerables Yapa HerramientasDigitales ReactivacionMercados UsuariosVulnerables Yapa NuevaNormalidad ParquesUrbanos SaludColectiva CalidadAmbiental Adaptabilidad DistanciamientoSocial TransformacionEquipamiento ReactivacionMercado InocuidadAlimentaria TransformacionEquipamientos TendenciaConsumo MercadoMovil EspaciosSeguros CompraOnline AreaEntrega ComercioExteriores NuevaNormalidad AreaCapacitacion ProtocoloBioseguridad InocuidadAlimentaria ProtocoloBioseguridad OptimizacionProcesos ActivacionMercados Distanciamiento CallesSaludables AdaptacionInmediata Proximidad NuevaNormalidad PlanificacionCiudadTransformada InfluenciaGlobal InfluenciaDificilificado AdaptacionInmediata ActuacionSocial ExperienciasCrisis ComercioExteriores ControlIngreso ConcienciaSocial TipologiasArquitecturaResilientes ProtocoloBioseguridad DificultadDistribucion InseguridadComerciantes AglomeracionComercioExteriores ComercioExteriores TecnologiaSostenible ToqueDeQueda CalidadAireInternos Ventilacion AlimentosSaludables SanitizacionEspacios TransformacionEquipamientos CallesSaludables NuevaNormalidad MaterialesSuperficie Deseperdicio HerramientasDigitales ReactivacionMercado InocuidadAlimentaria HerramientasDigitales ReactivacionMercado InocuidadAlimentaria OrganizacionModulos OpinionComerciantes ManipulacionAlimentos ProtocoloBioseguridad

diciembre 2020			
	J 3	V 4	S 5
malidad CiudadTran sada Global aLocal	CadenaDistribuciónAdap tativa DistribuciónEquilibrada Especulación AbastecimientoBarrial Proximidad CadenaCorta EficienciaLogística		
	10	11	12
acion Exteriores nformal onEquipami s seguridad ración	HerramientasDigitales ReactivaciónMercado InocuidadAlimentaria		ArquitecturaSaludable DiseñoSimplificado AdaptaciónInmediata ActuaciónSocial ExperienciasCrisis ComercioExteriores ControlIngreso
	17	18	19
acion seguridad			
	24	25	26
	31		

enero 2021						
L	M	M	J	V	S	
				1	2	
				NuevaNormalidad ProtocolosBioseguridad SistemasIndustrializados SolucionesRapidas SegregacionEspacios TransformacionEquipami entos Proximidad FlexibilidadEspacios Seguridad Usuarios TrabajoMujeres UsuariosVulnerables		
4	5	6	7		8	9
ComercioExteriores TecnologiaSostenible	ToqueDeQueda CalidadAireInterior Ventilacion					
11	12	13	14	15	16	
		AlimentoSaludables SanitizacionEspacios TransformacionEquipami entos CallesSaludables NuevaNormalidad MaterialesSuperficies Controlingreso ComercioExteriores	TecnologiaSostenible EmprendimientosLocales NuevosEspaciosMercad o		UsuariosVulnerables ProtocoloBioseguridad SoberaniaAlimentaria AlimentoSaludables	
18	19	20	21	22	23	
				AreaSalud TransformacionEquipami entos OrganizacionModulos		
25	26	27	28	29	30	
HerramientasDigitales ReactivacionMercado InocuidadAlimentaria	HerramientasDigitales ReactivacionMercado InocuidadAlimentaria SocializarComerciantes		TransformacionEquipami entos	Especulacion PoliticasAgrarias		Econo

febrero 2021						
L 1	M 2	M 3	J 4	V 5	S 6	D 7
mercioInterprovincial Proximidad ProtocoloBioseguridad ComercioExteriores Desperdicio	HerramientasDigitales ReactivacionMercado InocuidadAlimentaria					
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
	HerramientasDigitales ReactivacionMercado InocuidadAlimentaria		OrganizacionModulos	OpinionComerciantes	ManipulacionAlimentos ProtocoloBioseguridad NuevaNormalidad	
22	23	24	25	26	27	28
L 1	M 2					
Recilencia	CompraOnline					
8	9					
15	16					
22	23					

marzo 2021			
J	V	S	D
4	5	6	7
11	12	13	14
	CompraOnline VaunacionMasiva		
18	19	20	21
25	26	27	28

en de herramientas.

so vuelve a intervenir un c
como resultado una m
ave y el conteo de sus re

lcar que en cada uno de los tres pasos se realice una inspección de las posibilidades de desarrollo para obtener un mínimo de información que permita un tercero de los pasos permitiría que las críticas en el desarrollo de la teoría se plantean como hipótesis de investigación. La hipótesis de que se habla una palabra, más relevante que la otra, en la situación de crisis debido a que se habla en las narrativas sociales.

Figura 38: Matriz de

res que no contamos como palabras
quitar:
texto.replace(caracter, " ")
o por "nada", es decir, removerlo

igo de conteo de palabras. Narváez

do es una matriz de uní
sin incluir la numeración,
clave en una columna y
ciones en otra columna
cción de matriz con esta
emáforo.

	A	
1		
2	23	proto
3	22	come
4	5	fumig
5	27	cadenc
6	10	prime
7	26	alime
8	28	inocu
9	37	especi
10	11	distri
11	101	transf
12	129	proxim
13	56	desord
14	58	restric
15	62	mercad
16	66	usuari
17	83	camb
18	13	compr
19	30	canasta
20	53	come
21	63	norm
22	70	abast
23	152	nuev
24	6	toque

	C	Frecuencia	
as		25	pip install wordcloud
d		15	
		14	# -*- coding: UTF-8 -*-
		10	import jieba
		9	from os import path
		9	
		8	text = "ProtocoloBioseguridad NuevaNormalidad Recilencia
		7	CompraOnline VaunacionMasiva CompraOnline"
		6	cut = jieba.cut(text)
amientos		6	string = ' '.join(cut)
		5	from matplotlib import pyplot as plt
		5	from wordcloud import WordCloud
		5	wc = WordCloud(
		5	font_path = 'C: \ Windows \ Fonts \ FZSTK.TTF',
		5	# ruta de fuente en Windows
		5	font_path='Gotham-Black.woff',
		4	# Establezca el formato de fuente, si no puede
on		4	mostrar chino sin configuración, usaré la fuente en Mac
		4	background_color='white', # Color de fondo
		4	width=2000,
		4	height=2000,
		3).generate(string)
ez, Ormaza. 2022			wc.to_file('verde.png') # Guardar imagen
			plt.imshow(wc) # Mostrar imágenes con plt
			plt.axis('off') # No mostrar eje de coordenadas
			plt.show() # Mostrar imagen

Figura 39: Código python para wordclouds. Narváez, Ormaza. 2022

3.4. Informe de selección

rmaza.2022
En este
resaltar
distinto
del siste

mente dos
ta contiene
conteo de
Existe una
organización

portante y distinguir los necesaria la adaptación Esta representación gráfica servirá en el modelo adaptable planteado en el siguiente capítulo como evidencia del cambio de las necesidades a través del tiempo.

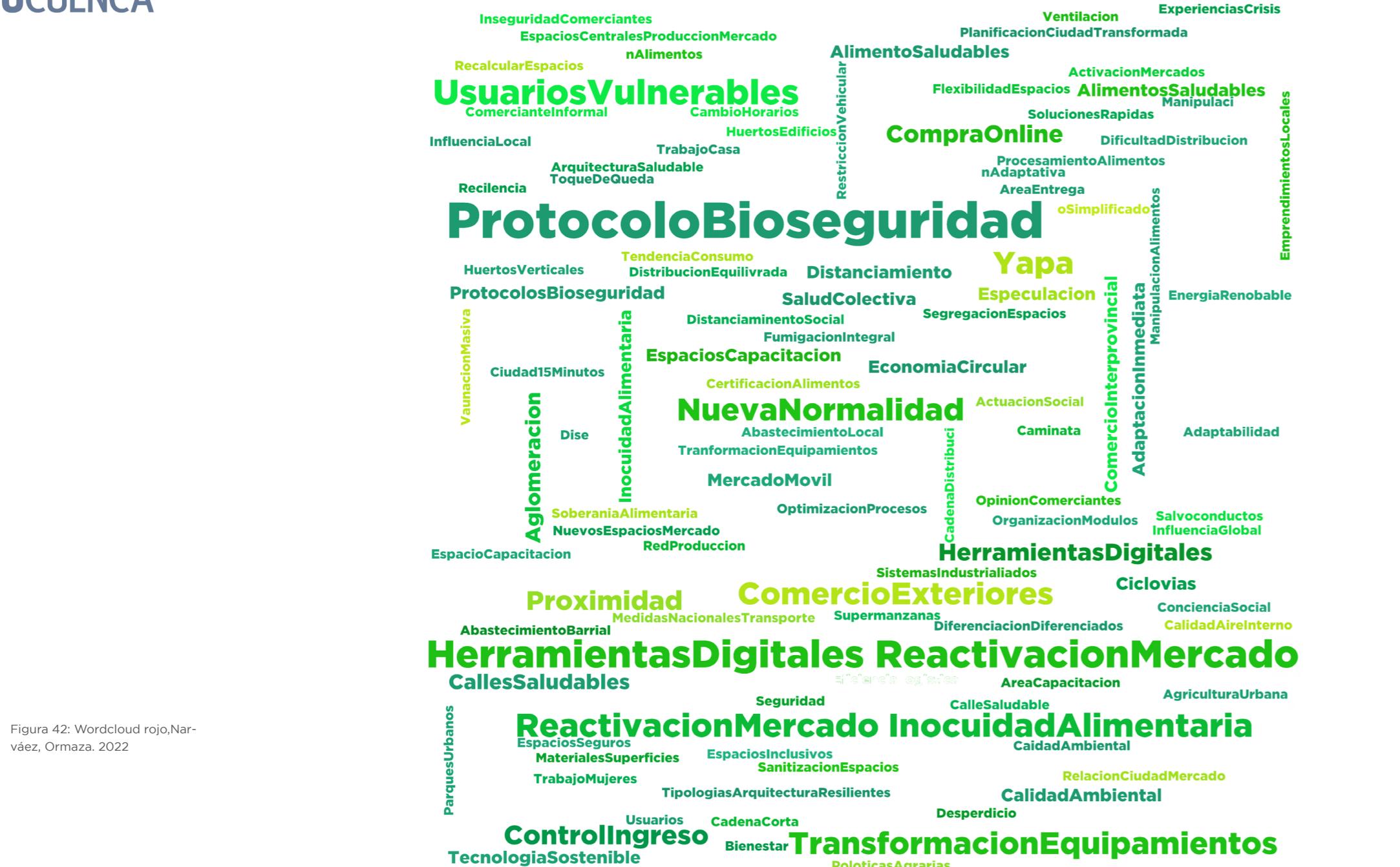
Este apartado comprende una sección de la información que se desrolla gracias a otra sección que se expone a continuación.



Figura 40: Wordcloud rojo, Narváez, Ormaza. 2022



Figura 41: Wordcloud rojo,Narváez, Ormaza, 2022



La segunda parte de este apartado comprende la agrupación de las palabras clave según el eje de diseño al que pertenezca. Para esto se agregan cuatro variables en la matriz de excel, correspondientes a los ejes de diseño. asignando un orden de izquierda a derecha; siendo , primero urbano; segundo arquitectónico ; tercero módulo de comercio; y cuarto modelo de gestión.

3.5 Interpretación de la información

Descifrar palabras clave

Para este momento entra en acción las reflexiones de cada uno de los capítulos anteriores, así teniendo una inteligencia humana nutrida con información del contexto general de la crisis (cap. 1), y contexto particular de los mercados de Cuenca (cap. 2) se puede continuar con la interpretación de las wordclouds (Cap. 3) de manera objetiva para encontrar soluciones a cada una de las palabras clave.

Se considera que el número de veces que se repite una palabra es indicativo de valor para interpretar las palabras empezando por las que más se repiten además se extrapolan dichos postulados con varias soluciones, necesidades y normativas de mercados que se especifican en los capítulos anteriores poniendo especial énfasis en el levantamiento de información durante la pandemia.

SEMAFORO	
13 marzo	
protocolobioseguridad	
inocuidadalimentaria	
fumigacionintegral	
comercioexteriores	
mercadomovil	
controlingreso	
especulacion	
toquedequeda	
alimentossaludables	
cadenacorta	
restriccionvehicular	
transformacionequipamientos	
canastaalimentos	
evitaraglomeracion	
primeranecesidad	
provisionalimentos	
proximidad	
abastecimientobarrial	
afeccioncadena	
comerciointerprovincial	
compraonline	
desordenmercados	

Figura 43: Ma
diseño.Narváe

Redacción de postul

A continuación, se muestra las palabras solución o óstulad, variable de frecuenci

SEMAFORO ROJO									
13 marzo			24 mayo						
PALABRAS	FRECUENCIA	INTERPRETACION	URB	ARQ	MOD C	MOD G			
protocolobioseguridad	32	Los mercados se deben ajustar a los protocolos de Bioseguridad dictado por el COE cantonal				X			
inocuidadalimentaria	20	Integrar espacios de saneamiento de alimentos. Integrar espacios de almacenamiento adecuado para preservar los alimentos		X	X	X			
fumigacionintegral	19	Incluir dentro del diseño instalaciones y facilidades destinadas para la fumigación		X	X	X			
comercioexteriores	17	Organizar espacios exteriores al mercado para que se extienda el uso de comercio de forma controlada	X	X	X	X			
mercadomovil	16	Implementar recursos necesarios para que el mercado pueda ser móvil para distribución domiciliaria-barrial		X	X	X			
controlingreso	15	Implementación de espacios de control de bioseguridad		X	X				
especulacion	14	Crear espacios de almacenamiento y acopio para garantizar el abastecimiento. Implementar listado de productos y precios que pueda ser visibles para los usuarios, condicionante para que los mercados y su gestión estén preparados para futuras crisis				X			
toquedequeda	13	Gestionar los horarios de atención para abastecimiento previo al toque de queda				X			
alimentossaludables	12	Difundir campañas de alimentación saludable en espacios del mercado				X			
cadenacorta	11	Promover la producción cercana a los mercados	X	X					
transformacionequipamientos	9	Usar espacios públicos abandonados durante la época de crisis para ampliar micromercados		X		X			
restriccionvehicular	9	Generar sistemas de distribución móvil	X	X	X	X			
proximidad	6	Tomar en cuenta como condicionante para el buen funcionamiento de los mercados				X			
provisionamientos	6	Garantizar el abastecimiento de productos de primera necesidad		X	X	X			
primeranecesidad	6	Promover la organización de espacios en el mercado destinados a la venta inmediata de artículos de primera necesidad		X		X			
evitaraglomeracion	6	Disenar el espacio público con medidas estandarizadas de distanciamiento (1.5-2m)		X					
canastaalimentos	6	Organizar los espacios de venta para preparar canastas básicas			X				
usuariosvulnerables	5	Establecer medidas y espacios necesarios para el uso inclusivo tanto para comerciantes como para compradores		X		X			
nuevanormalidad	5	Buscar alternativas de funcionamiento para que los mercados estén preparados para futuras emergencias				X			

SEMAFORO ROJO									
13 marzo			24 mayo						
PALABRAS	FRECUENCIA	INTERPRETACION	URB	ARQ	MOD C	MOD G			
normarespacios	5	Utilizar señalética vertical para exponer protocolos Normar medidas actualizadas para espacios de mercado		X		X			
garantizarseguridad	5	Considerar zonas establecidas en puntos estratégicos destinadas al control y vigilancia de los mercados		X		X			
emprendimientoslocales	5	Incluir espacios para procesamiento de alimentos con técnicas locales		X	X	X			
desordenmercados	5	Implementar sistemas que permitan transformar la organización interna a nivel de piso mobiliario y cubierta		X	X	X			
compraonline	5	Establecer espacios dentro del mercado para establecer la venta en línea		X		X			
comerciointerprovincial	5	Asegurar las rutas de comercio más cercanas que consideren productos de distintos pisos climáticos	X						
afeccioncadena	5	Potencializar las cadenas cortas de comercialización	X			X			
abastecimientobarrial	5	Orientar los micromercados para la distribución barrial encaminados a distribuir productos de primera necesidad		X		X			
proteccionempleados	2	Diferenciar las áreas del mercado para compradores y vendedores			X	X			
micromercadosdescentralizados	2	Descentralizar las actividades intensas del mercado hacia los espacios públicos		X	X	X			
tuneldesinfeccion	4	Potencializar y gestionar la desinfección de los usuarios al ingreso		X					
transporteirregular	4	Garantizar el tránsito libre de vehículos distribuidores de alimentos		X	X	X			
mercadotemporal	4	Diseñar en el espacio público zonas multifunción		X	X				
enfermedadcomunitaria	4	Regular conexiones entre parroquias para limitar los contagios		X		X			
disminucionusuarios	4	Diseñar espacios de venta consolidados que no afecten a ningún comerciante y que brinde seguridad a los compradores.		X		X			
bancoalimentos	4	Establecer espacios de captación y clasificación de alimentos		X	X	X			
suspensionactividades	3	Organizar la gestión interna de tal manera que el mercado reduzca el uso al 50% de sus comerciantes, en épocas de alto riesgo		X		X			
saneamientoambiental	3	Utilizar recursos de diseño y tecnología que permitan mantener un ambiente adecuado		X		X			
primeralinea	3	Establecer espacios dirigidos a prevenir la salud de los comerciantes		X					
donacionalimentos	3	Generar canastas básicas económicas con productos de primera necesidad		X		X			
distribuirvehiculos	3	Adecuar una zona de carga servida		X		X			
disposicioncuadricala	3	Cuadrangular en base a un módulo establecido para la organización en distintas escalas		X	X				
desperdicioalimentos	3	Promover el procesamiento de alimentos de manera tradicional, con el fin de no desperdiciar productos				X			
alimentosprevencionenfermedades	2	Utilizar los alimentos como una forma preventiva para mejorar la salud de los ciudadanos				X			
comercienteinformal	3	Diseñar y normar el espacio público considerando a los comerciantes informales	X		X	X			
trueque	1	Fomentar el intercambio de productos entre cantones, parroquias y provincias para diversificar productos	X			X			

SEMAFORO ROJO									
13 marzo			24 mayo						
PALABRAS	FRECUENCIA	INTERPRETACION	URB	ARQ	MOD C	MOD G			
camionesabastecer	3	Delimitar zonas de descarga			X				
tecnologiasostenible	2	Diseñar considerando el aprovechamiento de energías renovables		X	X	X			
separarcomerciantes	2	Delimitar zonas de uso restringido para comerciantes		X	X	X			
semáforizacion	2	El mercado deberá apoyarse en las medidas de bioseguridad dictadas por el COE Cantonal		X		X			
seguridadcomerciantes	2	Precautelar la integridad de los comerciantes dotando de espacios seguros para el desembolvemento óptimo de distribución y venta		X	X	X			
salvoconducto	2	Permitir que los mercados sean capaces de transformarse para distintos requerimientos	X	X		X			
repensarbaños	1	Ubicar los servicios en lugares estratégicos cerca de los accesos y priorizando la ventilación e iluminación natural			X				
reactivacioncomercio	2	Establecer estrategias de marketing más fuertes para generar mayor dinámica en la comercialización de los productos, además implementar espacios de difusión de manera física y virtual			X	X			
abastecimientobarrial	5	Potencializar la gestión de los residuos, con el objetivo de mantener una economía circular dentro del mercado			X				
pruebascomerciantes	1	Destinar un espacio de salud para los, control y seguimiento a comerciantes			X				
micromercadoscentralizados	2	Captar en mercados almacenes que tengan certificación orgánica	X	X					
mejorararquitectura	2	Actualizar de cimientos en los profesionales proyectistas de mercados basándose en normativas y reglamentos actualizados hasta la fecha		X	X	X			
precautelarsalud	1	Adaptar el contexto inmediato al mercado para evitar contaminantes (10)			X				
materialessuperficies	2	Utilizar materiales con superficies lisas y de fácil limpieza, y hacer estudio de materiales óptimos según el tipo de actividad de mercado		X	X	X			
practicaancestral	1	Proponer espacios destinados al uso de prácticas ancestrales con el fin de preservar el patrimonio intangible			X				
insumosanotarios	2	Considerar mobiliario que fomente la sanitización en todos los espacios		X	X				
perspectivamercados	1	Potencializar la permeabilidad entre el espacio público e interno del mercado		X	X				
elementosordenadores	2	Considerar elementos de división, señalética y mobiliario para organizar espacios		X	X				
economicircular	2	Organizar la distribución interna del mercado para favorecer el aprovechamiento de los desperdicios generando circuitos desde la producción hasta el reciclaje		X		X			
saneamientoambiental	3	Utilizar recursos de diseño y tecnología que permitan mantener un ambiente adecuado		X		X			
distanciamientomodulos	2	Organizar la disposición de los módulos tomando en cuenta las medidas de bioseguridad			X				
crismultisectorial	2	Proporcionar espacios para apoyar distintos sectores en riesgo (salud)		X		X			
cambiodehorario	2	Promover el uso del mercado a las 24H del día dividido entre abastecimiento-organización-venta		X		X			
focoinfeccion	1	Control adecuado de los protocolos de bioseguridad		X		X			
cadenaafrio	2	Considerar nuevos modelos de transición para los espacios arquitectónicos de refrigeración y su relación con los módulos de comercio		X	X	X			
feriascampesinas	1	Diseñar el espacio público con medidas estandarizadas de distanciamiento (1.5-2m)			X				
estaciondelavadomas	1	Priorizar zonas para abastecer a usuarios vulnerables				X			

transportealimentos	1	Potencializar el almacenamiento de los vehículos que transportan alimentos y a su vez permitir la transformación del mismo para espacio de distribución y venta		X		
escacesproductossta	1	Implementar espacios de almacenamiento refrigerado		X	X	
equipamientosaludcerca	1	Implementar áreas de salud cárnicas o contempladas dentro del programa arquitectónico de				

SEMAFORO AMARILLO					
25 mayo		4 septiembre			
PALABRAS	FRECUENCIA	INTERPRETACIÓN			
		URB	ARQ	MOD	CMOD G
protocolobioseguridad	14	Los mercados se deben ajustar a los protocolos de Bioseguridad dictado por el COE cantonal		X	X
inocuidadalimentaria	7	Implementación de espacios y superficies que faciliten la limpieza y mantenimiento de alimentos	X	X	X
primeranecesidad	6	Promover la organización de espacios en el mercado destinados a la venta inmediata de artículos de primera necesidad	X		X
herramientasdigitales	6	Utilizar la tecnología para difusión de productos, al mismo tiempo implementar dentro del mercado centro de control y ventas para tomar los pedidos. Evitando que los usuarios se trasladen al mercado.	X		X
compraonline	6	Establecer espacios dentro del mercado para establecer la venta en linea	X		X
reactivacionmercados	5	Cumplir con protocolos y estrategias administrativas y de marketing para la reapertura comercial eficiente en tiempos de crisis.			X
proximidad	5	Garantizar centros productivos cercanos al mercado	X	X	X
mercadomovil	5	Implementar recursos necesarios para que el mercado pueda ser móvil para distribución domiciliaria-barrial	X	X	X
fumigacionintegral	5	Incluir dentro del diseño instalaciones y facilidades destinadas para la fumigación	X	X	
distanciamiento	5	Considerar el diseño de estructuras efimeras y adaptables para facilitar la organización en el espacio público, creando un método de aprendizaje para un óptimo uso del espacio público en tiempos de crisis			X
callesaludable	5	Garantizar condiciones óptimas en el espacio público inmediato al mercado con el fin de evitar contagios en estos sitios de gran afluencia de personas, haciendo referencia también a tener calles completas.	X		
alimentossaludables	5	Difundir campañas de alimentación saludable en espacios del mercado			X
abastecimientobarrial	5	Orientar los micromercados para la distribución barrial encaminados a distribuir productos de primera necesidad	X	X	X
usuariosvulnerables	4				
restriccionvehicular	4	Generar sistemas de distribución móvil	X	X	X
comercioexteriores	4	Organizar espacios exteriores al mercado para que se extienda el uso de comercio de forma controlada	X	X	X
urbanismotactico	3	Gestionar el rediseño de los espacios públicos próximos al mercado con materiales y herramientas que permitan la transformación	X		X

transformacionequipamientos	3	Usar espacios publicos abandonados durante la época de crisis para ampliar micromercados	X		X
residuosalimentos	3	Establecer espacios para procesar el excedente de alimentos en los mercados con el fin de aprovechar al máximo sus propiedades	X		X
especulacion	3	Crear espacios de almacenamiento y acopio para garantizar el abastecimiento. Implementar listado de productos y precios que pueda ser visibles para los usuarios, condicionante para que los mercados y su gestión estén preparados para futuras crisis		X	
controlingreso	3	Implementación de espacios de control de bioseguridad	X	X	
comerciointerprovincial	3	Asegurar las rutas de comercio mas cercanas que consideres productos de distintos pisos climáticos	X		X
cambiorhorario	3	Promover el uso del mercado a las 24H del dia divido entre abastecimiento-organización-venta		X	
resiliencia	1	Permitir que los mercados sean capaces de transformarse para distintos requerimientos	X	X	X
cadenafrio	3	Considerar nuevos modelos de transición para los espacios arquitectónicos de refrigeración y su relación con los módulos de comercio	X	X	
toquedequeda	2	Gestionar los horarios de atención para abastecimiento previo al toque de queda		X	
semaforizacion	2	El mercado deberá apoyarse en las medidas de bioseguridad dictadas por el COE Cantonal			X
sanitizacionespacios	2	Implementar en cada módulo de espacio húmedo un lavabo para hortalizas y dispensadores de alcohol	X	X	
organizacioninterna	2	Implementar paneles de información que actualicen protocolos de funcionamiento interno y bioseguridad según la emergencia	X		X
productostemporada	1	Designar un porcentaje más alto en el área verde tanto en espacios públicos como internos del mercado para generar una mejor calidad ambiental	X	X	X
espaciosverdes	2	Organizar la distribución interna del mercado para favorecer el aprovechamiento de los desperdicios generando circuitos desde la producción hasta el reciclaje	X	X	X
economiacircular	2	Promover la producción cercana a los mercados	X		X
preferenciamedido	1	Generar canastas básicas económicas con productos de primera necesidad			X
cadenacorta	2	Considerar el diseño del asentamientos que permitan cambiar las condiciones espaciales y ambientales del mercado (cubierta, piso y mobiliario)	X		
tuneldesinfeccion	1	Promover el turismo de mercados mediante disposiciones especiales de las zonas de culto y características de diseño que permitan la exposición de la cultura interna que identifica los mercados populares	X		X

optimizacionprocesos	1	Fomentar el uso de la tecnología y manejo de datos internos en el mercado para proponer estrategias y cambios sobre el funcionamiento del mercado según sea requerido			X
distribuciondomicilio	1	Implementar módulos dentro los mercados que puedan ser acoplados a un vehículo que permita la movilización de los mismos hacia los barrios de la ciudad. Permitiendo así llegar a las personas que tienen dificultades para transportarse en épocas de crisis	X	X	X
nuevanormalidad	1	Buscar alternativas de funcionamiento para que los mercados estén preparados para futuras emergencias		X	
transportesostenible	1	Promover el uso del transporte público y el uso de bicicleta para acudir al mercado. Importancia de la proximidad y cercanía con los espacios de abastecimiento.	X		X
residuosalimentos	1	Potenciar la tradición de los mercados en espacios destinados a prácticas ancestrales como curar el espanto, comer en el mercado entre otros manteniendo siempre normas de higiene adecuadas (yapa-regateo)		X	
tradicioneconomico	1	Sostenibilidad en el diseño y sobre todo sostenibilidad en el tiempo, y con materiales sostenibles. Considerar a la sostenibilidad como un requisito indispensable dentro de la planificación.		X	X
sostenibilidad	1	Crear formas alternativas de acceder y transportar las compras, se puede implementar el uso de canastas en las bicicletas públicas o promover la utilización del transporte público.			X
movilidadactiva	1	Deseniar los módulos de mercado con anclajes y herramientas que permitan su movilidad a través del mercado.			X
sanitizacionpublica	1	Implementar módulos de sanitización adaptables al espacio público y de transición hacia el mercado	X	X	
cambiohorario	1	Permitir que los mercados sean capaces de transformarse para distintos requerimientos		X	
regulardesechos	1	Implementar módulos para la separación de desechos en conjunto con planes de organización y concientización para asegurar su funcionamiento			X
laminasseparacion	1	Diseñar barreras ligeras para la organización interna del mercado	X	X	X
reactivacionurbana	1	Realizar intervenciones para lograr la reincisión de actividades en los espacios públicos de manera ordenada	X	X	X
semaforizacion	1	Tomar en consideración una visión más holística contemplando todas las situaciones posibles dentro del espacio público		X	X
sanitizacioncomercio	1	Establecer estrategias de marketing mas fuertes para generar mayor dinamica en la comercialización de los productos, ademas implementar espacios de difusión de manera física y virtual			X
organizacioninterna	2	Utilizar la tecnología para difusión de productos, al mismo tiempo implementar dentro del mercado centro de control y ventas para tomar los pedidos. Evitando que los usuarios se trasladen al mercado.			X
productostemporada	1	Implementar lugares dentro del mercado para expedir y envasar productos de temporada, para épocas de escaseces.	X	X	X
espaciosverdes	2	Garantizar el cumplimiento de los programas de gestión de riesgos planificados desde los sistemas de gobernanza urbana, dentro de los protocolos internos del mercado			X
problemassociales	1	Organizar la distribución interna del mercado para favorecer el aprovechamiento de los desperdicios generando circuitos desde la producción hasta el reciclaje			X
economiacircular	2	Desarrollar campañas para cambiar la percepción sanitaria y fortalecer la gestión interna que potencie las ventajas de tradición en los mercados			X
preferenciamedido	1	Considerar zonas establecidas en puntos estratégicos destinadas al control y vigilancia de los mercados		X	X
cadenacorta	2	considerar el diseño del asentamientos que permitan cambiar las condiciones espaciales y ambientales del mercado (cubierta, piso y mobiliario)			X
perspectivamedido	1	Potencializar la permeabilidad entre el espacio público e interno del mercado para mejorar la percepción de los usuarios respecto al mercado	X	X	
tuneldesinfeccion	1	Diseñar el mercado con calidad ambiental que favorezca la ventilación e iluminación natural, además de una restricción de uso del espacio según lo requerido		X	
patrimonioinmaterial	1	Promover el turismo de mercados mediante disposiciones especiales de las zonas de culto y características de diseño que permitan la exposición de la cultura interna que identifica los mercados populares	X		X
esparcimientoacelerado	1	Implementar un espacio dirigido a la capacitación en el interior del mercado		X	X
equipamientoaludica	1	Implementar áreas de salud cercanas o contempladas dentro del programa arquitectónico de los mercados	X	X	X
almacenamientoadecuado	1	Adecuar espacios de almacenamiento refrigerado y con características específicas en cada uno de los módulos de comercio o en áreas específicas según el diseño de los módulos de comercio		X	X

SEMAFORO VERDE									
5 septiembre					13 mar				
PALABRAS	FRECUENCIA	INTERPRETACIÓN		URB	ARQ	MOD	C	MOD	G
reactivacionmercado	17	Cumplir con protocolos y estrategias administrativas y de marketing para la reapeurura comercial eficiente en tiempos de crisis.					X		
herramientasdigitales	16	Utilizar la tecnología para difusión de productos, al mismo tiempo implementar dentro del mercado centro de control y ventas para tomar los pedidos. Evitando que los usuarios se trasladen al mercado.		X		X			
protocolobioseguridad	14	Los mercados se deben ajustar a los protocolos de Bioseguridad dictado por el COE cantonal				X			
inocuidadalimentaria	10	Integrar espacios de saneamiento de alimentos. Integrar espacios de almacenamiento adecuado para preservar los alimentos		X	X				
usuariosvulnerables	9	Establecer medidas y espacios necesarios para el uso inclusivo tanto para comerciantes como para compradores		X	X		X		
transformacionequipamientos	8	Usar espacios públicos abandonados durante la época de crisis para ampliar micromercados		X		X	X		
nuevanormalidad	7	Buscar alternativas de funcionamiento para que los mercados estén preparados para futuras emergencias		X	X	X			
comercioexteriores	7	Organizar espacios exteriores al mercado para que se extienda el uso de comercio de forma controlada		X	X	X			
yapa	6	Identificar las características que hacen únicos a los mercados para generar campañas de uso de mercados					X		
proximidad	5	Garantizar centros productivos cercanos al mercado		X			X		
controlingreso	5	Implementación de espacios de control de bioseguridad		X		X			
alimento saludables	5	Difundir campañas de alimentación saludable en espacios del mercado				X			
compraonline	4	Establecer espacios dentro del mercado para establecer la venta en linea		X		X	X		
callesaludable	4	Garantizar condiciones óptimas en el espacio público inmediato al mercado con el fin de evitar contagios en estos sitios de gran afluencia de personas, haciendo referencia también a tener calles completas.		X					
calidadambiental	4	Potenciar los métodos de iluminación y ventilación natural, además de áreas verdes para mejorar la calidad de aire		X					
distanciamiento	3	Considerar el diseño de estructuras efimeras y adaptables para facilitar la organización en el espacio público, creando un método de aprendizaje para un óptimo uso del espacio público en tiempos de crisis		X	X	X	X		

aglomeracion	3	Orientar el diseño en distintas escalas para el distanciamiento mínimo requerido	X	X	X	
adaptacioninmediata	3	Diseñar las estructuras y sistemas arquitectónicos con sistemas constructivos que permitan el dinamismo entre sus partes para transformar los espacios en el menor tiempo posible		X	X	X
tecnologiasostenible	2	Promover el uso de tecnología para mejorar la eficiencia energética	X			
parquesurbanos	2	Disenar una transición entre el espacio público y espacio de mercado que permita el espaciamiento	X	X		
mercadomovil	2	Implementar recursos necesarios para que el mercado pueda ser móvil para distribución domiciliaria-barrial	X	X	X	X
manipulacionalmientos	2	Crear barreras que impidan al comprador tener contacto directo con los alimentos		X	X	
especulacion	2	Crear espacios de almacenamiento y acopio para garantizar el abastecimiento. Implementar listado de productos y precios que pueda ser visibles para los usuarios, condicionante para que los mercados y su gestión estén preparados para futuras crisis		X	X	X
espacioescapacitacion	2	Implementar espacios dentro o a las afueras del mercado, destinados para que la gente pueda capacitarse, hacer reuniones y organizarse.	X	X		X
economiacircular	2	Organizar la distribución interna del mercado para favorecer el aprovechamiento de los desperdicios generando circuitos desde la producción hasta el reciclaje		X		X
comerciointerprovincial	2	Potencializar el comercio entre provincias dada la proximidad y cercanía que se tiene entre regiones del Ecuador	X			X
ciclovias	2	Integrar el diseño de ciclovías en el área pública y de transición hacia el mercado	X	X		
restriccionvehicular	1	Tomar en cuenta las limitaciones en las etapas de producción, almacenamiento, transporte y distribución al momento de responder a una emergencia				X
cadenadistribucionadaptativa	2	Implementar un espacio dedicado únicamente a la salud dentro del mercado		X		X
areasalud	2	Orientar los micromercados para la distribución barrial encaminados a distribuir productos de primera necesidad		X		X
vacunacionmasiva	1	Usar los espacios de salud destinados dentro del mercado para promover la vacunación pública		X		X
trabajomujeres	1	Considerarla el enfoque de género para el diseño de espacios y mobiliarios		X		X

toquedequeda	1	Gestionar los horarios de atención para abastecimiento previo al toque de queda			X	
tipologiasarquitecturaresilientes	1	Considerar casos de estudio de arquitectura resiliente y adaptar las estrategias según las necesidades locales del mercado de Cuenca		X	X	
tendenciaconsumo	1	Aprovechar la base de datos y tecnologías internas del mercado para mejorar el abastecimiento según las tendencias de consumo			X	
supermanzanas	1	Utilizar los medios de una supermanzana para concentrar la distribución de alimentos en la urbe		X		X
optimizacionprocesos	1	Diseñar las estructuras y sistemas arquitectónicos con sistemas constructivos que permitan el dinamismo entre sus partes para transformar los espacios en el menor tiempo posible		X	X	
solucionesrapidas	1	Crear barreras que impidan al comprador tener contacto directo con los alimentos		X	X	
soberaniaalimentaria	1	Promover una alimentación saludable y disponible para todos los usuarios a través de un correcto manejo de precios y donaciones de alimentos			X	
nuevosespaciosmercado	1	Regular los espacios destinados a mercado según los emplazamientos del proyecto de distribución barrial		X		X
sistemasindustrializados	1	Considerar sistemas constructivos industriales para su facilidad de adaptación en anclajes	X	X	X	
materialessuperficies	1	Utilizar materiales con superficies lisas y de fácil limpieza, y hacer estudio de materiales óptimos según el tipo de actividad de mercado		X		X
seguridadadusuarios	1	Garantizar una calidad espacial que permita la permeabilidad y visualización segura de los espacios	X	X	X	
segregacionespacios	1	Diferenciar las áreas del mercado para compradores y vendedores		X		X
sanitizacionespacios	1	Priorizar la salud colectiva promoviendo los programas de gestión de riesgos establecidos por los gobiernos.			X	X
salvoconductos	1	Garantizar la distribución de alimentos mediante el sistema barrial, gestionando salvoconductos especiales para los mercados móviles			X	
saludcolectiva	1	Priorizar la salud colectiva promoviendo los programas de gestión de riesgos establecidos por los gobiernos.			X	
influenciallocal	1	Considerar las respuestas locales a la emergencia para considerar un aspecto cercano de necesidades y adaptación			X	
influenciaglobal	1	Considerar los datos de carácter internacional en torno a las emergencias para actuar estratégicamente según una visión globalizada			X	
comercienteinformal	1	Incluir espacios itinerantes en la zona de transición pública			X	X
ciudad15minutos	1	Potencializar el sistema de distribución barrial, planificando su emplazamiento urbano con radios de influencia que permitan estar a 15 min caminando			X	
certificacionalimentacion	1	Garantizar la calidad de los alimentos mediante procesos de selección y clasificación de alimentos.				X
caminata	1	Proponer diseños integrados de ciudades caminables en el espacio público de transición al mercado			X	X
cambiohorario	1	Promover el uso del mercado a las 5:24H del día dividido entre abastecimiento organizado y vendedores				X
cadenacorta	1	Promover la producción cerca de los mercados			X	
bienestar	1	Potenciar los espacios internos del mercado para una calidad ambiental adecuada y el correspondiente bienestar de los usuarios			X	X

produccionorganica	1	Dedicar módulos de comercio únicamente para productores orgánicos que garanticen los parámetros de cuidado orgánicos sobre los alimentos		X	X	
espacioinclusivos	1	Potenciar las estrategias de implementación de espacios de conexión y accesibilidad para todas las personas, pensando en las posibles limitaciones de capacidades		X	X	X
espaciocentralesproduccionmercado	1	Implementar zonas de producción vertical en la edificación de mercado		X		
espaciocapacitacion	1	Implementar espacios dentro a las afueras del mercado, destinados para que la gente pueda capacitarse, hacer reuniones y organizarse.		X	X	X
energiarenovable	1	Fomentar el uso de equipamiento para producción de energía limpia que se aproveche en las instalaciones del mercado		X		
emprendimientoslocales	1	Incluir espacios para procesamiento de alimentos en tercieras locales		X	X	X
eficiencialogistica	1	Permitir un nivel de rigor dentro los protocolos internos del mercado				X
distribucionequilibrada	1	Regular las distancias del sistema de distribución barrial		X		X
disposicioncuadrulacion	1	Cuadruplicar en base a un módulo establecido para la organización en distintas escalas		X	X	
diseñosimplificado	1	Basar las estrategias constructivas en diseños minimalistas y de fácil adaptación.		X		
diferenciacionespacios	1	Diferenciar las áreas del mercado para compradores y vendedores		X		X
desperdicio	1	Priorizar espacios para tratamiento de residuos, en relación con zonas de producción para utilizar esos residuos como humus y abono			X	
controlventilacion	1	Potencializar ventilación cruzada, natural, y mecánica de ser necesario			X	
concienciasocial	1	Promover campañas de educación y concientización constantes para el uso adecuado de los espacios de mercado				X
comercienteinformal	1	Incluir espacios itinerantes en la zona de transición pública		X	X	X
ciudad15minutos	1	Potencializar el sistema de distribución barrial, planificando su emplazamiento urbano con radios de influencia que permitan estar a 15 min caminando			X	
certificacionalimentacion	1	Garantizar la calidad de los alimentos mediante procesos de selección y clasificación de alimentos.				X
caminata	1	Proponer diseños integrados de ciudades caminables en el espacio público de transición al mercado		X	X	
cambiohorario	1	Promover el uso del mercado a las 5:24H del día dividido entre abastecimiento organizado y vendedores				X
cadenacorta	1	Promover la producción cerca de los mercados		X		
bienestar	1	Potenciar los espacios internos del mercado para una calidad ambiental adecuada y el correspondiente bienestar de los usuarios		X		X

REFLEXIONES DEL CAPITULO

Como ejercicio académico el desarrollo de este capítulo ha expuesto la propuesta planificada, concluyendo con ideas esenciales que permiten mitigar los problemas identificados.

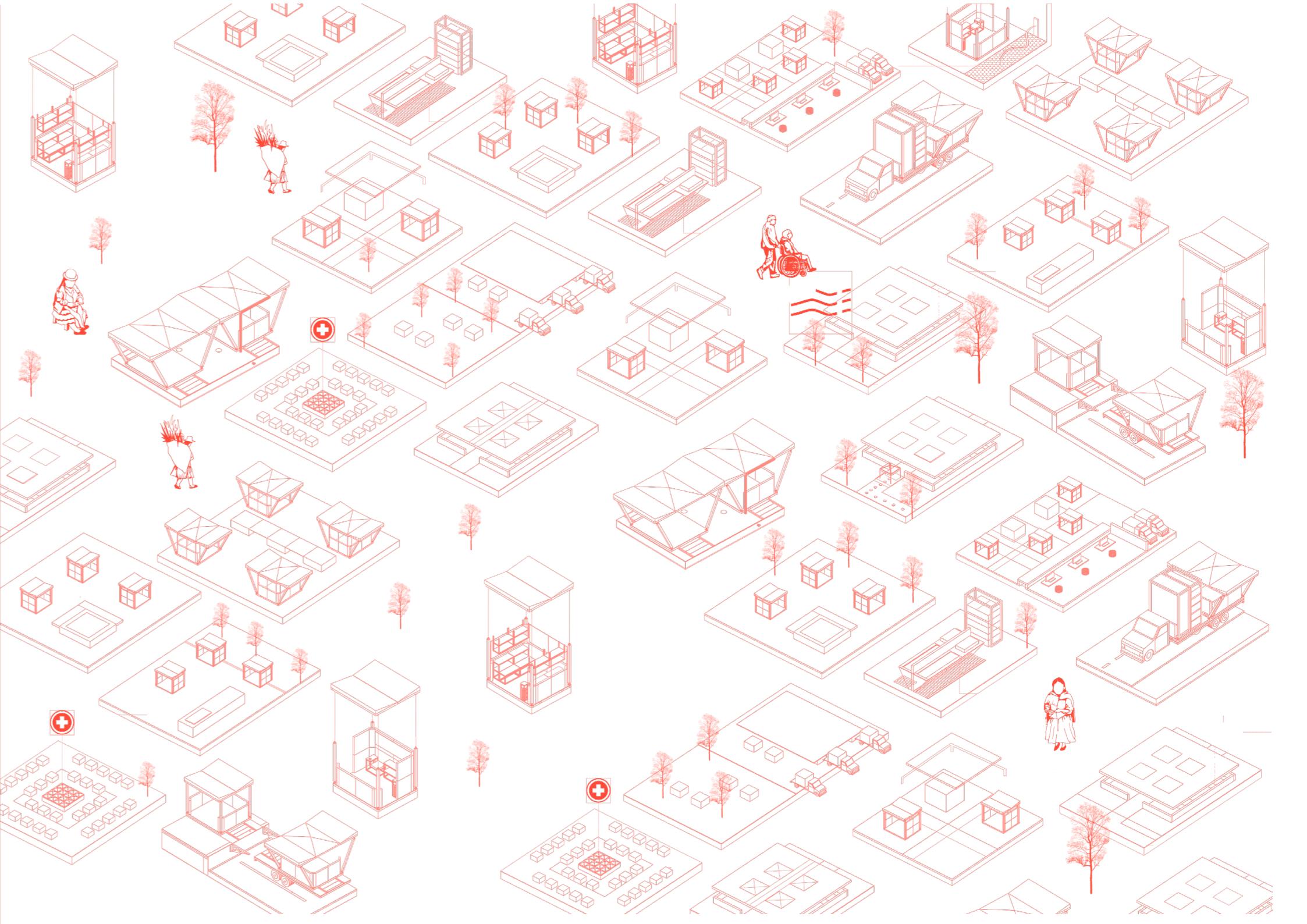
Para la siguiente etapa del proceso, al concebir las estrategias de diseño, se considera una representación gráfica arquitectónica que corresponda a los postulados clave.

Originalmente se considera que esta representación estaría organizada y sería dependiente de cada uno de los postulados clave expuestos al final de este tercer capítulo, pero existe una reflexión clave en este punto de la propuesta; ¿hay una manera de compactar más las soluciones, permitiendo que un gráfico representativo de una idea arquitectónica responda a uno o más de los postulados clave al mismo tiempo?. En el capítulo 4 se verá exemplificada esta solución.

En las etapas finales del capítulo 3 se concibieron las wordclouds como representaciones gráficas de cada uno de los semáforos; en el capítulo 4 se podrá evidenciar esta estructura de semaforización, guiando de manera general la agrupación de los gráficos arquitectónicos, brindando una imagen que pueda ayudar a comparar la información de las estrategias de diseño y como su forma de plantearse esta guiada por el tipo de situación de crisis que podría mitigar tal estrategia.

4

Estrategias de diseño para mercados en la ciudad de Cuenca



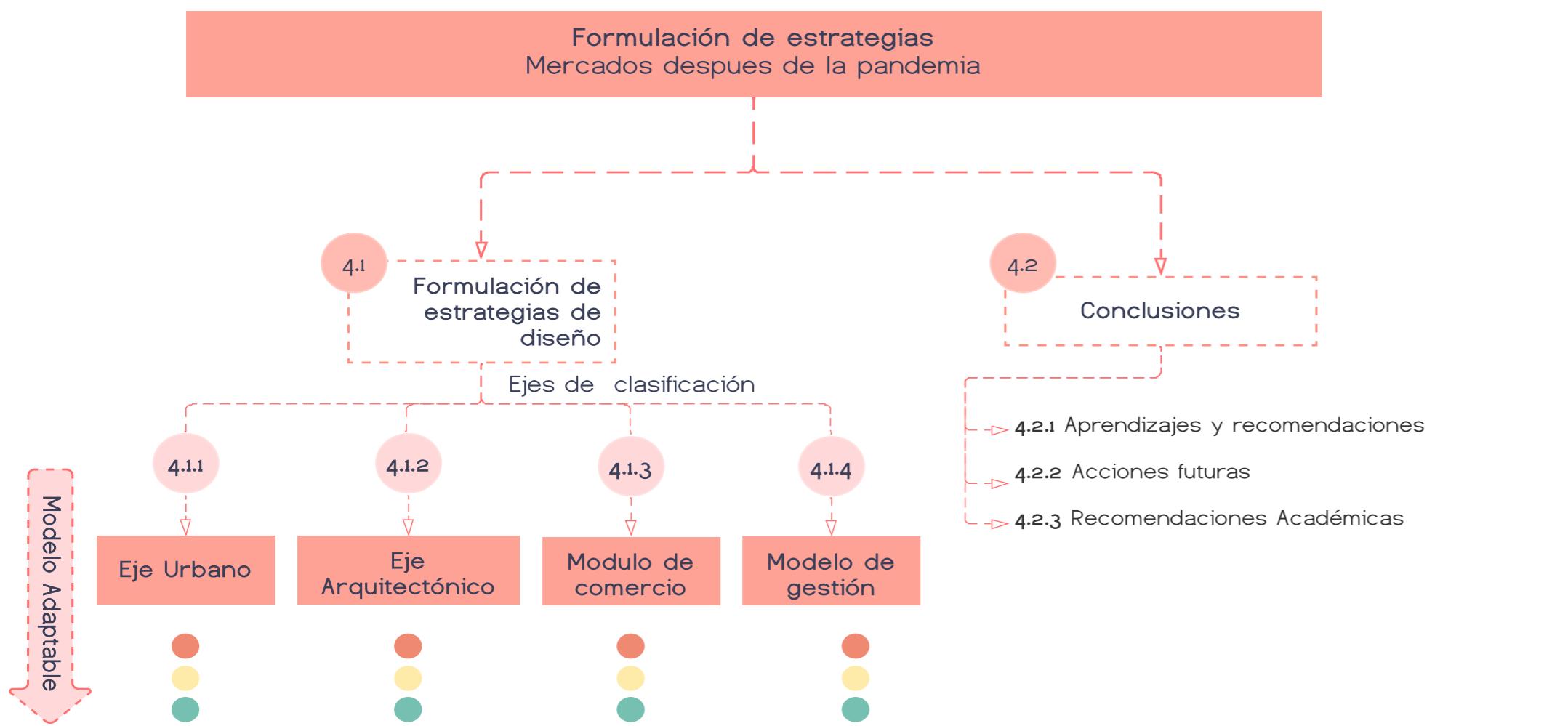


Figura 48. Mapa de inicio de capítulo Capítulo 4.2022

4.1 Formulación de estrategias de diseño

Las estrategias para el diseño de un mercado muestran las funciones que se realizan junto a un conjunto de técnicas y procedimientos aplicadas determinada por los ejes establecidos desde el inicio de la investigación los cuales son eje urbano, eje arquitectónico, módulo de comercio y modelo de gestión al mismo tiempo identificamos una variable de tiempo que permite al mercado ser adaptado contemplando los distintos estados en la etapa de diseño. Desde el inicio de la investigación se pretendía llegar al objetivo final del estudio y es obtener estrategias de diseño para un sistema de mercado en la ciudad de Cuenca, claramente este equipamiento debe estar en constante transformación considerando los nuevos problemas de la sociedad y en donde la arquitectura puede ser una herramienta para apoyar y mantener la integridad de los usuarios además de contribuir para evitar el contagio de virus y enfermedades dentro de los mercados, considerando a estos sitios de máximo riesgo de contagio además que existen antecedentes en que en los mercados son espacios que se prestan para el origen de varias enfermedades deben ser sitios inocuos y con una alta capacidad de transformación y flexibilidad para que no paren su funcionamiento en ningún momento.

Para el resultado de estas estrategias se ha

soportado con documentos que contienen planes de desarrollo urbano para conectar información de las estrategias, pero asentadas en el lugar de estudio y vinculando con proyectos que ya

se llevan a cabo dentro de la ciudad, pero que de diseño que serán respaldadas por el desarrollo de los 3 capítulos anteriores. La clasificación es determinada por los ejes establecidos desde el inicio de la investigación los cuales son eje urbano, eje arquitectónico, módulo de comercio y modelo de gestión al mismo tiempo identificamos una variable de tiempo que permite al mercado ser adaptado contemplando los distintos estados en la etapa de diseño. Desde el inicio de la investigación se pretendía llegar al objetivo final del estudio y es obtener estrategias de diseño para un sistema de mercado en la ciudad de Cuenca, claramente este equipamiento debe estar en constante transformación considerando los nuevos problemas de la sociedad y en donde la arquitectura puede ser una herramienta para apoyar y mantener la integridad de los usuarios además de contribuir para evitar el contagio de virus y enfermedades dentro de los mercados, considerando a estos sitios de máximo riesgo de contagio además que existen antecedentes en que en los mercados son espacios que se prestan para el origen de varias enfermedades deben ser sitios inocuos y con una alta capacidad de transformación y flexibilidad para que no paren su funcionamiento en ningún momento.

Para el resultado de estas estrategias se ha

4.1.1 Eje Urbano

El mercado siempre ha sido un elemento integrador del espacio público por sus múltiples funciones y actividades previas que se desarrollan para que se pueda dar el abastecimiento de alimentos dentro del mercado, durante la pandemia vimos que el problema no está simplemente en el equipamiento sino la organización y formas de abastecimiento desde la parte urbana, ya que pudimos identificar deficiencias dentro de la cadena de comercialización, en este apartado tendremos la proximidad como estrategia clave al momento de escoger el lugar de desarrollo de un nuevo equipamiento de mercado, además de las formas de comercializar en espacios públicos de oportunidad o que se encuentran subutilizados como principal actuación para descentralizar el uso y aglomeración en el mercado en épocas de emergencia “el mercado se acerca a la residencia”; Siendo este un equipamiento que depende de la dinámica de la ciudad y permite el correcto desenvolvimiento del mismo es importante tomar en cuenta que ciudad queremos por lo cual se plantea un contexto urbano del mercado con el máximo desarrollo ambiental y tecnológico como se muestra en la imagen. Encontramos estrategias permanentes que se pueden aplicar durante las distintas instancias de la semaforización y según las necesidades, realidades o riesgos que pueda sufrir el abastecimiento de alimentos.

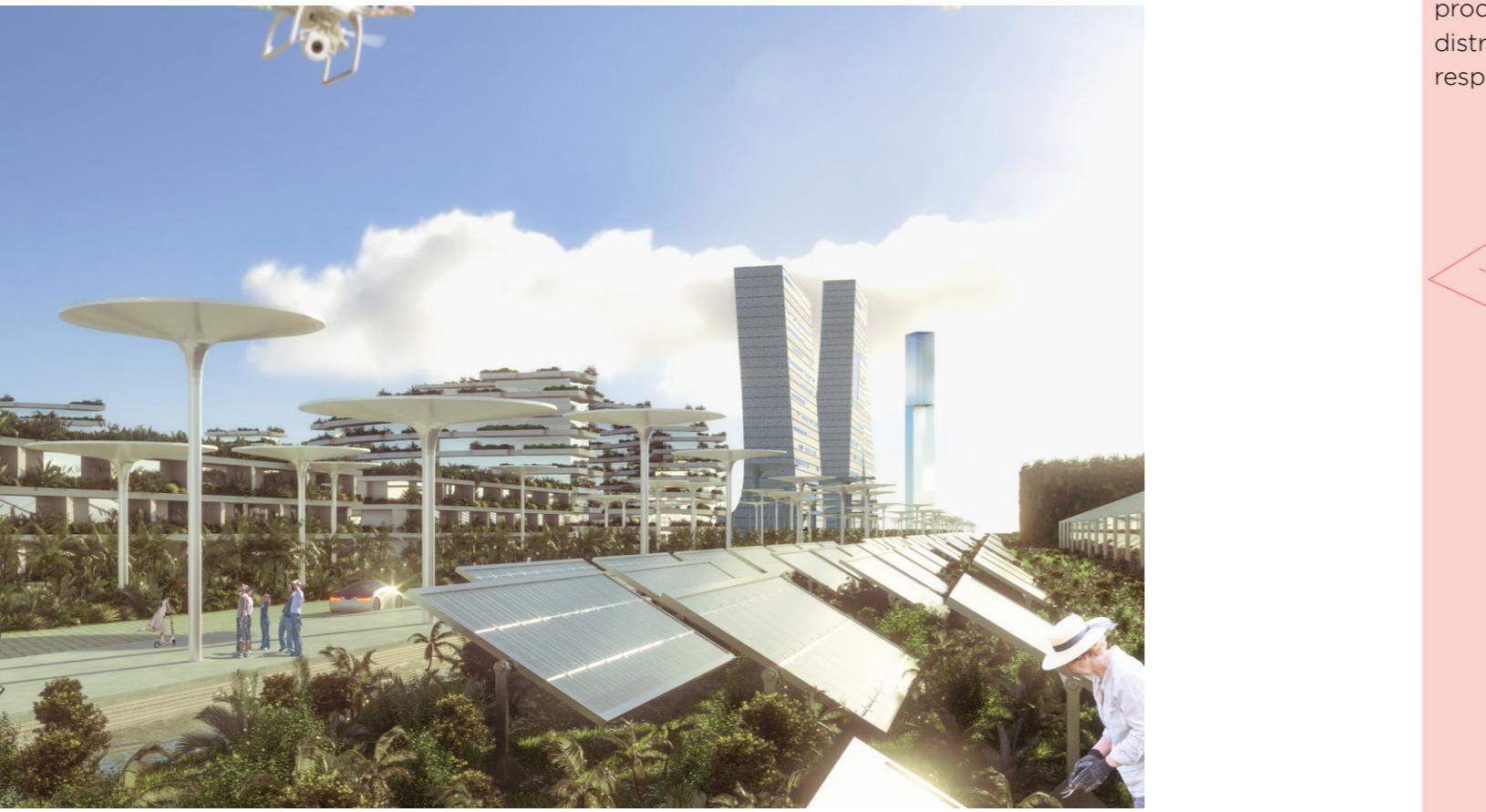
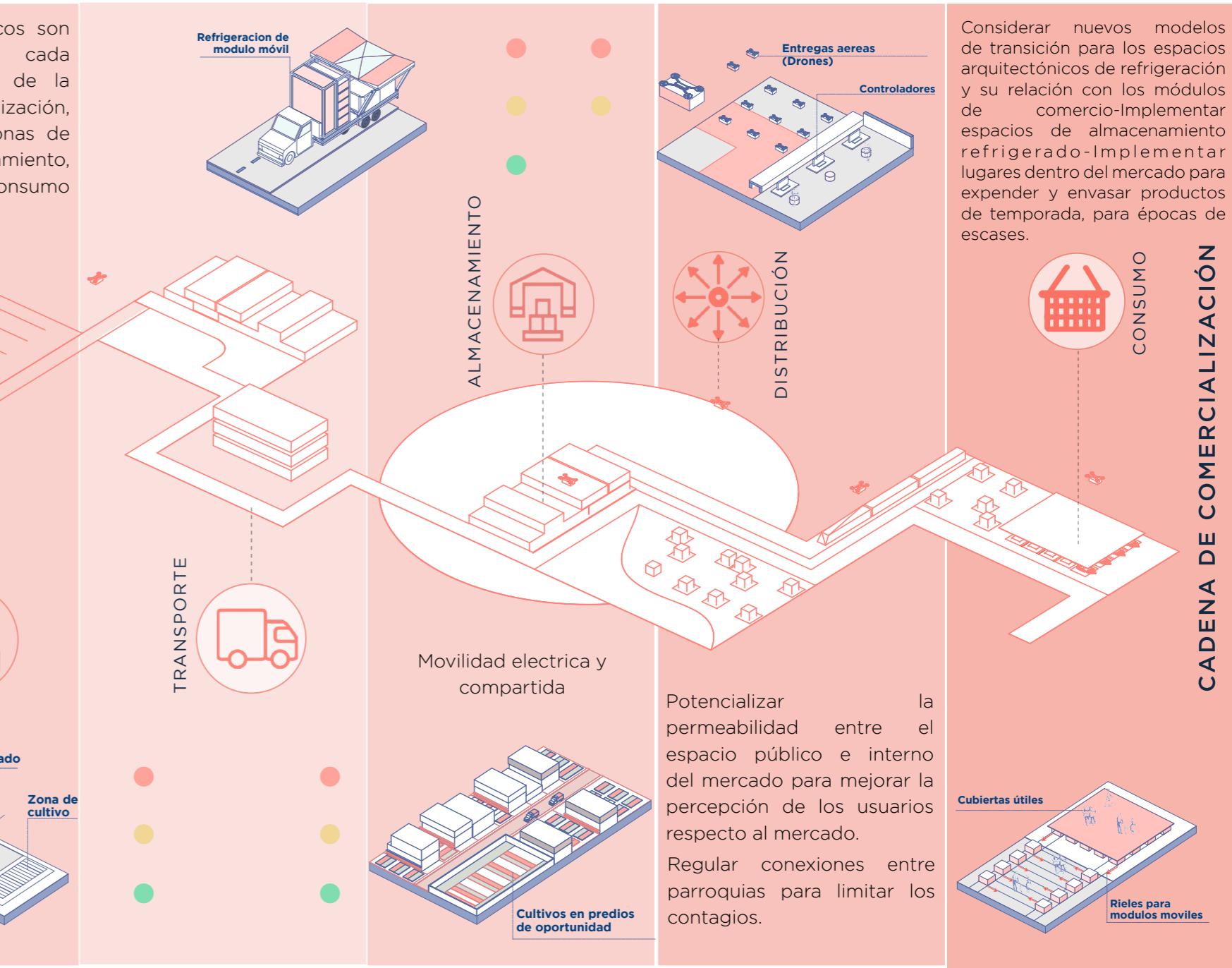
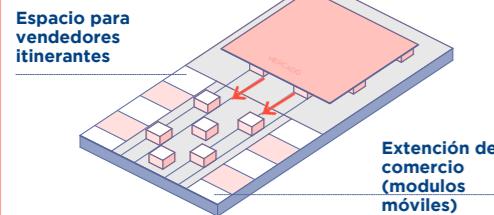
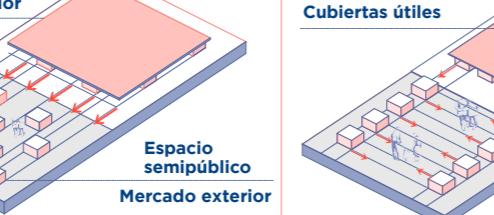
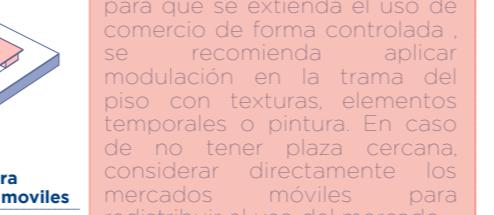
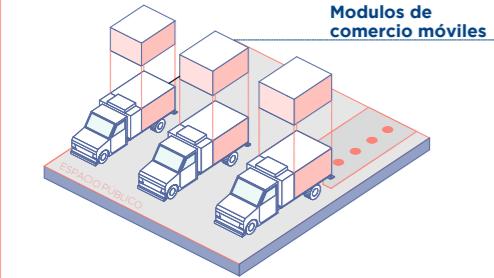
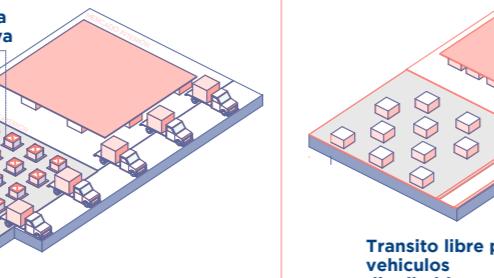
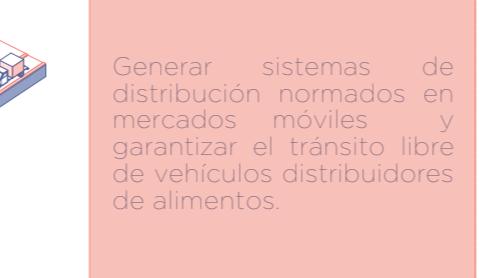
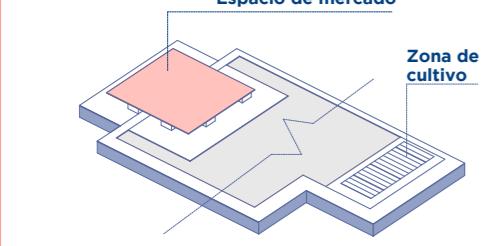
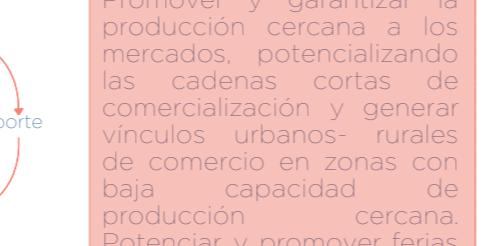
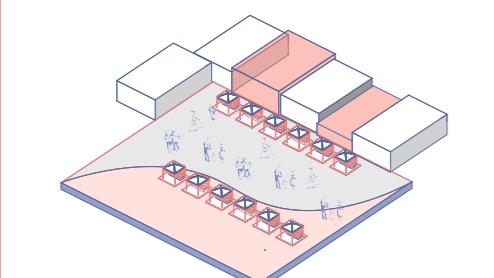
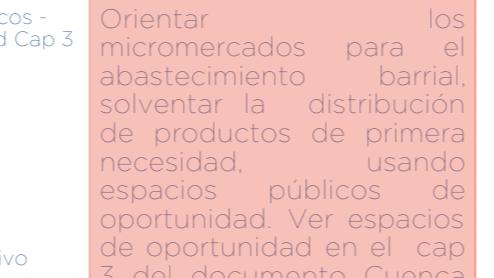


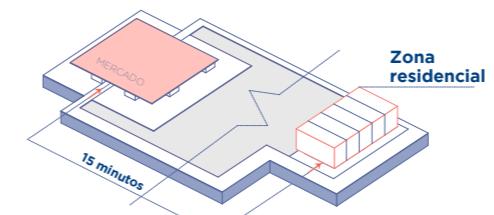
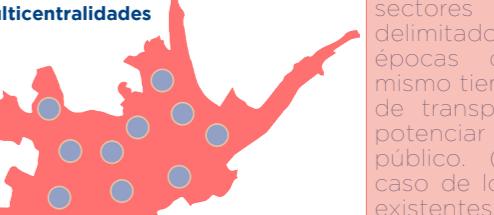
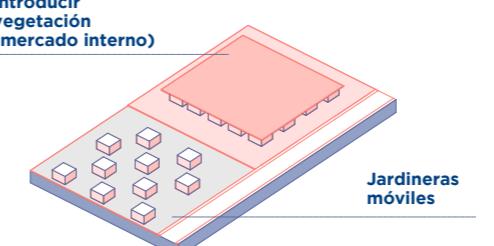
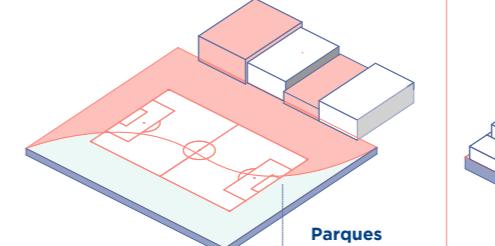
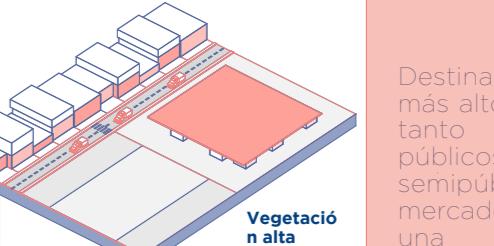
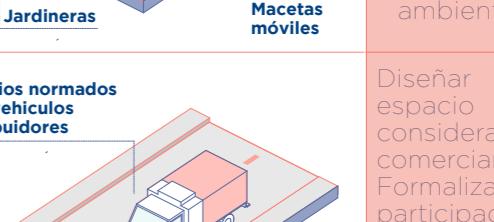
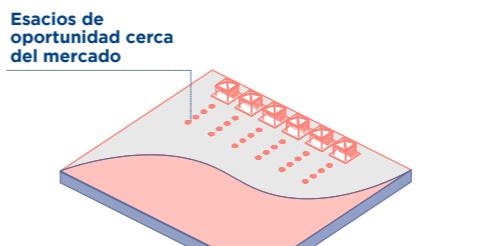
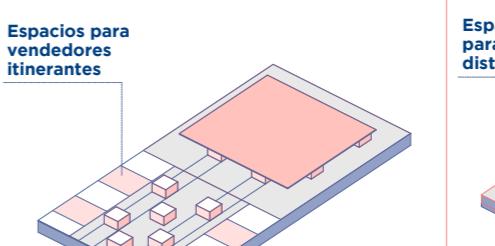
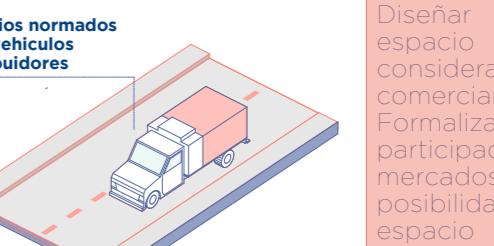
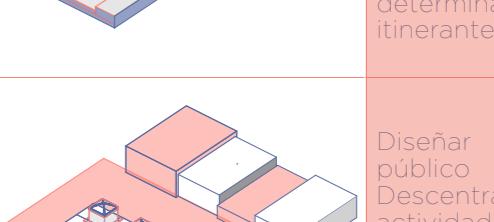
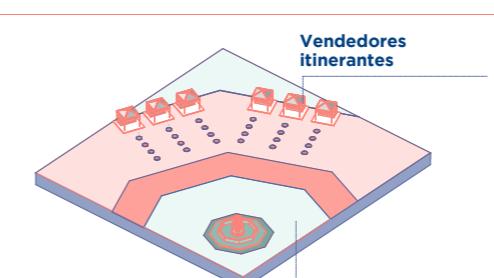
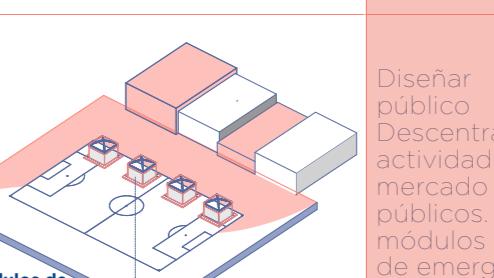
Imagen 44. Stefano Boeri Architetti diseña la primera ciudad forestal inteligente en México

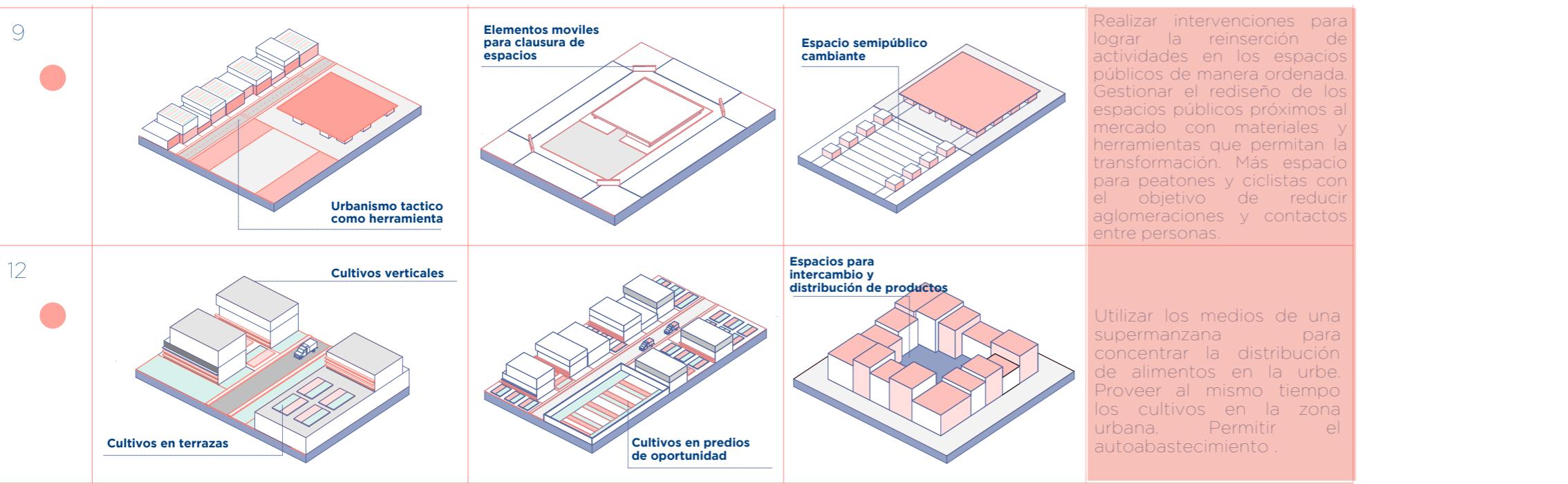
Los siguientes gráficos son representativos de cada una de las partes de la cadena de comercialización, refiriéndose a las zonas de producción, almacenamiento, distribución y consumo respectivamente.



CADENA DE COMERCIALIZACIÓN

1	 Espacio para vendedores itinerantes Extensión de comercio (modulos móviles)	 Espacio de mercado interior Espacio semipúblico Mercado exterior	 Cubiertas útiles Rieles para modulos móviles	Organizar espacios exteriores (plazas y terrazas) del mercado para que se extienda el uso de comercio de forma controlada, se recomienda aplicar modulación en la trama del piso con texturas, elementos temporales o pintura. En caso de no tener plaza cercana, considerar directamente los mercados móviles para redistribuir el uso del mercado.
2	 Modulos de comercio móviles ESPAZO PÚBLICO	 Liberar espacios semipúblicos para vacunación masiva	 Transito libre para vehículos distribuidores	Generar sistemas de distribución normados en mercados móviles y garantizar el tránsito libre de vehículos distribuidores de alimentos.
3	 Espacio de mercado Zona de cultivo	 Espacio de mercado Zona de cultivo Ferias rurales	 Producción Consumo Transporte Distribución Cadena corta (Proximidad)	Promover y garantizar la producción cercana a los mercados, potencializando las cadenas cortas de comercialización y generar vínculos urbanos-rurales de comercio en zonas con baja capacidad de producción cercana. Potenciar y promover ferias y mercados rurales.
4	 Cuenca RED de espacios dinámicos - TOMO 1-Espacios de oportunidad Cap 3 Mapa de vacíos urbanos	 Cuenca RED de espacios dinámicos - TOMO 1-Espacios de oportunidad Cap 3 Mapa de vacíos urbanos	 Dentro del CUC se identifican 119 espacios de oportunidad mediante una selección	Orientar micromercados para el barrial, solventar la distribución de productos de primera necesidad, usando espacios públicos de oportunidad. Ver espacios de oportunidad en el cap 3 del documento Cuenca RED.-

5	 Ciudad de 15 minutos Zona residencial	 Casa 15 minutos Educación Trabajo Arte y cultura Salud Abastecimiento	 Multicentralidades	Distribuir los equipamientos de tal forma que los barrios o sectores puedan ser delimitados y clausurados en épocas de emergencia, al mismo tiempo promover el uso de transportes alternativos y potenciar el uso del transporte público. (Proximidad) En el caso de los equipamientos ya existentes, el alcance y delimitación de los barrios puede darse por los mercados móviles.	
6	 Introducir vegetación (mercado interno)	 Jardineras móviles	 Parques cercanos arborizados	 Jardineras Vegetación alta Macetas móviles	Destinar un porcentaje más alto en el área verde tanto en espacios públicos como semipúblicos del mercado para generar una mejor calidad ambiental.
7	 Espacios de oportunidad cerca del mercado	 Espacios para vendedores itinerantes	 Espacios normados para vehículos distribuidores	 Vendedores itinerantes Canchas deportivas para uso de comercio temporal	Disenar y nombrar en el espacio semipúblico considerando a los comerciantes itinerantes. Formalizando su participación en los mercados, y dándoles la posibilidad de tener un espacio por un tiempo determinado (comerciantes itinerantes).
8	 Plazas con extensión de comercio	 Elementos móviles para distanciamiento	 Módulos de comercio itinerantes	 Diseñar en el espacio público zonas mutiuso. Descentralizar las actividades itinerantes del mercado hacia los espacios públicos. Ubicación de módulos móviles en épocas de emergencia.	



4.1.2 Eje arquitectónico

La siguiente escala considerada para el diseño de mercados es el eje arquitectónico, para este encontramos estrategias de tipo organizacionales y funcionales dentro del espacio físico y virtual; encontrando transiciones entre el espacio de mercado cubierto, el espacio de mercado semipúblico o semi cubierto y el espacio público ya que el modelo de mercado que desarrolla es de tipo móvil. Presentando alrededor de todo el diseño estructura móviles en los niveles de piso mobiliario y cubierta, como los principales elementos arquitectónicos que pueden ser flexibles, adaptables y removibles dentro del mercado. Con la combinación del análisis inicial de los antecedentes históricos del mercado, seguido de la recopilación de índices de 4 mercados muestra y la recolección de información en torno a las narrativas de mercados y COVID durante un año, se propone un tipo de espacio de mercado pensado para ser dinámico. Sabemos que estas características deben estar presentes, pero que actualmente no se aplican en los mercados.

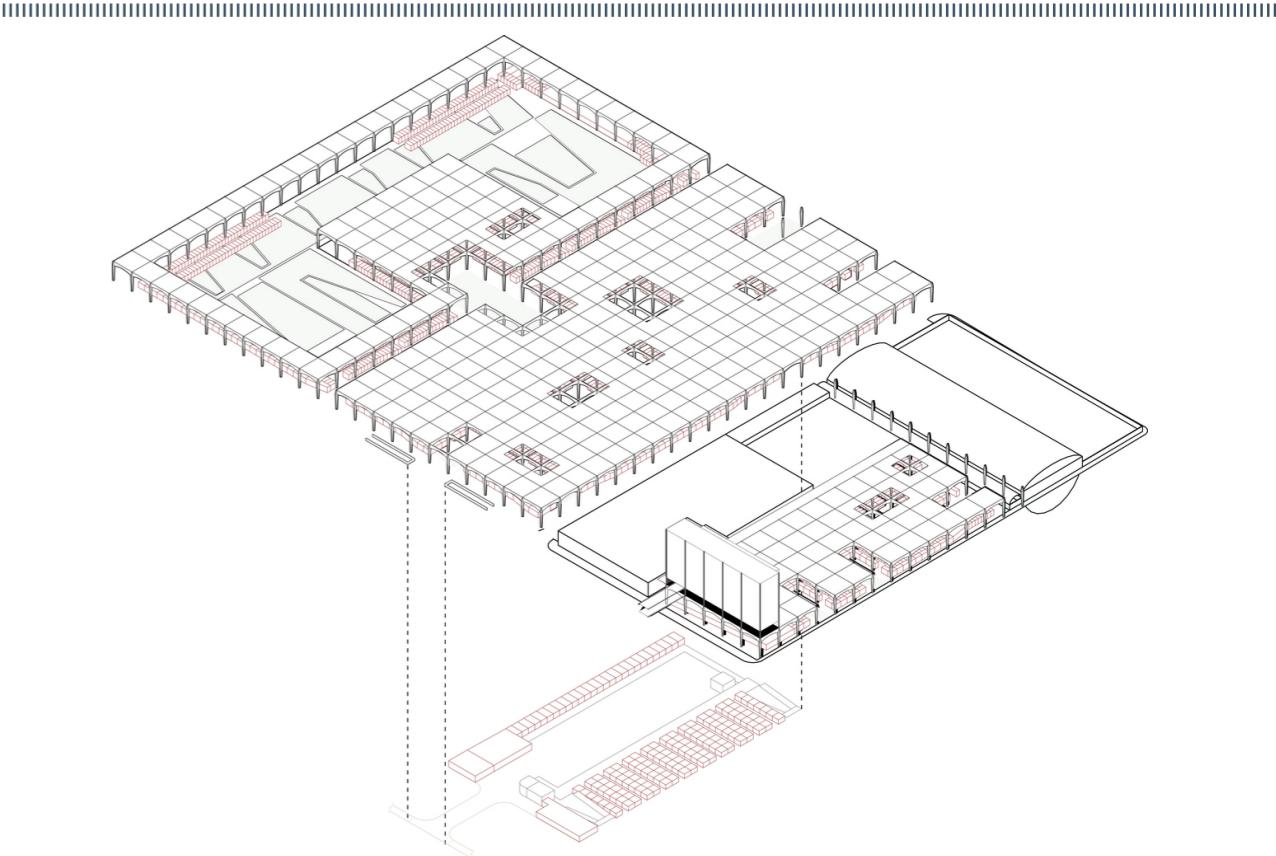


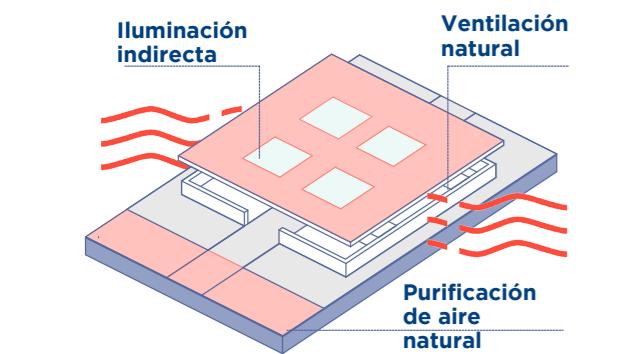
Imagen: 4.5 Segundo Puesto Manifiesto
Equipo: Rocío Olivo, Javier Bocanegra, Paolino, Ricardo Arturo Huancui, Abo, Juan Pablo Sarmiento, Bartlett, Juissi Tabata, Pérez Sánchez, Sammy Daniel, Tejada, Sazára, Ana Paola Cordero, Gámba, Natalie Ximena Muñoz, Vilcapoma
País: Perú

A continuación se exponen dos representaciones arquitectónicas de un ejemplo de escenario ideal en que se cumplen varios de los postulados arquitectónicos expuestos.

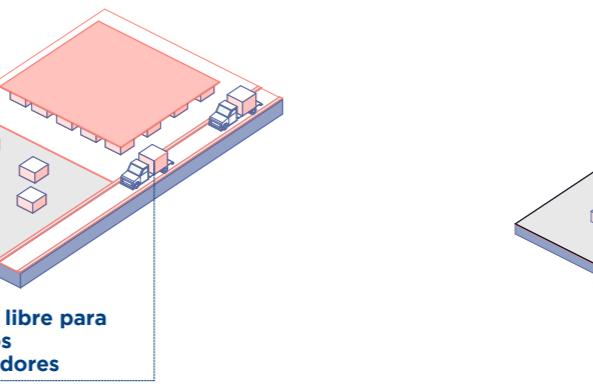
Estos gráficos fueron concebidos como una representación aproximada y compacta de las características de transición entre el espacio de mercado cerrado, espacio semipúblico y

espacio público; pretendiendo dar una idea a nivel de estrategias de diseño aplicadas con la influencia de aspectos considerados del módulo de comercio y el eje urbano. Cabe recalcar que el nivel de especificidad de estos gráficos se lo realiza como un ejercicio de exemplificación, más no dictamina que un diseño necesariamente deba funcionar de esta manera.

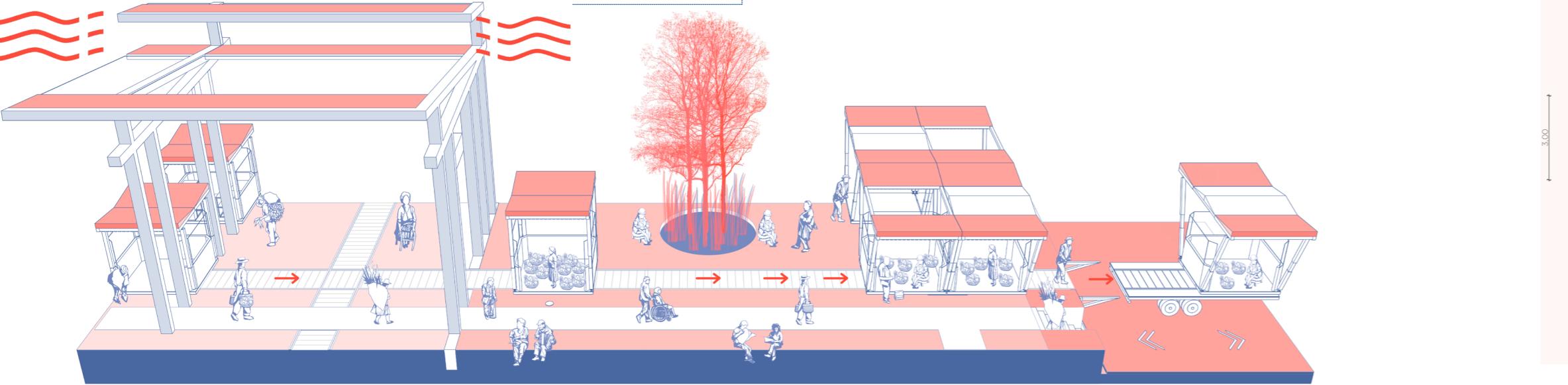
ESPACIO DE MERCADO



ESPACIO SEMIPÚBLICO



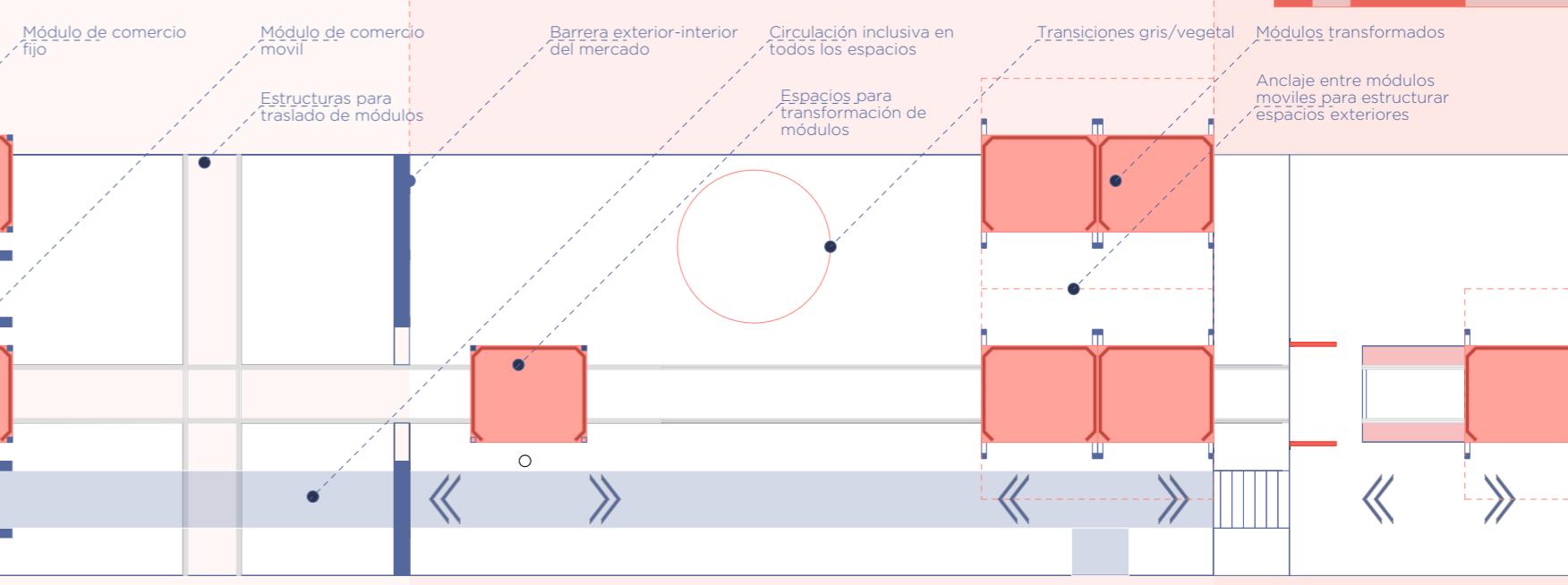
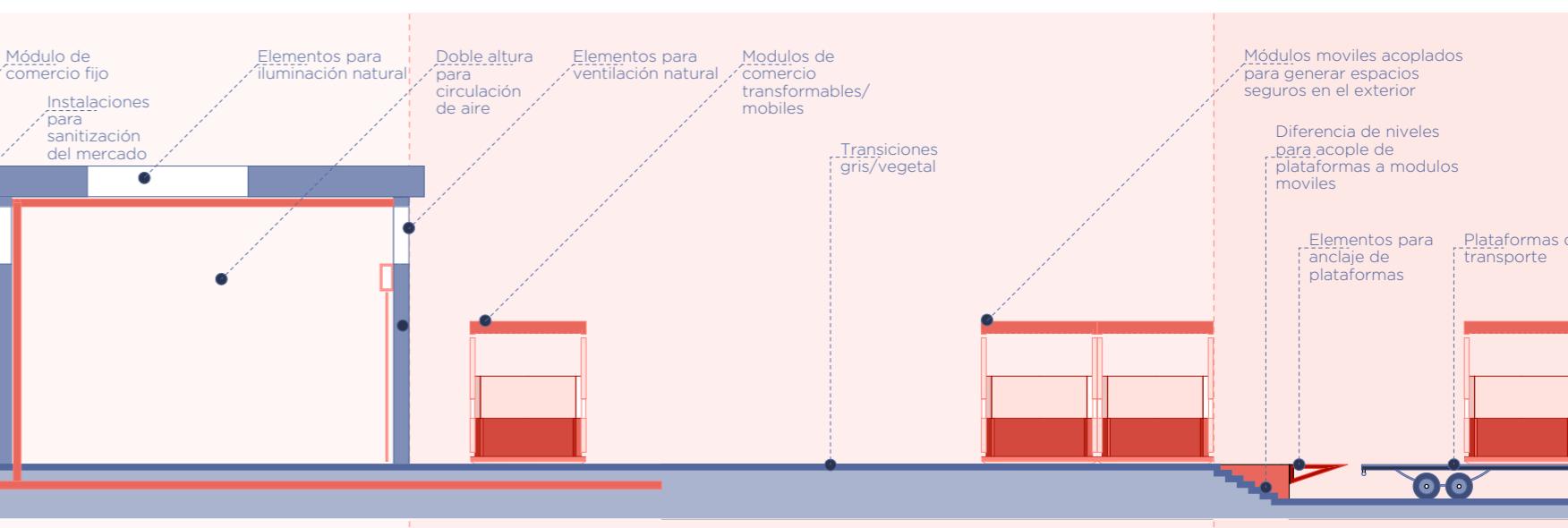
ESPACIO PÚBLICO

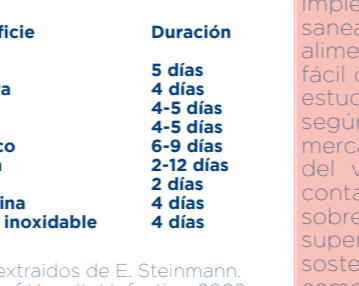
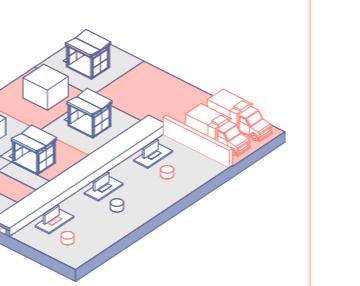
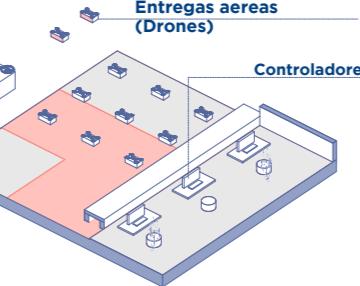
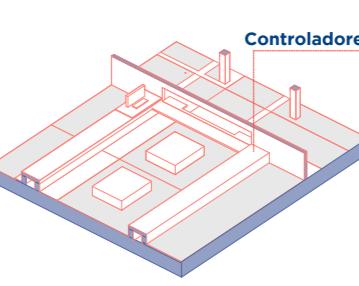
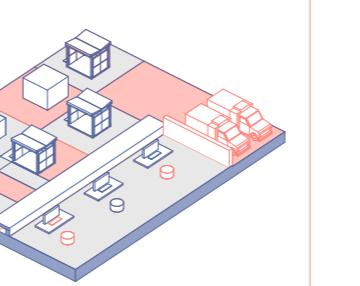
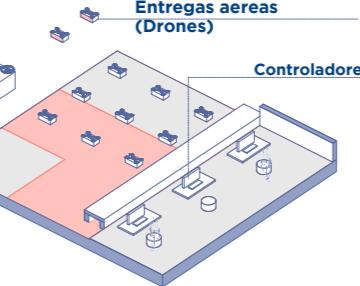
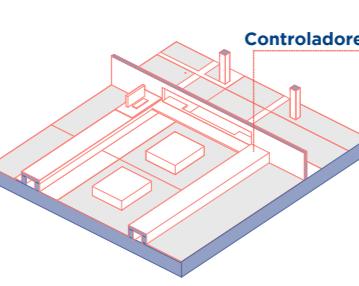
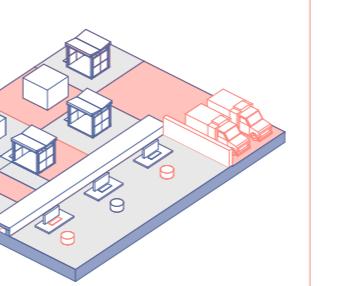
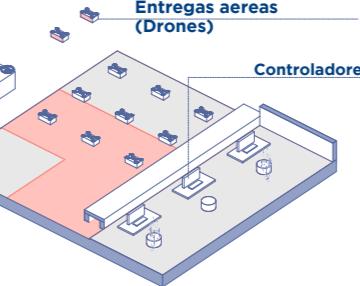
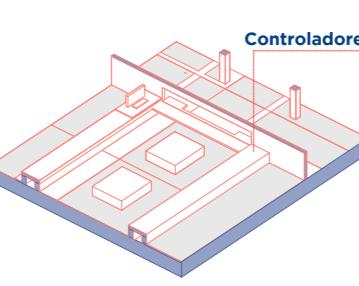
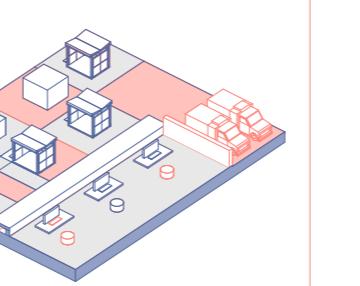
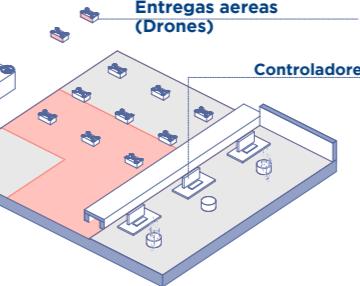
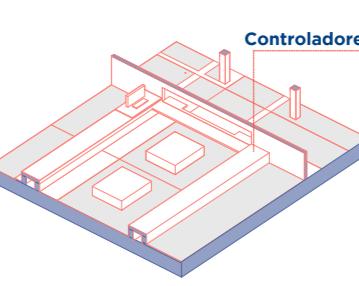


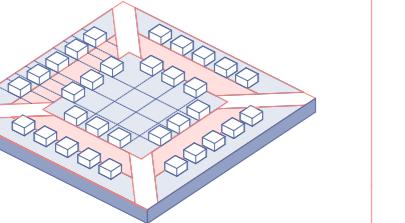
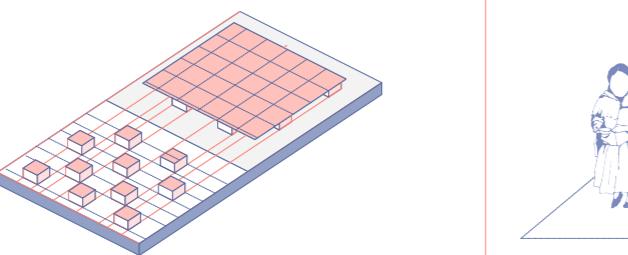
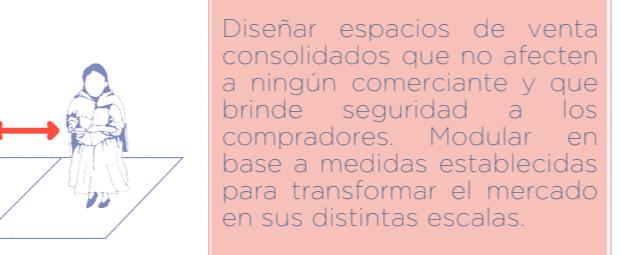
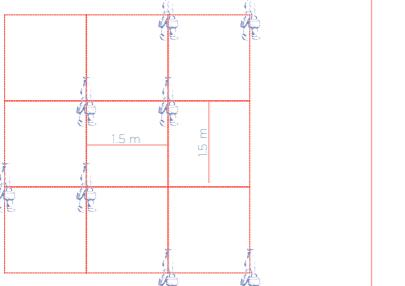
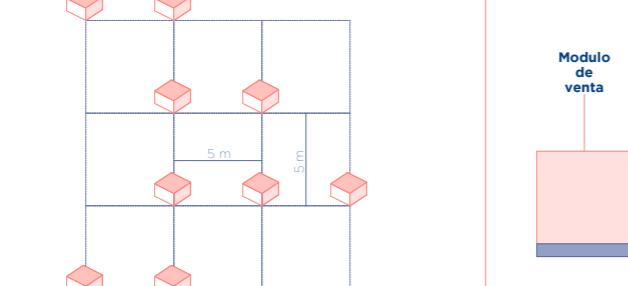
ESPACIO DE MERCADO

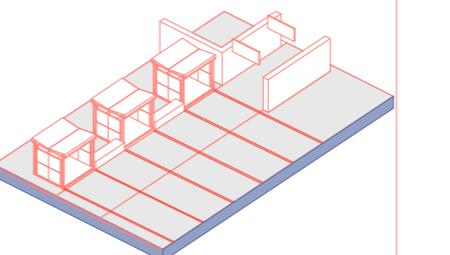
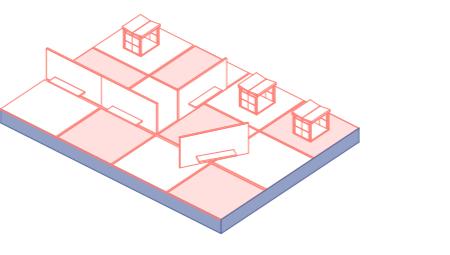
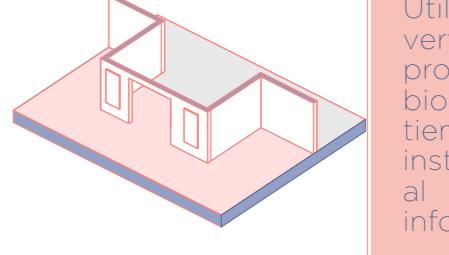
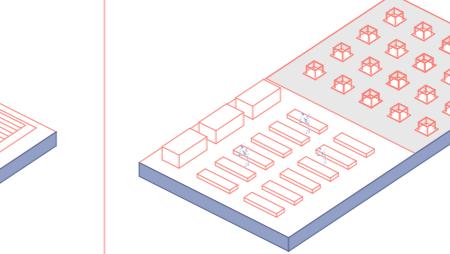
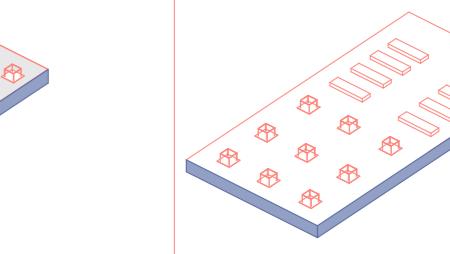
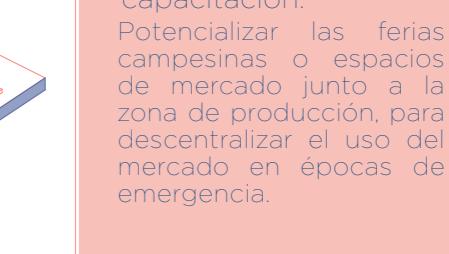
ESPACIO SEMIPÚBLICO

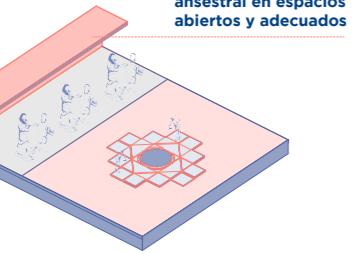
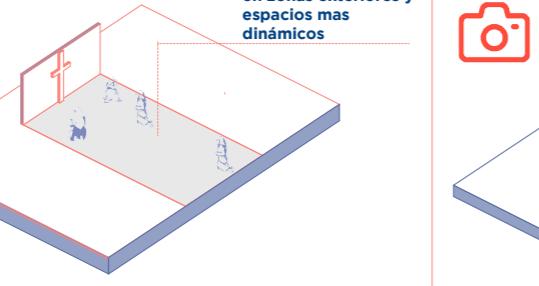
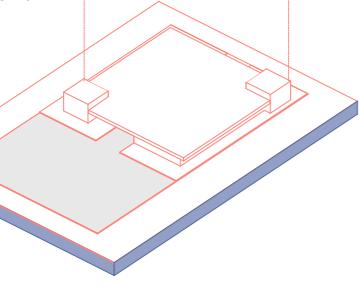
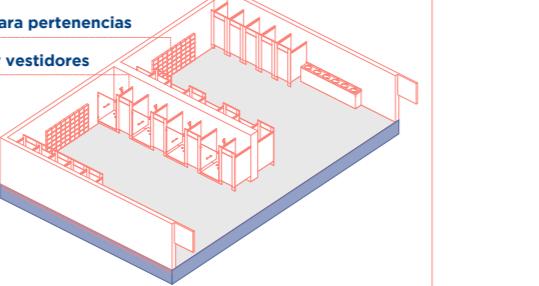
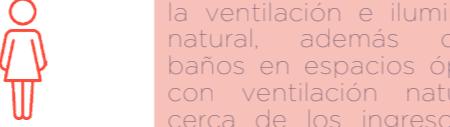
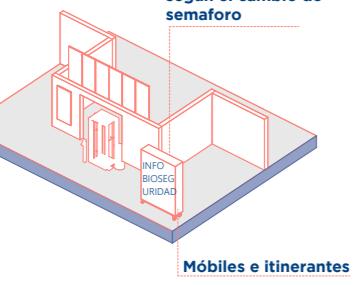
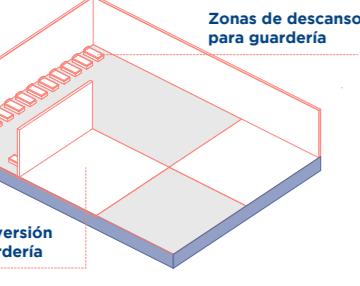
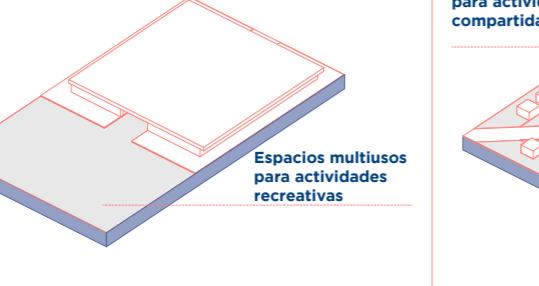
ESPACIO PÚBLICO



 <p>1</p> <p>Transporte y almacenamiento de productos dentro del mercado Almacenamiento y transporte dentro del mercado Pozos para lavado de productos zonas de usos común</p>	 <p>2</p> <p>Instalaciones para desinfección generales desde la cubierta Instalaciones para cada módulo Instalaciones para mangueras</p>	 <p>3</p> <p>Zona de cultivo Zona de producción Recolectores de residuos sólidos Mobiliario para recolección de residuos Espacio para compostaje Zona de cultivo Lúdico Espacio para compostaje</p>	 <p>4</p> <p>Pozos de luz natural Colectores de agua lluvia Panel solar Pozos de luz natural Iluminación indirecta Ventilación natural Purificación de aire natural</p>	<p>Implementar espacios de saneamiento y preservación de alimentos utilizando materiales de fácil desinfección y limpieza. Hacer estudio de materiales óptimos según el tipo de actividades en el mercado. Se indica la persistencia del virus en distintos materiales, contando los días que puede sobrevivir el virus en distintas superficies. Considerar la sostenibilidad de los materiales como un requisito indispensable dentro de la planificación.</p> <p>Datos extraídos de E. Steinmann. Journal of Hospital Infection 2020</p>
<p>5</p> <p>Entregas aéreas (Drones) Controladores</p>	 <p>6</p> <p>Paneles de información inteligentes Tunel de desinfección</p>	 <p>7</p> <p>Módulos de sanitización Embarque de módulos móviles Canastas de primera necesidad Módulos asociados Entregas rápidas para pedidos anticipados Colectores de productos</p>	 <p>8</p> <p>Zona de recepción de pedidos Canastas de primera necesidad Módulos asociados Entregas rápidas para pedidos anticipados Colectores de productos</p>	<p>Utilizar la tecnología para difusión de productos, al mismo tiempo implementar dentro del mercado un centro de control y ventas para tomar los pedidos, evitando que los usuarios se trasladen al mercado. Adecuar una zona de entrega de servicios. Diseñar espacios de transición entre el mercado y el espacio público para entrega de pedidos de productos, evitando un uso aglomerado en una instalación cerrada.</p>
<p>5</p> <p>Entregas aéreas (Drones) Controladores</p>	 <p>6</p> <p>Paneles de información inteligentes Tunel de desinfección</p>	 <p>7</p> <p>Zona de recepción de pedidos Canastas de primera necesidad Módulos asociados Entregas rápidas para pedidos anticipados Colectores de productos</p>	 <p>8</p> <p>Zona de recepción de pedidos Canastas de primera necesidad Módulos asociados Entregas rápidas para pedidos anticipados Colectores de productos</p>	<p>Capacidad de aislar los módulos de comercio o espacios de trabajo para sanitización, implementar espacios de control de bioseguridad, colocarlos en los ingresos del mercado.</p>
<p>7</p> <p>Módulos de sanitización Embarque de módulos móviles Canastas de primera necesidad Módulos asociados Entregas rápidas para pedidos anticipados Colectores de productos</p>	 <p>8</p> <p>Zona de recepción de pedidos Canastas de primera necesidad Módulos asociados Entregas rápidas para pedidos anticipados Colectores de productos</p>	 <p>9</p> <p>Promover aplicaciones y nuevas tecnologías</p>	 <p>10</p> <p>Promover buenas salud y vacunación masiva</p>	<p>Promover la organización de espacios en el mercado destinados a la venta inmediata de artículos de primera necesidad.</p>
<p>7</p> <p>Módulos de sanitización Embarque de módulos móviles Canastas de primera necesidad Módulos asociados Entregas rápidas para pedidos anticipados Colectores de productos</p>	 <p>8</p> <p>Zona de recepción de pedidos Canastas de primera necesidad Módulos asociados Entregas rápidas para pedidos anticipados Colectores de productos</p>	 <p>9</p> <p>Promover aplicaciones y nuevas tecnologías</p>	 <p>10</p> <p>Promover buenas salud y vacunación masiva</p>	<p>Establecer medidas y espacios necesarios para el uso exclusivo tanto para comerciantes como para compradores. Diferenciar las áreas del mercado para compradores y vendedores. Precautar la integridad de los comerciantes, loando de espacios seguros para el desarrollo óptimo de distribución y venta. Delimitar zonas de uso restringido para comerciantes.</p>

9				Diseñar espacios de venta consolidados que no afecten a ningún comerciante y que brinde seguridad a los compradores. Modular en base a medidas establecidas para transformar el mercado en sus distintas escalas.
10				Permitir que los mercados sean capaces de transformarse para distintos requerimientos -Considerar casos de estudio de arquitectura resiliente y adaptar las estrategias según las necesidades locales del mercado de Cuenca.
11				Diseñar el público con estandarizadas medidas de distanciamiento.
12				Establecer espacios de captación y clasificación de alimentos. espacios de procesamiento y distribución de alimentos con técnicas locales.

13				Utiliza señalética vertical para exponer protocolos y normas de bioseguridad al mismo tiempo considerar las instancias que permitan al usuario leer la información.
14				Gestionar la capacidad y uso del mercado dependiendo de la época de esenfiorización. 50% - 75% - 100% de uso respectivamente.
15				Fomentar una educación sanitaria para promover protocolos, buenas prácticas e inocuidad alimentaria. Determinar espacios de capacitación de comerciantes. Implementar un espacio dirigido a la capacitación.
16				Potencializar las ferias campesinas o espacios de mercado junto a la zona de producción para descentralizar el uso del mercado en épocas de emergencia.

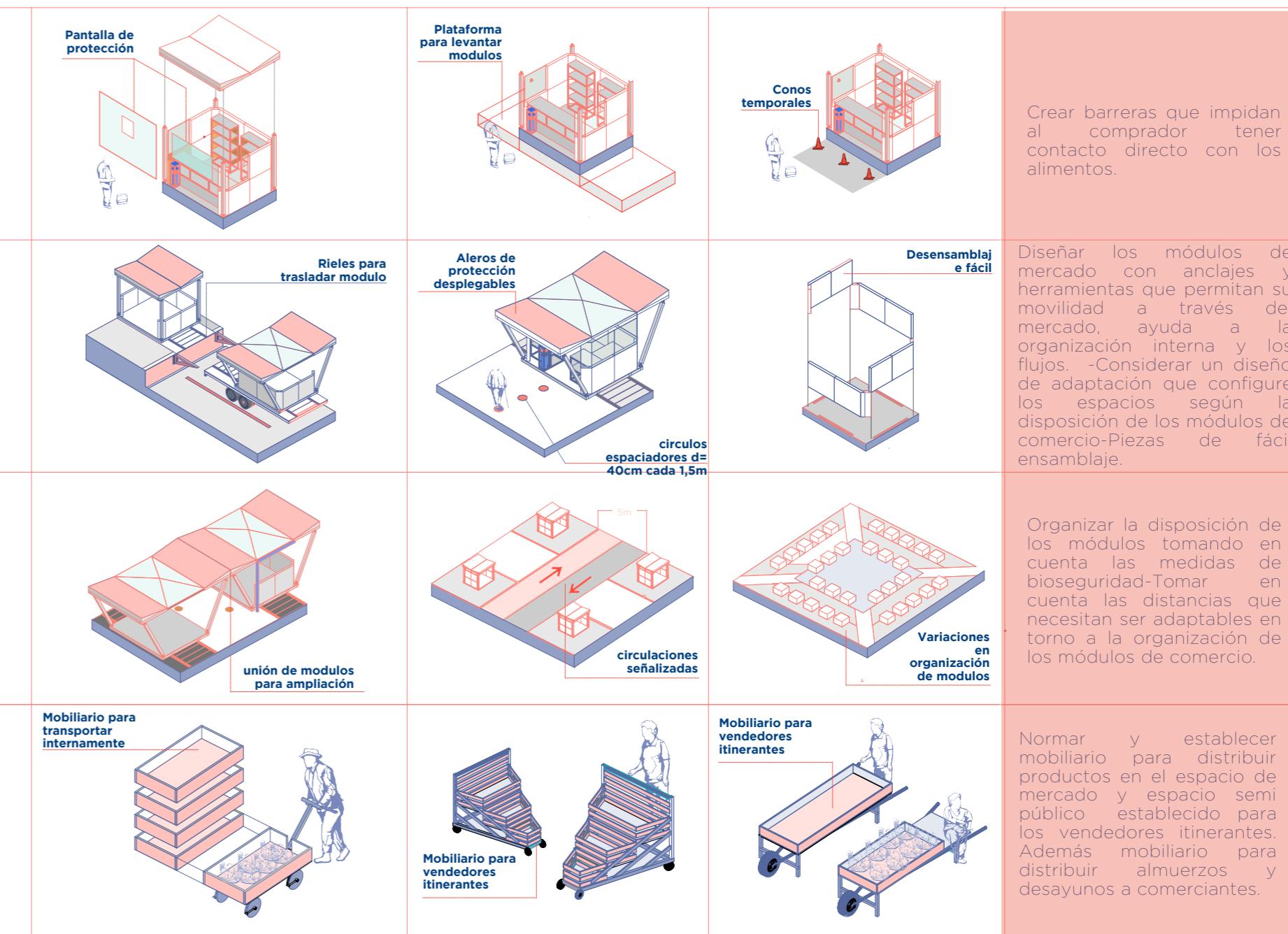
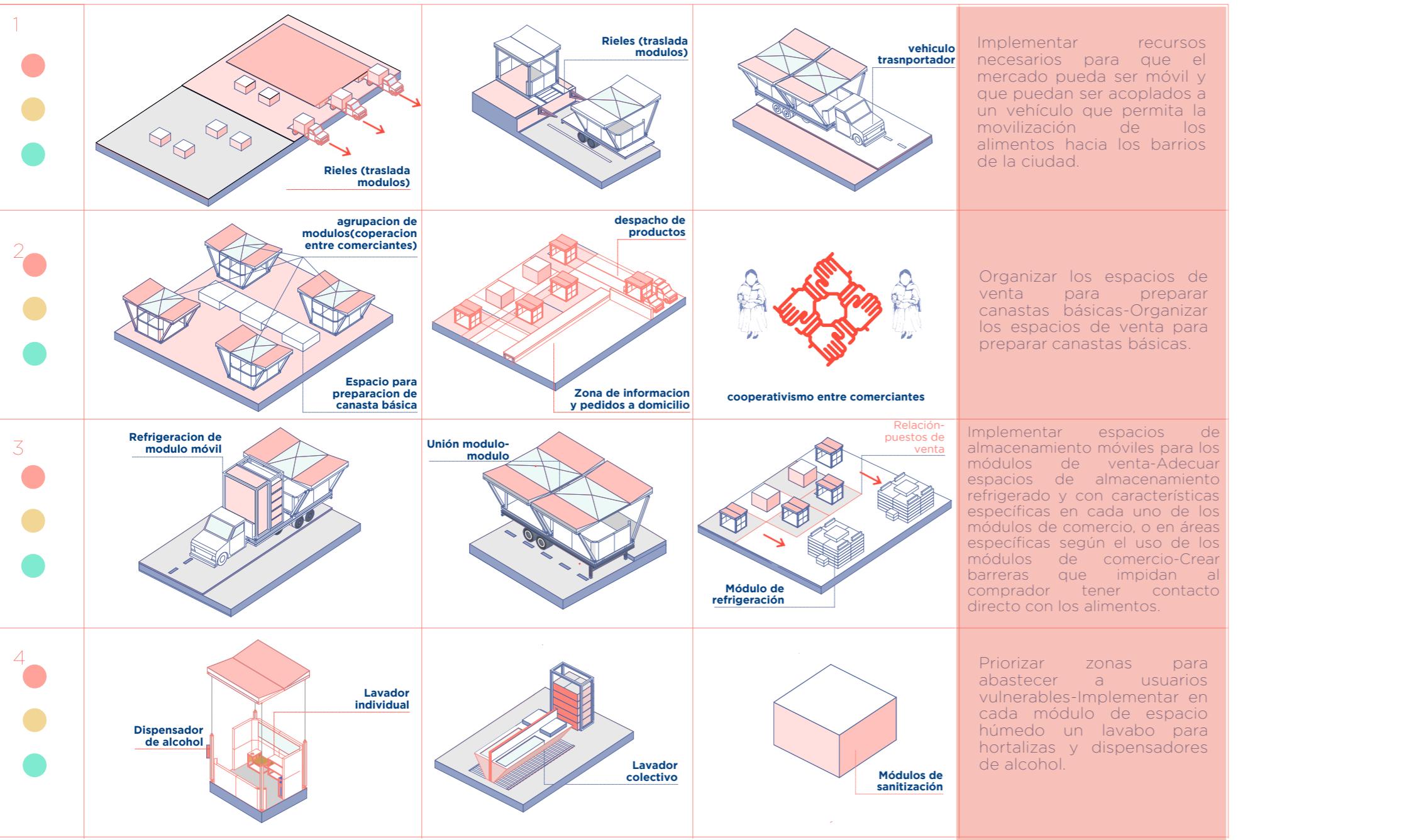
17		Espacios para actividades de medicina ancestral en espacios abiertos y adecuados		Espacios para culto en zonas exteriores y espacios mas dinámicos		Espacios agradables para que el espacio de mercado sea tambien un espacio de turismo
18		Módulos de sanitización al exterior		Sanitarios Lokers para pertenencias Duchas y vestidores		Promover el turismo de mercados mediante el uso del espacio semipúblico con las zonas de culto, zonas para tradiciones ancestrales y características implementadas en él diseño que permitan la exposición de la cultura interna que identifica los mercados populares.
19		Paneles de información según el cambio de semáforo		Móviles e itinerantes		Módulos de información Español-Quechua-ingles
20		Zonas de descanso para guardería Zonas diversión para guardería		Espacios interiores para actividades compartidas Espacios multiusos para actividades recreativas		La mayor cantidad de comerciantes del mercado son mujeres que llevan a sus hijos con ellas para poder cuidarlos mientras venden, se puede establecer zonas para interacción entre vendedores y sus familiares, también implementar centros de cuidado infantil que se encuentren próximos o dentro del mercado.

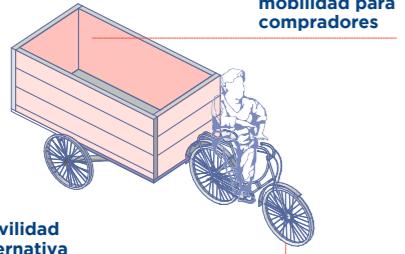
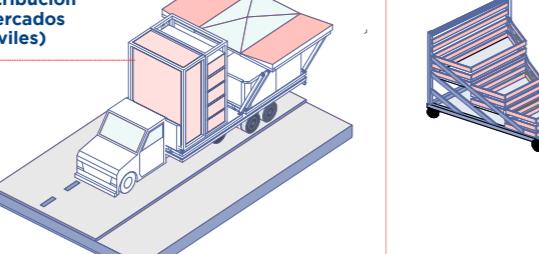
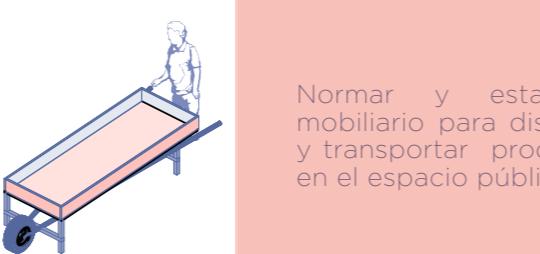
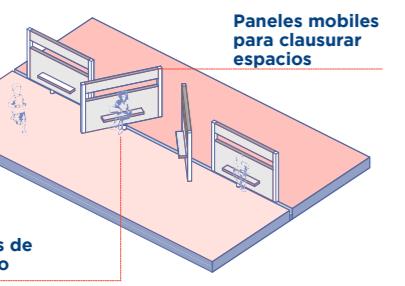
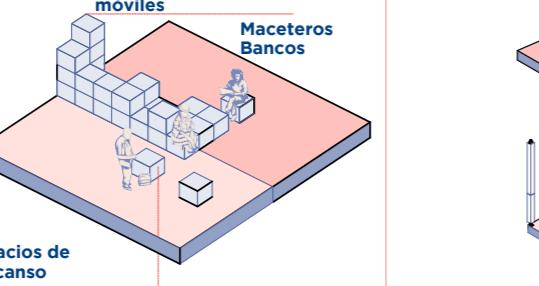
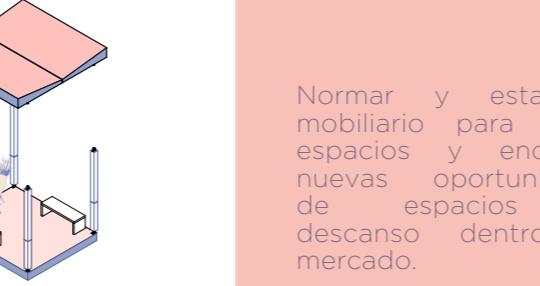
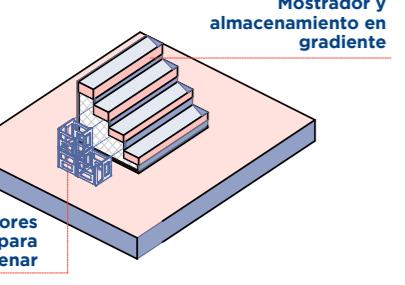
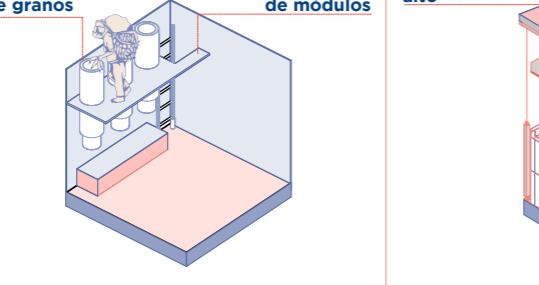
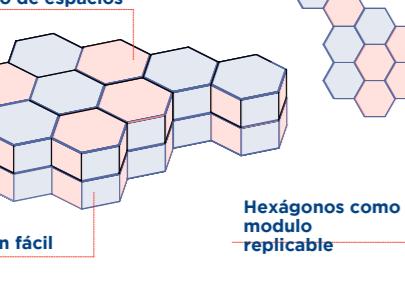
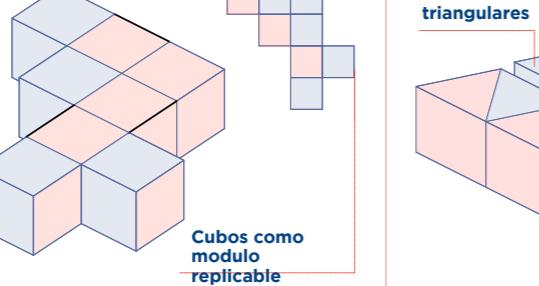
4.1.3 Modulo de comercio

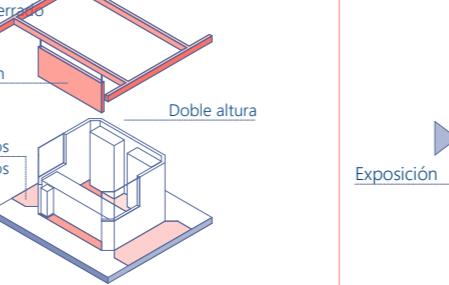
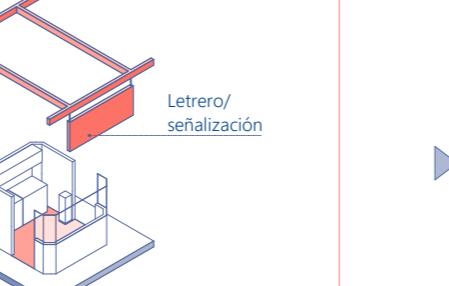
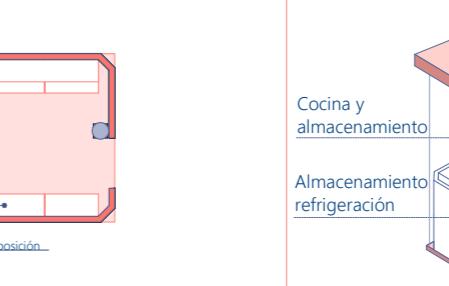
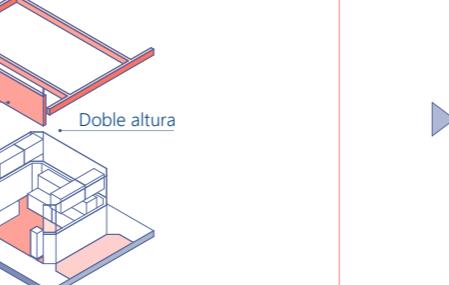
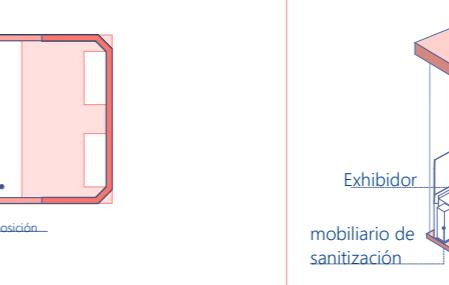
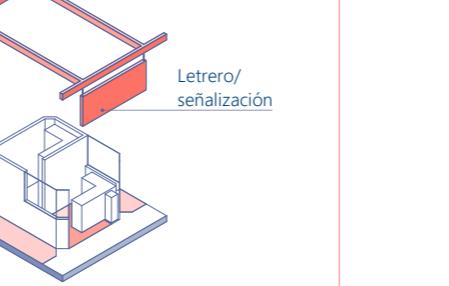
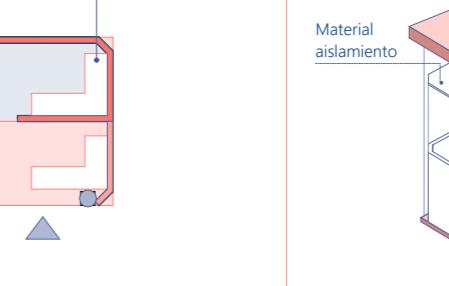
El módulo de comercio es un eje que debe ser reformulado a lo que hoy en día se necesita, por lo cual se aplica nuevas zonas que se ven necesarias durante una crisis y más si son de tipo biológica ya que en estos espacios es donde se da la verdadera interacción vendedor-cliente y en donde hay mayor riesgo de contagio. Debido a esto se diseñan espacios de sanitización e intercambio de efectivo, además de una gran variedad de alternativas para reformular los módulos permanentes y móviles. Se ha considerado dentro del nivel de módulo, los denominados módulos de sanitización, módulos de comedor y módulos de estancia; convirtiéndolos en módulos de espacios flexibles, que durante una crisis permitirán la fácil liberación del espacio.

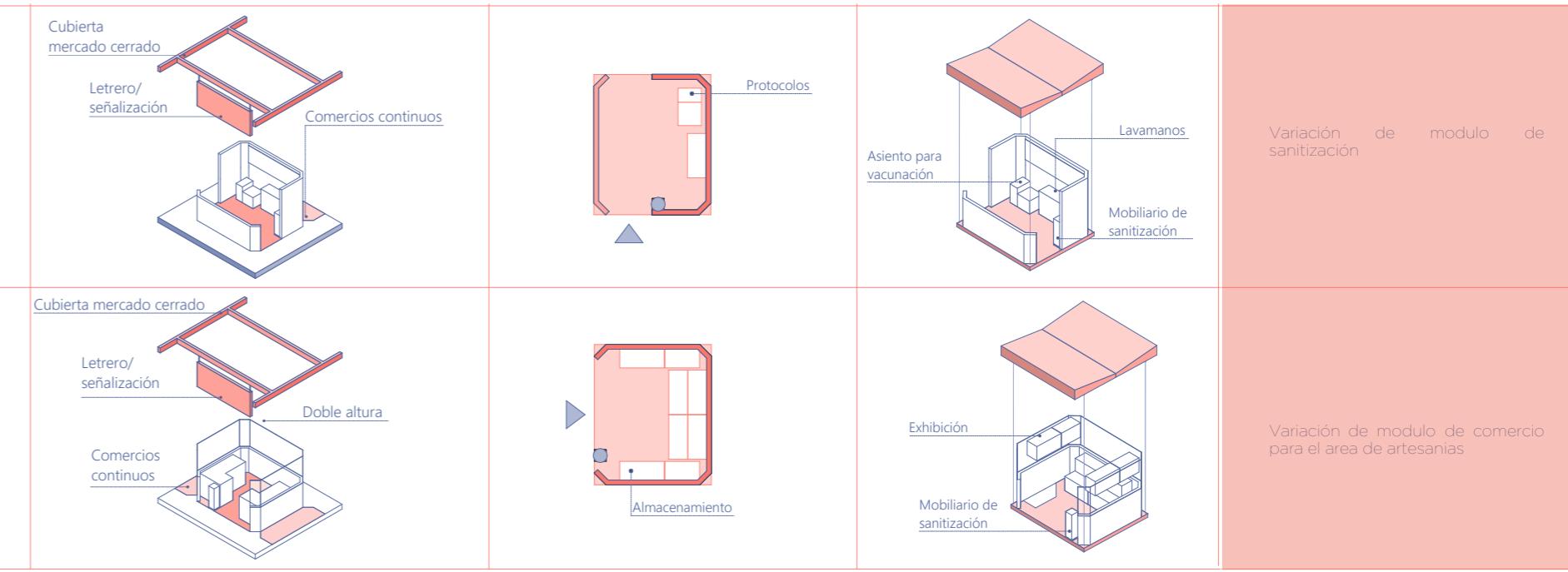
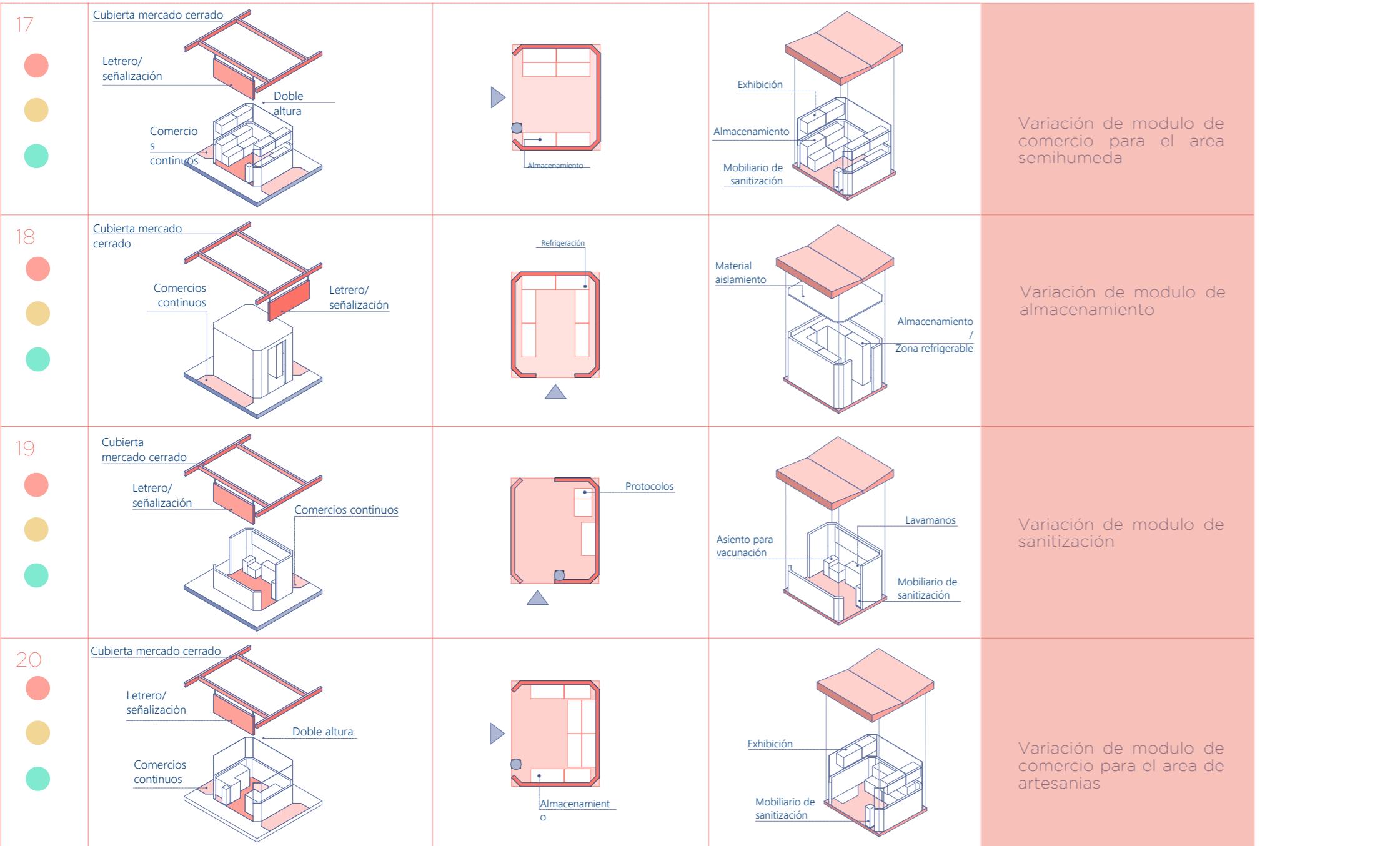


Imagen 4. Fuente de consulta LATUNA- ECUADOR

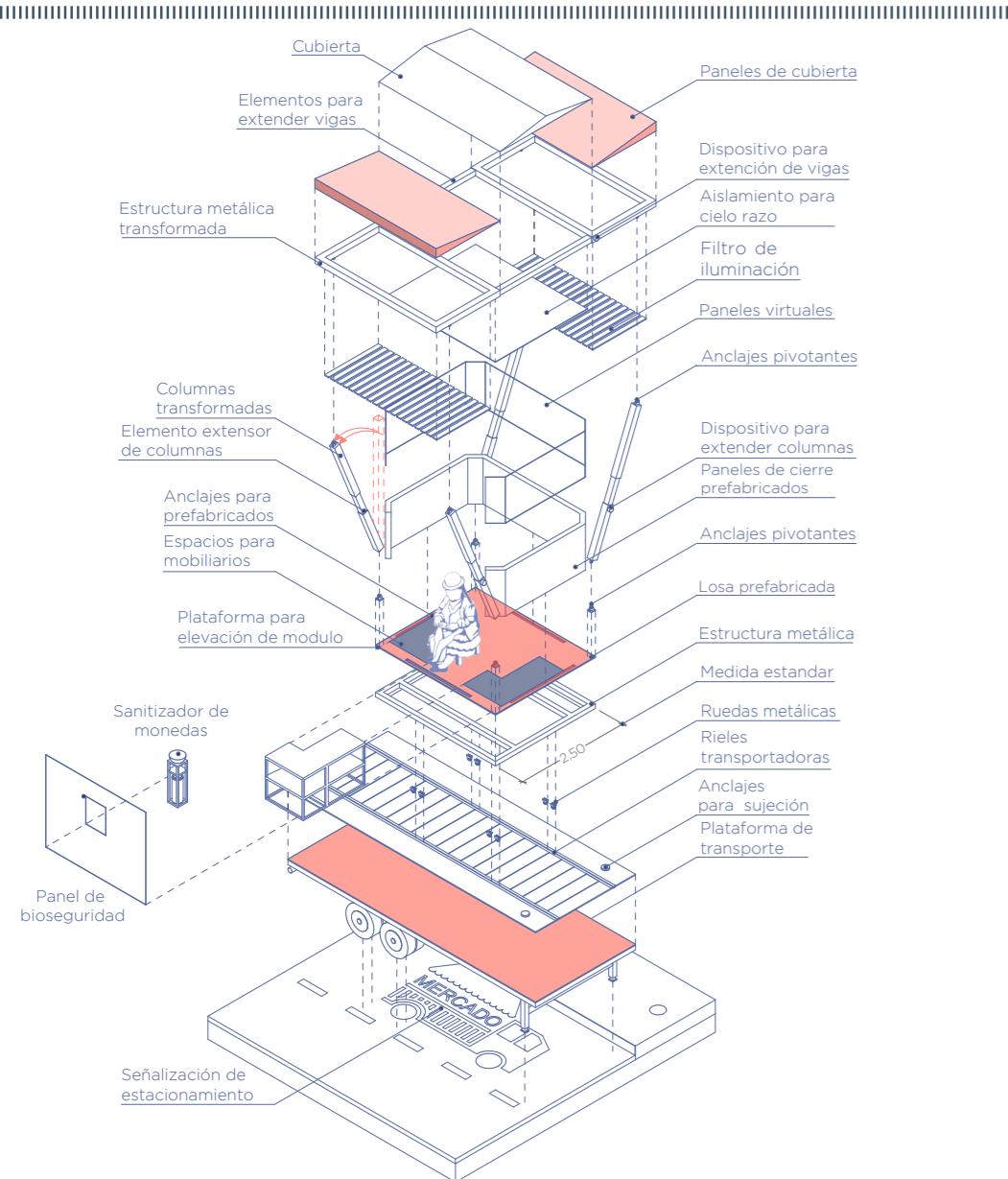


9	 <p>Alternativas de movilidad para compradores</p>	 <p>Refrigeración y distribución (mercados móviles)</p>	 <p>Doble altura</p>	<p>Normar y establecer mobiliario para distribuir y transportar productos en el espacio público.</p>
10	 <p>Panelles móviles para clausurar espacios</p> <p>Estructuras modulares móviles</p> <p>Espacios de descanso</p>	 <p>Maceteros Bancos</p> <p>Estructuras modulares móviles</p> <p>Espacios de descanso</p>	 <p>Almacenamiento alto</p>	<p>Normar y establecer mobiliario para dividir espacios y encontrar nuevas oportunidades de espacios de descanso dentro del mercado.</p>
11	 <p>Mostrador y almacenamiento en gradiente</p> <p>Contenedores para almacenar</p>	 <p>Dispensador de granos</p> <p>Doble altura de módulos</p>	 <p>Almacenamiento bajo</p>	<p>Mobiliario almacenamiento para cada módulo diferenciado por su utilidad y función.</p>
12	 <p>Facilidad para crecimiento de espacios</p> <p>Adaptación fácil</p> <p>Hexágonos como modulo replicable</p>	 <p>Planta y estructuras triangulares</p> <p>Cubos como modulo replicable</p> <p>Facilidad de construcción y deconstrucción</p>	 <p>Refrigeración</p>	<p>Formas de fácil adaptación y unión de los módulos de comercio.</p>

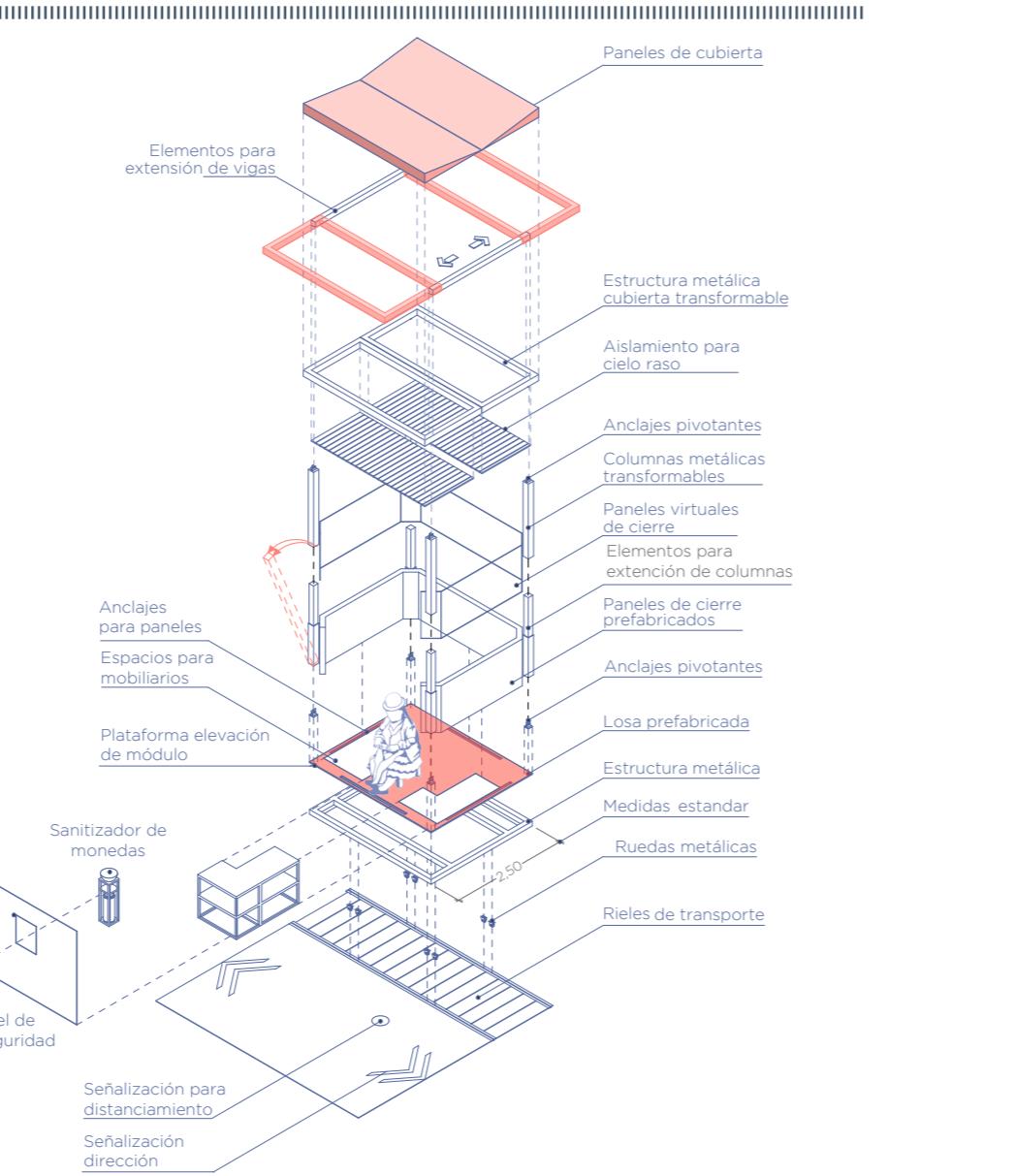
13	 <p>Cubierta mercado cerrado</p> <p>Letrero/señalización</p> <p>Doble altura</p> <p>Exposición</p>	 <p>Estructura cubierta transformable</p> <p>Almacenamiento</p> <p>Mobiliario de sanitización</p> <p>Plataforma elevación de módulo</p> <p>Exhibidor</p>	<p>Variación de módulo de comercio de abarrotes/eco.</p>
14	 <p>Cubierta mercado cerrado</p> <p>Letrero/señalización</p> <p>Comercios continuos</p> <p>Exposición</p>	 <p>Cocina y almacenamiento</p> <p>Almacenamiento refrigeración</p> <p>Mobiliario de sanitización</p> <p>Exhibidor</p>	<p>Variación de módulo de comercio par el área de almacenamiento.</p>
15	 <p>Cubierta mercado cerrado</p> <p>Letrero/señalización</p> <p>Doble altura</p> <p>Comercios continuos</p> <p>Exposición</p>	 <p>Almacenamiento</p> <p>Exhibidor</p> <p>Mobiliario de sanitización</p>	<p>Variación de módulo de comercio par el área de bazar.</p>
16	 <p>Cubierta mercado cerrado</p> <p>Letrero/señalización</p> <p>Comercios continuos</p> <p>Exposición</p>	 <p>Material aislamiento</p> <p>Almacenamiento/ Zona refrigeración</p> <p>Exhibición</p> <p>Mobiliario de sanitización</p>	<p>Variación de módulo de comercio par el área de refrigeración.</p>



Módulo de comercio móvil



Módulo de comercio fijo



4.1.4 Modelo de gestión

El modelo de gestión como un eje más para el desarrollo de estrategias permite apoyar el funcionamiento y diseño correcto de un mercado. En este apartado se ha desarrollado el programa de un sistema de mercado adaptable a situaciones de emergencia en la ciudad de Cuenca en donde se especifica las estrategias de uso y recomendaciones de organización interna; desde los ingresos a los espacios, hasta las salidas, especificando cómo serán los giros comerciales y demás detalles; además de la implementación de nuevas áreas dentro del mercado y la participación y roles de los distintos usuarios del mercado. Se promueve como principal estrategia la economía circular dentro del mercado creando una ruta segura para los desechos y también las rutas seguras tanto de usuarios comunes y usuarios capacitados.

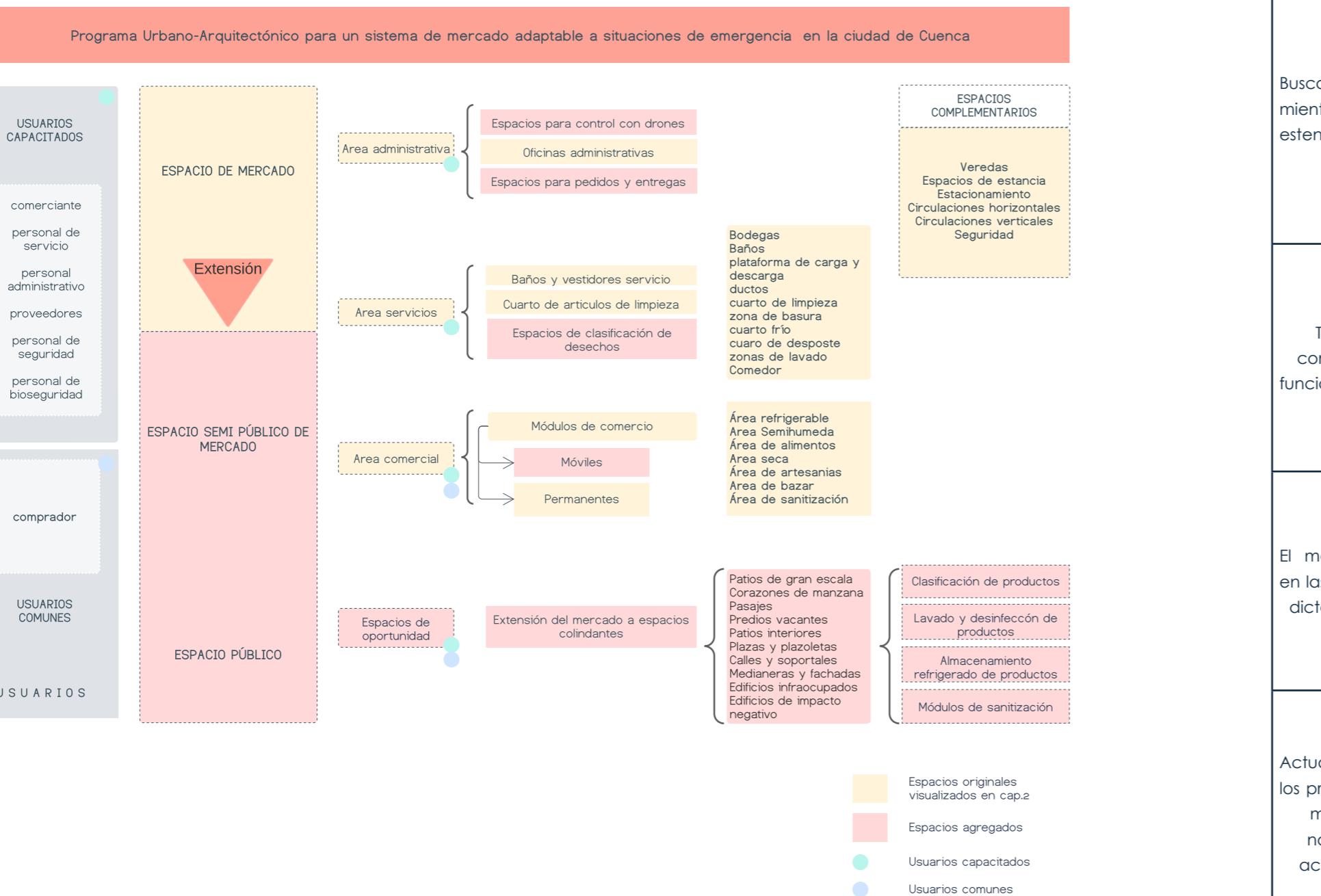


Image 4.7 Tercer Piso: Mercado Cale

Equip: María Alejandra Paredes Osorio, Elizabeth Wendy Corzo Jara, Sofía Yurim Nakase Araka, Carol Vanessa Reque Arauz, Elizabeth Giovanna Zúñiga García

País: Perú

Según las interpretaciones de datos realizadas en el capítulo 3 se elaboraron un conjunto de acciones que mitigan la crisis en cuestión de gestión y organización de los espacios de mercado; Al analizar los postulados clave se describen una serie de espacios necesarios para ese objetivo, expuestos a continuación en la figura xx. Para la comprensión de la siguiente figura hay que considerar los siguientes aspectos: la cromática indica los espacios originales observados en el desarrollo del capítulo 2 de color amarillo y los espacios agregados según los análisis elaborados para el correcto complemento de los espacios de mercado en épocas de emergencia, de color rojo. Además se agregan dos colores que identifican a los espacios de restricción de uso; color verde para los usuarios capacitados, y color azul para los espacios de acceso libre para usuarios comunes; Habiendo espacios de uso compartido.



Buscar alternativas de funcionamiento para que los mercados estén preparados para futuras emergencias	Establecer estrategias de marketing mas fuertes para generar mayor dinamica en la comercialización de los productos, ademas implementar espacios de difucion de manera física y virtual	Utilizar tecnologías que permitan registrar información sobre usos del espacio y cantidad de personas dentro del mercado	Considerar las características que provocan que el supermercado sea mas visitado	Utilizar cursos de diseño y tecnologias que permitan mantener un ambiente adecuado
Tomar en cuenta como condicionante para el buen funcionamiento de los mercados	Captar en mercados alimentos que tengan precedencia organica	Proponer espacios para apoyar distintos sectores en riesgo (salud)	Promover el uso de tecnologias para registrar información de los usuarios	Potenciar la gestion de los residuos, con el objetivo de mantener una economia circular dentro del mercado
El mercado deberá apoyarse en las medidas de bioseguridad dictadas por el COE Cantonal	Organizar la gestion interna de tal manera que el mercado reduzca el uso al 50% de sus comerciantes, en épocas de alto riesgo	Promover programas y cursos periodicos para potencializar el conocimiento de los comerciantes	Fomentar el intercambio de productos entre cantones, parroquias y provincias para diversificar productos	Promover el uso del mercado a las 24H del dia dividido entre abastecimiento y venta
Actualizacion de coccimientos en los profesionales proyectistas de mercados basandose en normativas y reglamentos actualizados hasta la fecha	Gestionar los horarios de atención para abastecimiento previo al toque de queda	Gestionar el control de ingreso de los usuarios	Gestionar el control de ingreso de los usuarios	Crear espacios de almacenamiento y apoyo para garantizar el abastecimiento, implementar listado de productos y precios que puedan ser visibles para los usuarios, condicionante para que los mercados y su gerencia esten preparados para futura crisis

Control adecuado de los protocolos de bioseguridad	Difundir campañas de alimentación saludable en espacios del mercado	Generar canastas básicas económicas con productos de primera necesidad	Promover el procesamiento de alimentos de manera tradicional, con el fin de no despachar productos	Buscar alternativas de funcionamiento para que los mercados estén preparados para futuras emergencias
Establecer estrategias de marketing más fuertes para generar mayor dinámica en la comercialización de los productos, además implementar espacios de difusión de manera física y virtual	Utilizar tecnologías que permitan registrar información sobre usos del espacio y cantidad de personas dentro del mercado	Considerar las características que provocan que el supermercado sea más visitado	Utilizar recursos de diseño y tecnología que permitan mantener un ambiente adecuado	Tomar en cuenta como condicionante para el buen funcionamiento de los mercados
Captar en mercados alimentos que tengan precedencia organizativa	Proponer espacios para apoyar distintos sectores en riesgo (sa-lud)	Promover el uso de tecnologías para registrar información de los usuarios	Potencializar la gestión de los residuos, con el objetivo de mantener una economía circular dentro del mercado	El mercado deberá apoyarse en las medidas de bioseguridad dictadas por el COE Cantonal
Organizar la gestión interna de tal manera que el mercado reduzca el uso al 50% de sus comerciantes, en épocas de alto riesgo	Promover programas y cursos periódicos para potencializar el conocimiento de los comerciantes	Fomentar el intercambio de productos entre cantones, parroquias y provincias para diversificar productos	Promover el uso del mercado a las 24H del día dividido entre abastecimiento-organización-venta	Actualización de códigos en los profesionales y empresas de mercados basándose en normativas y reglamentos actualizados hasta la fecha

Considerar las características que provocan que el supermercado sea más visitado -Desarrollar campañas para cambiar la percepción sanitaria y fortalecer la gestión interna que potencie las ventajas de tradición en los mercados	Gestionar los horarios de atención para abastecimiento previo al toque de queda	Buscar alternativas de funcionamiento para que los mercados estén preparados para futuras emergencias	Establecer estrategias de marketing más fuertes para generar mayor dinámica en la comercialización de los productos, además implementar espacios de difusión de manera física y virtual-Cumplir con protocolos y estrategias administrativas y de marketing para la reapertura comercial eficiente en tiempos de crisis
Generar canastas básicas económicas con productos de primera necesidad	El mercado deberá apoyarse en las medidas de bioseguridad dictadas por el COE Cantonal	Utilizar recursos de diseño y tecnología que permitan mantener un ambiente adecuado	Promover el uso del mercado a las 24H del día dividido entre abastecimiento-organización-venta
Promover el procesamiento de alimentos de manera tradicional, con el fin de no despachar productos	Organizar la gestión interna de tal manera que el mercado reduzca el uso al 50% de sus comerciantes, en épocas de alto riesgo	Utilizar los alimentos como una forma preventiva para mejorar la salud de los ciudadanos	Promover el uso del mercado a las 24H del día dividido entre abastecimiento-organización-venta
Actualización de códigos en los profesionales y empresas de mercados basándose en normativas y reglamentos actualizados hasta la fecha	Proponer espacios para apoyar distintos sectores en riesgo (sa-lud)	Gestionar el control de ingreso de los usuarios	Promover el uso de tecnologías para registrar información de los usuarios

Promover programas y cursos periodicos para potencializar el conocimiento de los comerciantes	Potencializar la gestion de los residuos, con el objetivo de mantener una economia circular dentro del mercado	Establecer conexiones barriales más fuertes para apoyarse cuando el otro lo necesite.	Crear formas alternativas de acceder y transportar las compras, se puede implementar el uso de canastas en las bicicletas públicas o promover la utilizacion del transporte público.	Potenciar la tradición de los mercados en espacios destinados a prácticas ancestrales como curar el espanto, comer en el mercado entre otros manteniendo siempre normas de higiene adecuadas (yapa-regateo)
Control adecuado de los protocolos de bioseguridad	Fomentar el intercambio de productos entre cantones,parroquias y provincias para diversificar productos	Aprovechar los sistemas de regulación de desechos para tener un suministro fijo de desechos orgánicos a usar en zonas de compostaje establecidas a nivel urbano	Fomentar el uso de la tecnología y manejo de datos internos en el mercado para proponer estrategias y cambios sobre el funcionamiento del mercado según sea requerido	Identificar las características que hacen únicos a los mercados para generar campañas de uso de mercados
Utilizar tecnologías que permitan registrar información sobre usos del espacio y cantidad de personas dentro del mercado	Considerar el diseño de estructuras efimeras y adaptables para facilitar la organización en el espacio publico, creando un metodo de aprendizaje para un optimo uso del espacio publico en tiempos de crisis	Garantizar el cumplimiento de los programas de gestión de riesgos planificados desde los sistemas de gobernanza urbana, dentro de los protocolos internos del mercado	Los problemas relacionados al contagios de las personas dentro de los mercados radica en un problema social muy fuerte, en el que pensamos que por qué es barato debe ser desorganizado o con poca inocuidad.	Considerar el diseño de estructuras efimeras y adaptables para facilitar la organización en el espacio publico, creando un metodo de aprendizaje para un optimo uso del espacio publico en tiempos de crisis
Captar en mercados alimentos que tengan certificacion organica	Coordinar la gestión de los mercados para asegurar una sola linea de abasto con las centrales de abasto, evitando asi la	Utilizar la tecnologia para difusion de productos, al mismo tiempo implementar dentro del mercado centro de control y ventas para tomar los pedidos. Evitando que los usuarios se trasladen al mercado.	Implementar moviliarios para la separación de desechos en conjunto con planes de organización y concientización para asegurar su funcionamiento	Tomar en cuenta las limitaciones en las etapas de producción, almacenamiento, transporte y distribución al momento de responder a una emergencia

Potencializar el comercio entre provincias dada la proximidad y cercanía que se tiene entre regiones del Ecuador	Crear espacios de almacenamiento y acopio para garantizar el abastecimiento. Implementar listado de productos y precios que pueda ser visibles para los usuarios, condicionante para que los mercados y su gestion esten preparados para futuras crisis	Garantizar espacios de intervención y salud que tome en cuenta la calidad de los espacios y su saniidad como medios importantes para una buena vida.	Promover modelos de cuidado y salud que tomen en cuenta la calidad de los espacios y su saniidad como medios importantes para una buena vida.
Promover campañas de educación y concientización constantes para el uso adecuado de los espacios de mercado	Permitir un nivel de rigor alto entre los protocolos internos del mercado	Llevar un registro de datos que reflejen la acción de los mercados frente a crisis actuales y futuras.	Considerar los datos de carácter internacional en torno a las emergencias para actuar estratégicamente según una visión globalizada
Potencializar una base de datos que tome en cuenta las necesidades de los comerciantes	Fomentar el uso de la tecnología y manejo de datos internos en el mercado para proponer estrategias y cambios sobre el funcionamiento del mercado según sea requerido	Crear una red de producción urbana con los mercados como nodo principal para un abastecimiento continuo.	Optimizar los procesos de respuesta ante una crisis dependiendo de las acciones posteriores a una crisis, mediante el análisis de la base de datos
Garantizar la distribución de alimentos mediante el sistema barrial, gestionando salvoconductos especiales para los mercados móviles	Promover una alimentación saludable y disponible para todos los usuarios a travez de un correcto manejo de precios y donaciones de alimentos	Aprovechar la base de datos y tecnologías internas del mercado para mejorar el abastecimiento según las tendencias de consumo	Promover el procesamiento de alimentos de manera tradicional, con el fin de no depender de productos importados

Difundir campañas de alimentación saludable en espacios del mercado	Control adecuado de los protocolos de bioseguridad	Crear espacios de almacenamiento y acopio para garantizar el abastecimiento. Implementar listado de productos y precios que pueda ser visibles para los usuarios, condicionante para que los mercados y su gestión estén preparados para futuras crisis	Gestionar el control de ingreso de los usuarios	Gestionar los horarios de atención para abastecimiento previo al toque de queda
---	--	---	---	---

4.2 Conclusiones:

Una vez completados los procesos de la propuesta este caso se evidencia una potencialidad sobre el estudio de la automatización de procesos de estrategias que tienen la característica de adaptarse a las exigencias de diseño según la semaforización, logrando un sistema de mercado adaptable a 3 diferentes instancias en 4 ejes diferentes de diseño.

Con el muestreo de 4 mercados de la ciudad de Cuenca realizado, resulta fácil contextualizar la realidad de estos equipamientos antes de la pandemia, recopilando distintos índices y datos redactados, permitiendo tener una guía clara de las estrategias de diseño necesarias para solventar un grupo de problemáticas relacionadas con la emergencia sanitaria, sabiendo esto, y conociendo que la siguiente etapa de diseño considera el uso de tales estrategias para interpretar espacialmente un anteproyecto que ya considera medidas; Es necesario especificar nuevamente el enfoque de esta investigación, considerando que la propuesta tratada en esta investigación se basa en las narrativas sociales expuestas de manera digital como una condicionante principal.

La metodología que se establece para el desarrollo de la investigación se basa en el levantamiento, procesamiento y análisis de datos de forma manual y en ciertas fases apoyadas de herramientas que permiten la automatización del procesamiento de datos. El manejo de estas herramientas durante el proceso ha generado reflexiones concernientes a la arquitectura que tienen que ver con el avance de las tecnologías y los procesos de diseño. Concretamente en

internas en el modelo de gestión y con la ciudad ambiental, entre otros aspectos que influyen en la percepción social. Hoy en día se debería potenciar lazos entre los mercados para que sean utilizados para facilitar la vida de las personas y ayudar a los que no pueden abastecerse fácilmente de alimentos.

La metodología general de la investigación permitió entender la relación compleja creada entre la información de los mercados ante la pandemia, los mercados durante la pandemia y los mercados después de la pandemia, para generar una base de nociones e ideas que condensan esta idea de un espacio de mercado adaptable a situaciones que no contemplen emergencia, en semáforo verde; que puedan responder a tiempos con restricciones y usos limitados, en semáforo amarillo; y que tenga la capacidad de mitigar una situación de crisis, en semáforo rojo.

El sistema de mercado podría ser dinámico, moderno, flexible y resiliente para potencializar y renovar los usuarios de los mercados con las nuevas generaciones, dandoles opciones o actividades adicionales de encuentro dentro de los espacios de mercado.

Otro tema clave que trató esta investigación se

4.2.1 Aprendizajes y recomendaciones

El levantamiento, recopilación y análisis de información referente a los cambios que se necesitan dentro de los mercados resultó en una serie de aprendizajes para reformular y reconsiderar la forma en la que se concibe el sistema de mercado dentro de la ciudad de Cuenca y sus particularidades. Durante la investigación se consultó en guías técnicas de mercados, tesis recopiladas, experiencias y necesidades de personas y organizaciones o entidades que han identificado varias problemáticas en torno a los mercados con la llegada del coronavirus y que han tratado temas de la adaptabilidad a otras condiciones o una nueva normalidad.

Los aprendizajes y recomendaciones para intervenciones en el sistema de mercado en Cuenca se enfocan en las fases de la metodología de esta investigación, hay que recordar que durante el levantamiento de información fue importante la participación de algunos usuarios capacitados de los mercados como lo son los administradores o gerentes de mercados y los comerciantes que ocupan el espacio manteniendo un diálogo constante, si bien es cierto en los mercados públicos existentes en cuenca se presenta cierta jerarquización de espacio por parte de los mismo comerciantes, por lo cual debe ser clave la participación de los usuarios y poder resolver problemas de

organización y desjerarquización del mercado muchas veces llevado a ser identificado como un lugar de intercambio de algunas prácticas ilegales como el cobro en exceso por un puesto o la ampliación del mismo, es decir dotar al espacio de oportunidades igualitarias o por lo menos intentarlo. Durante la formulación de las estrategias.

En la etapa de interpretación de datos están inmersas las reflexiones del capítulo uno y dos, generando una dinámica de análisis en función de lo aprendido por los estudiantes y el director de la tesis para interpretar la información; como propuesta esta iniciativa funciona ya que se tiene resultados redactados en función a un plan, sin embargo surgen las siguientes reflexiones: ¿Es necesaria la intervención de más interpretaciones sobre los datos?, es decir, se podría contemplar la idea de más investigadores dando su criterio sobre las distintas soluciones que se podrían dar a los mismos problemas; con el objetivo de extrapolar y mediar los criterios hasta llegar a un criterio compartido, o por lo menos aceptado por una mayoría; pero, ¿a qué conclusión llegaría una iniciativa así?. Cada investigador tiene su propio enfoque para dar respuesta a un análisis de información, y aún sabiendo que en este caso, se busca dar una misma cantidad y tipo de antecedentes, es notable las diferencias que hay en los criterios de respuesta ante los problemas observados.

Este ejercicio académico ha permitido observar que este conjunto de pasos propuestos puede ser continuado por más personas que realicen los mismos procesos, y quizás en otra investigación, solventar esta duda de la extrapolación de criterios.

Considerando estas reflexiones, esta propuesta de investigación y su metodología han sido reajustadas para describir las razones de los procesos realizados y exemplificarlos de la manera más clara posible.

Con el levantamiento de las características e índices llega también la idea de nuevos desarrollos para este tipo de información a futuro: Crear una red conectada de información con el estado frecuente de los mercados, alrededor de índices que permitirán identificar cifras y mejorar los déficits existentes, manteniendo una constante vigilancia a la vida del mercado. Esto podrá ayudar en el futuro a agilizar las respuestas a distintas crisis que atraviesa la sociedad y que tengan una incidencia directa en las edificaciones de mercado.

Esto podría implicar la concepción de una forma distinta de generar diseño arquitectónico, experimentando con alternativas que toman en cuenta el uso de tecnologías y herramientas actualizadas.

4.2.2 Acciones futuras

En un futuro próximo, se ha identificado una amplia gama de estrategias que pueden ser desarrolladas individualmente con un tema amplio de investigación dentro de cada una de ellas esto permitirá encontrar rápidamente soluciones de diseño y organización para los problemas de los espacios de abastecimiento.

4.2.3 Limitaciones

Existen plataformas de libre acceso que permitieron el desarrollo de esta investigación, sin embargo, el alcance que se presenta está limitado por la información que ofrecen.

Las plataformas de pago contienen una mayor cantidad de datos y estudios actualizados sobre las temáticas tratadas, esta investigación, con su estructura metodológica, fue concebida para aplicarse también en caso de obtener una mayor cantidad de información.

Se encuentran limitaciones en el acceso o conocimiento de cómo tener acceso a softwares de libre acceso para desarrollar herramientas digitales para procesar datos.

4.2.4 Recomendaciones Académicas

Se debería implementar dentro de las cátedras impartidas la importancia de las herramientas digitales que permitan agilizar y optimizar procesos de recolección de datos, vincular las

materias de cálculo y estadística para poder profundizar en el campo de programación, y de esta manera poder desarrollar o implementar en la arquitectura nuevas herramientas que apoyen la investigación del arquitecto y generar así soluciones más holísticas y multidisciplinares entorno al diseño.

Carbonell, E., (2020). Patrimonio inmaterial en el Ecuador, una construcción colectiva.

Colmenares, F. (2009). Arquitectura adaptable flexibilidad de espacios arquitectónicos. Universidad de los Andes.

Congosto, M., (2016). Caracterización de usuarios y propagación de mensajes en Twitter en el entorno de temas sociales. Tesis doctoral.

Cordero, D., Valdés, F., & Villavicencio, V., (2016) Mercado tipo para los barrios de la ciudad de Cuenca.

Díaz, F., & Toro, A. (2020). SARS-CoV-2/COVID-19: el virus, la enfermedad y la pandemia. Artículo de revisión.

Facultad de Arquitectura, Urbanismo y Diseño - Universidad Nacional de San Juan. (2009). Métodos de diseño.

FAO. (1996). 8. Alimentos para el consumidor: comercialización, elaboración y distribución. Documento técnico de referencia. Cumbre mundial sobre la alimentación. <https://www.fao.org/3/w2612s/w2612s08.htm>

FAO. (2020). Sistemas alimentarios y COVID-19 en América Latina y el Caribe: Cómo incrementar la resiliencia. Boletín N.2.

FAO. & CEPAL. (2020). Sistemas alimentarios y COVID-19 en América Latina y el Caribe: Cómo incrementar la resiliencia. Boletín N.º2. Santiago, FAO. <https://doi.org/10.4060/ca8872es>

Haindl, U. (2011). La Peste Negra, páginas 2-3. <http://edadmedia.cl/wordpress/wp-content/uploads/2011/04/LaPesteNegra.pdf>

Hernández, E., Duque, N., & Moreno, J. (2017). Big Data: una exploración de investigaciones, tecnologías y casos de aplicación. vol. 20, no. 39. <http://www.scielo.org.co/pdf/teclo/v20n39/v20n39a02.pdf>

Hollenstein, P., (2019). ¿Están en riesgo los mercados y ferias municipales? Aprovisionamiento de alimentos, economías populares y la organización del espacio público urbano de Quito. Universidad Central del Ecuador. Análisis

IICA. (2018). El mercado y la comercialización. Gestión empresarial táctica y operativa. Manual

INEN. (2013). Mercados saludables requisitos. NTE INEN 2687:2013 2013-04. <https://www.salud.gob.ec/wp-content/uploads/2021/03/Norma-INEN-mercados-2687-2013-FINAL.pdf>

Lopez, A. (2020). Cadena de Comercialización Agropecuaria en el Ecuador. Unidad de análisis y estudios de coyuntura.

"MDS. (2016) Manual para el reconocimiento y la certificación de mercados saludables. "

Medina, F. (2009). Estructuras adaptables. Revista de Arquitectura, vol. 11, 2009, pp. 108-119.

Mekler, M. (2020, abril). ¿Qué cambios traerá el Covid-19 al diseño, arquitectura y la construcción?. Editorial construir. <https://revistaconstruir.com/que-cambios-traera-el-covid-19-al-diseno-arquitectura-y-la-construcion/>

Mora, P., & Torres, D., (2018). MERCADO PARROQUIAL RURAL DE BAÑOS.

MSP. (2020, marzo). Informe de Situación COVID-19 Ecuador. Informe 008. <https://www.gestionderiesgos.gob.ec/wp-content/uploads/2020/03/Informe-de-Situaci%C3%B3n-No008-Casos-Coronavirus-Ecuador-16032020-20h00.pdf>

OMS. (2009). Preparación y respuesta ante una pandemia de influenza. Documento de orientación.

OMS. (2014). Evaluación de riesgos en los viajes y el transporte: orientaciones provisionales para las autoridades de salud pública y el sector del transporte.

Perera, S., (2015). La ciudad entendida como un organismo vivo. Artículo de revisión. Red todos somos todos. (2020)

Estrategias para afrontar situaciones de confinamiento y aislamiento por el COVID-19 con personas con discapacidad intelectual o del desarrollo que presentan problemas de conducta y/o salud mental. Guía.

Rodriguez, M., Begerano, N., Pérez, N., Pedroso, M., & Álvarez, C. (1989). Riesgo biológico laboral en instituciones de salud y su control: precauciones estándar en la atención a pacientes. Artículo de revisión."

Saldaña, K., (2020). Enhancing Disaster Response with Architectonic Capabilities by Leveraging Machine and Human Intelligence Interplay. 10.3850/978-981-14-8593-0_3690-cd.

Sánchez, P. (2020). Pandemias y ciudades: ¿Hacia un orden mundial urbacéntrico?. Artículo de análisis.

Westreicher, G. (2020, abril). Producción agrícola. <https://economipedia.com/definiciones/produccion-agraria.html#:~:text=La%20producci%C3%B3n%20agr%C3%ADcola%20es%20el,y%20diversos%20tipos%20de%20vegetales>

Albornoz, B., Unidad técnica fundación el barranco, Aguirre, J. Roda, A., Vanegas, S., Hidalgo J., García, A., Jara, J., Pinos, K., Pacheco, S., Barzallo, G., López, S., Achig, C. (2010). Rehabilitación del mercado 9 de octubre. Bienal de arquitectura de Quito. [https://arquitecturapanamericana.com/rehabilitacion-del-mercado-9-de-octubre/#:~:text=ANTECEDENTES%3A,pas%C3%B3a%20a%20ser%20un%20mercado](https://arquitecturapanamericana.com/rehabilitacion-del-mercado-9-de-octubre/#:~:text=ANTECEDENTES%3A,pas%C3%B3a%20ser%20un%20mercado)

Ormaza, D., & Vega, M., (2016). Guía de la gastronomía popular cuencana en los mercados del centro histórico de la ciudad de Cuenca. Monografía previo a la obtención del título de "Licenciado en Gastronomía y Servicios de Alimentos y Bebidas.

Rodas, P. (2018). Rehabilitación del mercado 27 de febrero. Proyecto final de carrera.

Listado de tablas

Tabla1: Matriz de noticias e imágenes, Narváez & Ormaza, (2022)

Tabla 2: Matriz de palabras clave y su sumatoria. Narváez & Ormaza. 2022

Tabla 3: Matriz de interpretaciones. Narváez & Ormaza. (2022)

Anexos

Anexo 1: Código de búsqueda automática. Narváez, Ormaza. (2022).

Anexo 2: Datos delinea de tiempo. Narváez, Ormaza. (2022).

Anexo 3: Primera interpretación de palabras clave. Narváez, Ormaza. (2022).

Anexo 4: Código de conteo de palabras. Narváez, Ormaza. (2022).

Anexo 5: Código python para wordcloud. Narváez, Ormaza. (2022).