

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y URBANISMO



ICA [Imagen de Comercio y Arquitectura]
**Tipología arquitectónica de los mercados de abasto edificados en la
zona centro del distrito de Ica entre los años 1950-2000**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OBTENER EL GRADO
DE BACHILLER EN ARQUITECTURA**

AUTOR

Enzo Raniero Castro Avalos

CÓDIGO

20155245

ASESOR:

Victor Ramiro Mejia Ticona
Elio Miguel Martuccelli Casanova

Lima, diciembre, 2020

I.RESUMEN

ICA [Imagen de Comercio y Arquitectura]¹: Tipología arquitectónica de los mercados de abasto edificados en la zona centro del distrito de Ica entre los años 1950-2000.

Enzo Raniero Castro Avalos²

La tipología comercial más antigua que existe en el Perú son los mercados de abasto, desde sus inicios como plazas han albergado y han conformado un gran espacio de encuentro que permite las relaciones sociales entre los comerciantes y consumidores, así como, una múltiple variedad de actividades entre las personas cercanas a este entorno. Este ensayo busca reconocer las características de las tipologías arquitectónicas de mercados de abasto edificados en la ciudad de Ica en la segunda mitad del siglo XX con el fin de entender su desarrollo e impacto en la sociedad iqueña. A la actualidad, se pueden apreciar 8 edificaciones de este tipo, siendo en su mayoría los mercados minoristas. Para el desarrollo de la investigación, se toma en cuenta los proyectos de mercado que han sido edificados como respuesta a los fenómenos naturales, inundaciones, que afectaron a la ciudad de Ica en los años 1963 y 1998. Por tal motivo, se evalúan tres mercados de abasto situados en la zona centro de la ciudad: el mercado La Palma (1970), el mercado Modelo (1972) y el mercado Arenales (2000). Estos mercados, posterior a su construcción, han soportado el terremoto ocurrido en la ciudad en el año 2007 y se encuentran activos actualmente, ante la emergencia sanitaria por el covid-19. En ese sentido, se considera importante su análisis para entender los roles que ha cumplido, cumple y cumplirá, tanto de forma arquitectónica, urbana y socialmente.

Palabras clave: Mercado de abasto – comercio – arquitectura – Ica – tipología.

Abstract

The oldest commercial typology that exists in Peru are the food markets, since their beginnings as squares they have housed and have formed a large meeting space that allows social relations between traders and consumers, as well as a variety of activities among people close to this environment. This essay seeks to recognize the characteristics of the architectural typologies of food markets built in the city of Ica in the second half of the 20th century in order to understand their development and impact on Ica's society. At present, 8 buildings of this type can be seen, most of them being retail markets. For the development of the research, the market projects that have been built in response to the natural phenomena, floods, that affected the city of Ica in 1963 and 1998, are taken into account. For this reason, three supply markets located in the downtown area of the city are evaluated: La Palma market (1970), Modelo market (1972) and Arenales market (2000). These markets, after their construction, have withstood the earthquake that occurred in the city in 2007 and are currently active, due to the sanitary emergency caused by covid-19. In this sense, it is considered important to analyze them in order to understand the roles they have played, play and will play, architecturally, urban and socially.

Keywords: Food market - commerce - architecture - Ica - typology.

¹ El presente trabajo es una aproximación al estudio de las tipologías arquitectónicas de mercados de abasto en la ciudad de Ica. Asimismo, servirá de base para el futuro planteamiento de este tipo de edificación en un futuro proyecto de fin de carrera.

² Enzo Raniero Castro Avalos: Estudiante de 9° semestre de Arquitectura y Urbanismo de la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP).

1. Ica, ciudad y comercio

La ciudad de Ica, ubicada al sur del Perú, se caracteriza por presentar una diversa variedad de productos agrícolas y agroindustriales, los cuales presentan una gran demanda y permiten otorgar un valor agregado a esta región. De la misma manera, César Armas y otros señalan que “la región de Ica cuenta con zonas costeras bastante productivas y donde existe gran cantidad de comercio, lo que hace que la densidad poblacional en estas áreas se mantenga en crecimiento” (2018:11).

Según el Instituto Nacional de Estadística e Informática del Perú (INEI), al 2017, la ciudad de Ica cuenta con 850 765 habitantes, lo cual representa el 2,9% de la población nacional, además, cuenta con un crecimiento poblacional anual de 1,8%, desde el año 2007 (2018:31-32). En ese sentido, el factor comercio, actualmente, es un tema determinante en el crecimiento poblacional de la ciudad, lo cual ha propiciado la formación de espacios dirigidos a este ámbito.

En palabras de Kahalid Evangelista: “El comercio se configura en la arquitectura por medio de los espacios arquitectónicos que le dan vida, desde la relación histórica entre comercio–calle, pasando por la exploración de distintos formatos o interfaces arquitectónicas para esta actividad: mercados, centros comerciales, cines, etc.” (2018:3). Siendo los mercados la tipología arquitectónica comercial más antigua que existe en la sociedad y que ha logrado perdurar a lo largo de los años, esto, no solamente por su carácter comercial, sino, también, por su carácter social y cultural.

Por otro lado, “La región Ica está expuesta a diversos desastres naturales, en los últimos años esta región ha sido víctima de terremotos, huaicos e inundaciones, con consecuencias muy perjudiciales para la economía y el bienestar de la población” (Armas y otros 2018:48). Asimismo, estos fenómenos naturales han ocasionado daños en múltiples edificaciones, en especial el terremoto de 2007, el cual devastó gran parte de la ciudad, y, además, a pesar de haber transcurrido 13 años del suceso, aún se pueden encontrar construcciones afectadas por este acontecimiento. Cabe resaltar que, pese a esta situación, las edificaciones comerciales existentes en esa época, principalmente los mercados de abasto, siguen en funcionamiento y, a lo largo de estos años, se han incrementado por la construcción de nuevos centros comerciales y supermercados, los cuales, a la vez, han aportado al crecimiento de la ciudad de Ica.

Como se resalta, el papel de los mercados de abasto, a través de los años, se ha caracterizado por cumplir un rol importante en el continuo desarrollo de la ciudad, ya que ha permitido el intercambio socio-cultural entre las personas, a partir del comercio, y, a su vez, ha propiciado la integración barrial entre miembros de una comunidad, al situarse en su mayoría en espacios públicos al interior de un barrio o distrito. De igual modo, el desarrollo de estos centros ha otorgado un nuevo valor respecto a la organización de estos barrios y, al mismo tiempo, brinda un sentido de identidad y pertenencia a los residentes; además, la implementación de los mercados de abastos en la ciudad ha generado un gran impacto en el tejido urbano, ya que, ha proporcionado la formación de nuevas edificaciones, con diversos usos, en su entorno cercano.

2. Mercados de abasto, comercio y arquitectura

Dentro del ámbito de interés de la investigación, la tipología de mercados existentes en la ciudad de Ica se vuelve un tema muy importante, ya que su desarrollo ha permitido el avance y progreso de esta sociedad. Sin embargo, “el formato comercial de los mercados de abastos del país se ha quedado estancado en el proceso de evolución, esto se refleja en su infraestructura, así por ejemplo en sus espacios arquitectónicos, en su función y en su estilo” (Evangelista 2018:3). En tal sentido, surge la necesidad de evaluar cómo se han desarrollado y se siguen desarrollando los espacios de comercio dispuestos para el funcionamiento de mercados de abasto en Ica.

En este marco, según el último registro publicado por el INEI en el Directorio Nacional de Mercados de Abastos 2016, en el distrito de Ica se pueden localizar 8 mercados³, construidos a partir de la segunda mitad del siglo XX con ladrillo de cemento, disponiendo todos, actualmente, de alumbrado eléctrico, abastecimiento de agua y alcantarillado (2017:79). Estos mercados, a la actualidad, en la situación de la pandemia, se mantienen en funcionamiento y se han encargado de abastecer con los recursos necesarios a los pobladores iqueños.

Para este análisis, dentro de las definiciones de tipos de mercado propuestas por Jauying Leung, se considera relevante, “los mercados ‘plaza’: centros de abastos en los vacíos de la malla urbana, son los mercados que conforman manzanas urbanas enteras y que cuentan con múltiples accesos” (2016:82). De tal forma, se ha tomado en cuenta, tres referentes arquitectónicos, de distintos periodos, que compartan en común la característica de mercados plaza y, además, se sitúen en la zona centro de Ica, cercanos a la plaza de armas, conformando a partir de ello una triangulación. En primera instancia, se considera el Mercado La Palma (1970), mercado minorista diseñado con una estructura mediana que presenta como cubierta la forma de un triángulo invertido. En segundo lugar, el Mercado Modelo (1972), mercado minorista diseñado con una estructura alta que presenta como cobertura la forma de pirámides invertidas. Finalmente, el Mercado Arenales (2000), mercado mayorista de escala y estructura simple, pero que abarca una amplia superficie debido a la gran magnitud que conlleva su uso.

Para situar los parámetros sobre los cuales se evaluarán estos objetos de estudio, se precisarán tres enfoques que, en conjunto, son fundamentales para comprender la implicancia del desarrollo de mercados de abastos en la ciudad: la configuración funcional y espacial arquitectónica con la cual se organizan los mercados; consecuentemente se analiza el desencadenamiento de actividades u impacto en el entorno urbano que generan los casos de estudio; y, por último, el rol de los mercados como espacio integrador, bajo la premisa del abastecedor y el abastecido.

³ Según el Censo Nacional de Mercados de Abastos presente en el Directorio Nacional de Mercados de Abastos 2016 publicado por el INEI, en el distrito de Ica se ubican “el MERCADO EX TERMINAL PESQUERO (1960), el MERCADO DE RIO (1968), el MERCADO LA PALMA (1970), el MERCADO MODELO (1972), el MERCADO PEDRO CARLOS RAMOS LOAYZA (1998), el MERCADO SAN ANTONIO (1998), el MERCADO ARENALES (2000) y el MERCADO SANTO DOMINGO N°01 (2002)” (2017:79).

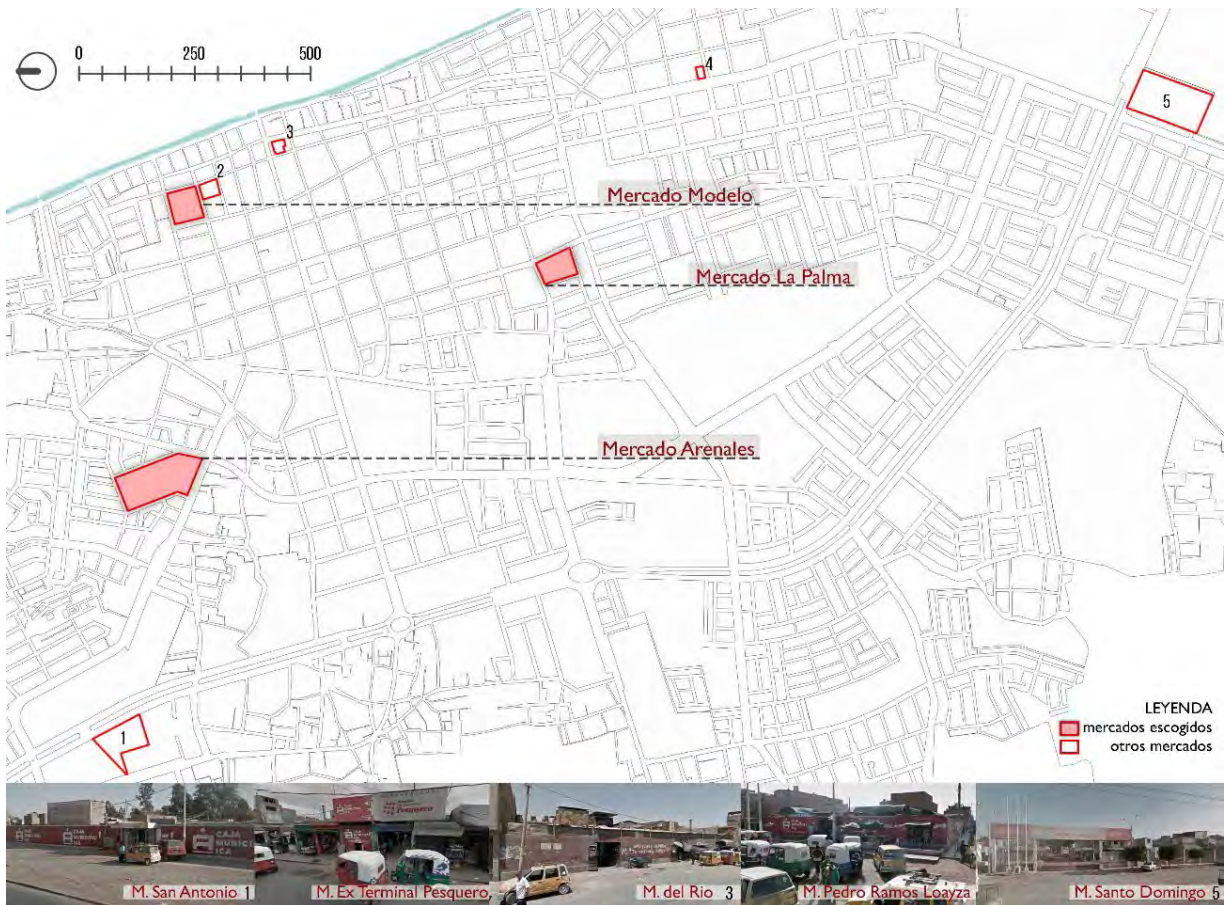


Figura 1. Plano de ubicación de los casos de estudio y demás mercados, zona centro del distrito de Ica. Diagrama realizado por el autor en base a la información de INEI, 2017.

3. Funcionalidad y espacialidad arquitectónica, la configuración de los mercados

Los mercados constituyen, dentro de la ciudad, espacios de gran afluencia y concentración, lo cual lo convierte en una zona puntual para las relaciones urbanas, además, que activa, ya sea, el barrio o lugar que lo rodea. En el caso de Ica, los mercados de abasto presentan ciertas características que los definen, ya sea en su espacialidad, su estructura u otro elemento que los identifique. En ese sentido, se reconocen 3 edificaciones de mercado para entender o identificar su configuración.

Del año 1970 y siendo el primer mercado construido posterior a la inundación ocurrida en la ciudad de Ica en el año 1963, el Mercado La Palma fue uno de los primeros símbolos de arquitectura modernizante de la época. Emplazado al sur de la ciudad, este edificio ocupó una extensión de aproximadamente 2100 m². El terreno seleccionado para su emplazamiento fue una de las chacras existentes en la urbanización San Isidro. Por la amplitud del lote del terreno, el conjunto se complementaba con oficinas y una biblioteca, que abarcan cerca de 1500 m², pertenecientes a la municipalidad, ya que en los inicios el mercado fue administrado por este ente público. Sin embargo, años después fue vendido y comprado por la Junta de Propietarios del propio mercado.

Al conjunto se ingresaba a través de seis puertas enrejadas, cinco para el ingreso del consumidor y una dirigida para la zona de descargas en la parte posterior; las cuales eran los puntos de permeabilidad del edificio con la ciudad y permitían la conexión visual del usuario con el interior conforme se acercaba al edificio. Ya en el interior, la disposición interna se produce a partir de la modulación de las columnas, que cargan el techo con forma de pirámide invertida; las cuales permiten una clara y fácil circulación por los puestos comerciales. Asimismo, esta organización facilitaba la zonificación de los productos a ofrecer, partiendo de la zona de comida, al lado izquierdo, hasta la zona de frutas y verduras, por el derecho. Cabe agregar, el orden de la planta no se ha visto afectado con el paso de los años, esto, ya que la disposición ha permitido que el funcionamiento se cumpla con normalidad diariamente, lo cual puede ser percibido como una muestra del adecuado desarrollo de la propuesta en general.

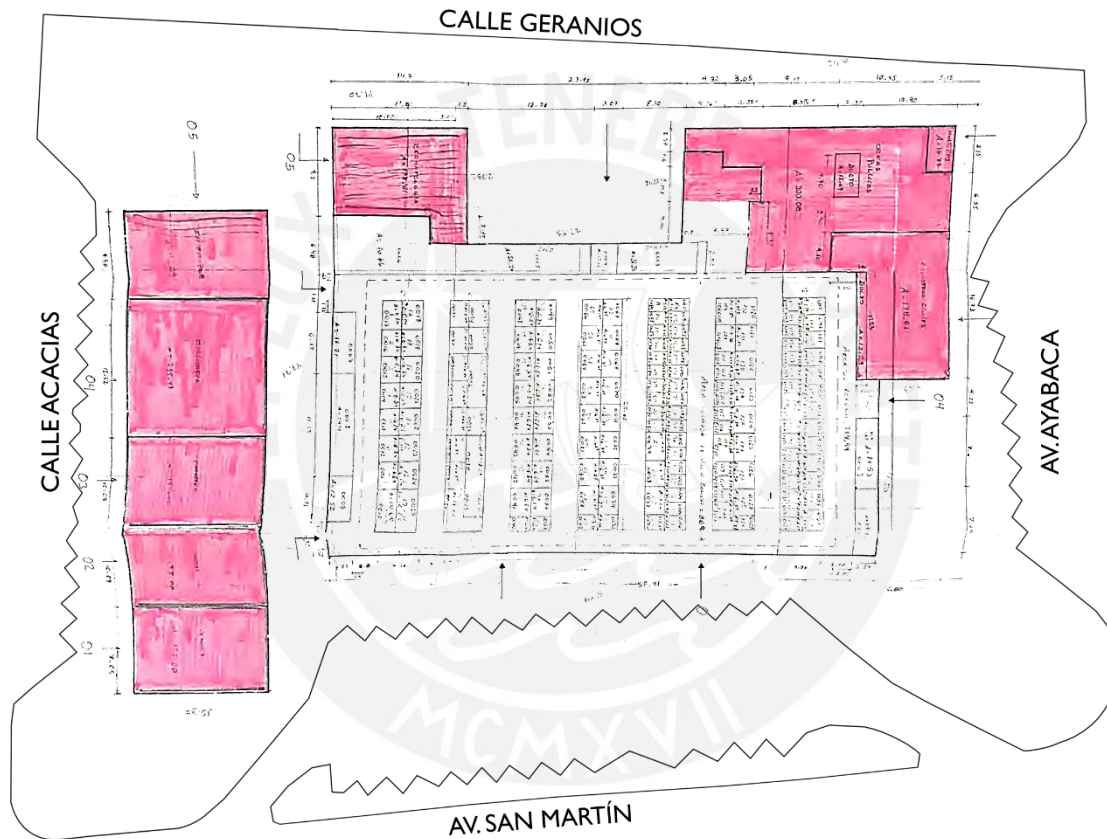


Figura 2. Planta del mercado La Palma. La parte central, el mercado, lo de rosado programa complementario de oficinas de la municipalidad. Fuente: Plano dibujado por Paloma Palomino para la Junta de Propietarios del mercado.

Pasado dos años de la inauguración del anterior mercado, se concluyó en 1972 el Mercado Modelo, el cual formaba parte de los dos mercados modernizadores propuestos en la época del primer gobierno del presidente Fernando Belaunde Terry como respuesta a la inundación ocurrida en la ciudad. Según el presidente del mercado, los comerciantes pertenecían en un inicio al mercado central de la ciudad o también llamada parada y a causa de los daños producidos por la inundación de 1963, como propuesta del alcalde José Oliva Razzeto fueron trasladados y removidos a este nuevo mercado (Castro 2020).

Esta nueva edificación se emplazó al noreste de la ciudad cercano al río Ica, en un terreno donde se cultivaban hortalizas. La propuesta del proyecto ocupaba inicialmente un 45% del terreno total y albergaba un programa complementario al mercado de cuna municipal, local de seguridad de la policía y unas tiendas comerciales al exterior de este. Al igual que el anterior mercado pasó de ser un edificio comercial administrado por la municipalidad a ser dirigido por la Junta de Propietarios del mercado. Asimismo, el presidente del mercado señala que los puestos exteriores, los sombreados de rojo, no formaban parte de la propuesta, ya que eran el gran espacio público que se ofrecía a la ciudad; sin embargo, este espacio fue tomado, apropiado y finalmente modificado por comerciantes ajenos al mercado (Castro 2020).

Como se mostraba en el anterior edificio, este también presenta en la zona de mercado una modulación por las columnas, que sostienen el techo de forma piramidal invertida, permitiendo obtener una planta regular y ordenada, la cual ha sido seguida y, en cierta forma, replicada por la zona exterior. Al edificio se podía ingresar por ocho puertas, una para descargas y las otras para los consumidores. Estos ejes de ingreso fueron respetados, tal como se evidencia en la planta, algunos en mayor medida que otros, pero que finalmente permiten la circulación por todo el terreno. En cuanto a la zonificación, a causa de este crecimiento comercial del mercado, los puestos exteriores han servido para ampliar la diversidad de productos a ofrecer, ya que lo que se vende al interior no compete, sino que se complementa con el exterior, lo cual ha generado el progreso de este mercado, convirtiéndolo en un hito para la ciudad.

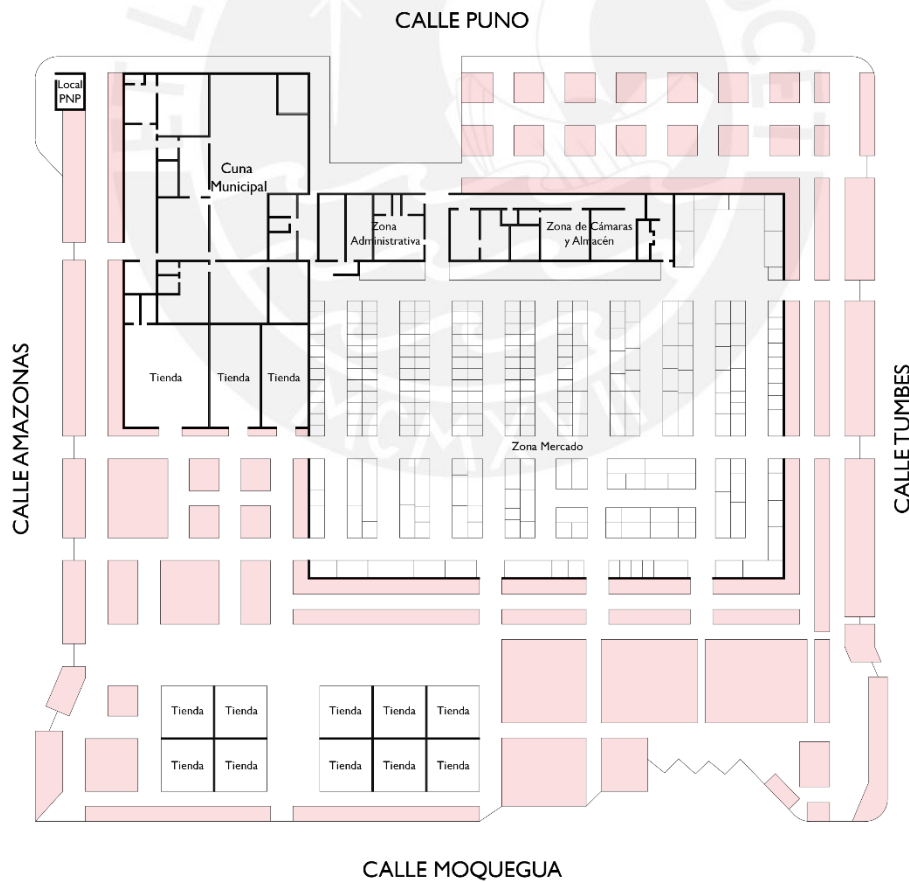


Figura 3. Planta del mercado Modelo. La parte no sombreada es la propuesta original y la de rojo son los puestos comerciales que han sido añadido posteriormente por los comerciantes. Fuente: Imagen re-elaborada por el autor sobre la base del plano de la Junta de Propietarios del mercado.

Evidentemente, el mercado La Palma y el mercado Modelo, para su época, mostraron ser referentes de arquitectura modernizante para la ciudad, los cuales los ciudadanos imaginaron que podrían haber sido replicado en las futuras construcciones de mercado. Sin embargo, esta situación no ocurrió y los siguientes mercados edificados se realizaron de diferentes maneras, algunos con muy poca organización.

Así como los mercados anteriores, posterior al huayco ocurrido en 1998 en Ica, se determinó la construcción de un mercado de mayor escala, el mercado Arenales, el cual fue concluido en el año 2000, a diferencia de los otros mercados, este no fue construido por la municipalidad sino por una junta de comerciantes minoristas. Edificado en donde antes se encontraba una antigua desmontadora de algodón, el mercado se dispuso en casi la totalidad del terreno, solo dejando una vereda que recorre todo el borde del mercado. Según la presidenta del mercado, la edificación no se construyó bajo el seguimiento de un ingeniero o arquitecto instruido (Castro 2020), lo cual se ve reflejado en la distribución arquitectónica y estructural del mercado, además, de que se omitió en el planteamiento los espacios públicos de esparcimiento para el usuario.

Por otro lado, existen cinco puertas o ingresos dirigidos para los autos y peatones, una sola para comerciantes y las otras seis para usuarios. La disposición de los puestos, así como la circulación, fue adaptada a la forma del mercado. Permitiendo al interior, espacios de circulación para los vehículos, los cuales sirven a su vez como zonas de descarga tanto de día, para automóviles, como por la noche, para vehículos de mayor proporción. Sin embargo, no existe diferenciación de las vías para vehículos con las vías para el peatón, lo cual provoca que los autos se apropien del espacio de circulación. Agregado a esto, el mercado cuenta con una amplia cantidad de puestos, los cuales, pese a ello, no cuentan con una zonificación clara y ordenada. Cabe resaltar, esta organización interna del mercado se formuló con el pasó de los años, a causa del crecimiento paulatino de los propios comerciantes.



Figura 4. Planta del mercado Arenales. La parte sombreada es la circulación peatonal combinada con la vehicular al interior del mercado. Fuente: Plano de la Junta de Propietarios del mercado.

4. Entorno urbano y transformación, el impacto de los mercados

El alcance de los mercados no sólo se cierra al ámbito netamente arquitectónico, sino que, a lo largo de los años, ha cumplido un papel fundamental en el desarrollo de la trama urbana otorgando así, nuevas formas de apreciar, determinar y sentir el espacio público, en otras palabras, ha propiciado a la formación de una nueva dinámica urbana y comercial. En tal sentido, resulta importante evaluar el impacto en el entorno urbano cercano de los mercados de abasto de la ciudad de Ica.

De las primeras construcciones dirigidas para abarcar el programa de mercado, a inicios de la segunda mitad del siglo XX, se encuentra el mercado La Palma (1970), rodeado por las avenidas San Martín y Ayabaca, y las calles los Geranios y Acacias, siendo la primera avenida su frente más importante. Ubicándose en una zona de residencias, la implementación de este edificio ha generado, desde su construcción, la atracción de otros usos. Tales como el emplazamiento de la biblioteca municipal José de San Martín y comercio zonal, por la calle Acacias, y a su extremo, por la avenida Ayabaca, la implementación de los registros civiles pertenecientes a la municipalidad provincial de Ica, además, de una serie de comercios a menor escala en los primeros pisos de las residencias. En cuanto a la calle los Geranios, ha mantenido su carácter residencial con viviendas de densidad baja, ocurriendo, caso contrario, por la avenida San Martín. Hacia este frente del mercado, funcionó entre los años 1940-1998 la antigua fábrica de tejidos Ica, la cual, por el crecimiento de la ciudad y el aumento del comercio en el sector, cambió de uso, inaugurando en 2008, el centro comercial, de gran escala, Plaza del Sol.

Esta situación entre ambos frentes comerciales habría supuesto una oportunidad para brindar un espacio público moderno para los ciudadanos, ya que como señala Hernán Elguera, en el caso de España, la integración de los mercados y supermercados, ambos dirigidos a comercialización de productos alimenticios, ha obtenido éxito, ya que existe una complementación en la oferta (2018:31). Sin embargo, esto no se ha logrado replicar, ya que ambas edificaciones presentan bordes que generan barreras hacia los espacios interiores y no permite una relación entre espacios. Por el lado del mercado, la mayor parte de su espacio público exterior está dirigido para estacionamiento de vehículos, aumentando así, la disgregación de relaciones con el centro comercial. A pesar de ello, dentro del espacio público dirigido para el peatón, los usuarios se han encargado de transformarlo según la necesidad requerida. Por tal razón, se pueden apreciar ferias temporales en ciertas épocas y, por las tardes, personas practicando skate o agrupaciones de danza, las cuales se apropian del espacio y lo activan.



Figura 5. Contexto urbano del Mercado La Palma, relación con la avenida San Martín. A la izquierda, el centro comercial Plaza del Sol; a la derecha, el mercado. Fotografía realizada por el autor.

Más adelante, en el año 1972, se edificó el mercado Modelo, uno de los mercados más importantes de la ciudad, el cual aportó, en su época, un nuevo lenguaje arquitectónico a las edificaciones de comercio de la ciudad. Emplazado dentro de una zona de carácter barrial, se rodea por las calles Amazonas, Puno, Tumbes y Moquegua. A lo largo de estas calles, se ha producido un cambio de usos en los primeros niveles de las edificaciones existentes, desde tiendas comerciales de todo tipo hasta boticas, inclusive se implementó un puesto policial en la intersección de la calle Puno con Amazonas. Resaltando entre estas calles, se sitúa la calle Moquegua, en la cual se encuentra situado el mercado Ex Terminal Pesquero, que como su mismo nombre indica su infraestructura fue planteada en un inicio como terminal pesquero. Su cambio de uso resultó a partir de las adaptaciones en el tiempo de los usuarios y por la dinámica que generaba en su entorno, lo cual conllevó a que terminase albergando el programa de mercado en su interior a partir del año 1960, siendo considerado así el primer mercado del distrito de Ica.

Tomando como referencia el enunciado de Evangelista, “en el país, la situación actual de las edificaciones de los mercados minoristas se pueden reflejar por medio de los cuantiosos problemas que presentan, tales como: la congestión vehicular, la congestión peatonal, el deterioro físico, el comercio informal [...] y entre otros problemas más que lo desdibujan como establecimiento comercial” (2018:86). Siendo esta problemática recurrente en los mercados de abasto, al interceptarse estos 2 mercados minoristas, han generado una gran concentración de comercio, tanto formal e informal, en toda la zona, produciendo un desbordamiento de las actividades hacia las pistas. Además, la acumulación de vehículos por congestión y comercios de carretilla, junto a lo dicho anteriormente, provoca la contaminación acústica y visual del entorno. Asimismo, esto conlleva a que no conforme un espacio público que pueda ser usado por el consumidor, ya sea para su recreación o sociabilización.



*Figura 6. Contexto urbano del Mercado Modelo, relación con las calles Moquegua y Amazonas.
Fotografía realizada por el autor.*

A fines del siglo XX, en la ciudad de Ica solo existían mercados minoristas, los cuales están dirigidos para abarcar y comercializar a una menor escala, por lo cual, frente al creciente desarrollo poblacional, nace la necesidad de implementar un mercado mayorista en el distrito iqueño. En ese sentido, por la alta demanda de los ciudadanos se conforma el mercado Arenales en el año 2000. A diferencia de los otros 2 mercados, su ubicación fue planteada dentro del contexto de urbanizaciones, y por su extensión no rectangular, se compone de 5 frentes. Estos, se sitúan entre las avenidas Arenales y León Arechua, la calle José de Loyola y 2 calles sin nombre. La situación de usos que se genera en las calles aledañas es en gran parte de vivienda, ya que forman parte de la urbanización Los Viñedos, siendo la calle José de Loyola, en donde se puede apreciar unas cuantas casas con comercio barrial en sus primeros niveles. En cuanto a las avenidas, si ofrecen comercio relacionado a mercado, entre frutas, verduras y animales.

Al ser este mercado mayorista, mantiene una constante relación, interna como externa, con los automóviles, lo cual ha producido la priorización de este sobre el usuario y peatón. Conllevando de esta manera, a vías que segregan y no proporcionan una integración en el espacio público. Esto se ve reflejado en las bermas centrales, las cuales denotan el poco diseño considerado para las personas. Además, las secciones viales de amplia longitud solo presentan las veredas mínimas reglamentarias, las cuales son finalmente apropiadas por los comerciantes, reduciendo su función a únicamente de tránsito. Agregado a ello, el mercado se conforma por muros perimetrales en todos sus frentes, lo cual propicia a partir de la tarde, la formación de zonas inseguras, reforzado aún más por la baja iluminación en la avenida Arenales y las calles aledañas.



Figura 7. Contexto urbano del Mercado Arenales, relación con las avenidas Arenales y León Arechua. Fotografía realizada por el autor.

Finalmente, se puede apreciar que los 3 mercados estudiados, han propiciado el desencadenamiento de actividades tanto comerciales, algunas en más escala que otras, como de otros usos, y a la vez, han mantenido una relación con las viviendas, aunque a menor escala, ya que se encuentran inmersos en ese entorno y son a las que finalmente terminan abasteciendo. Esta concentración de comercio termina muchas veces atrayendo gran cantidad de personas. Sin embargo, la relación de los mercados con las personas, en la mayoría de los casos, es solamente de comercio, ya que no brindan un espacio público exterior que sea confortable para el desarrollo de actividades de los usuarios. Agregado a esto, existe una acumulación constante de vehículos, ya que el diseño de las vías prioriza a estos sobre los peatones. Esto, denota que los mercados de Ica no presentaron un planeamiento óptimo de sus espacios públicos, en el cual los pobladores puedan, además, de dirigirse a estos por la actividad de comercio, el desempeñar otro tipo de actividades.

5. Espacio integrador, el rol de los mercados

Los mercados, a través de los años, han tomado un papel importante en el desarrollo de la sociedad, ya que conforman el espacio puntual, en el cual se produce una diversidad de relaciones, tanto comerciales como culturales y sociales. Además, permite la integración del ciudadano a las diversas actividades que en estas se pueda dar. Asimismo, a causa de la pandemia ocurrida este año (2020), esta forma de desarrollarse, que ha ocurrido a través de los años, se ha visto afectada. Por lo tanto, es importante entender cómo se han estado desarrollando estos espacios de integración.

En primer lugar, se realizó una encuesta a los consumidores del mercado La Palma para entender como percibían este espacio, en la actualidad, con los cambios que se habían producido por la emergencia sanitaria.

Según los consumidores, gran cantidad de estos realizaban sus compras semanalmente y creía que la oferta si respondía a sus necesidades; sin embargo, el tiempo que se quedaba en el mercado realizando sus compras era mayormente menos de una hora, esto en sí por el miedo al contagio. Asimismo, de acuerdo con el orden y limpieza que se ejecutaba constantemente en el edificio, les resultaba casi nula la presencia de basura tanto al interior como al exterior de este. Los aspectos que en algunos momentos les resultaba algo incómodo era el ancho de los pasillos, que en ciertos momentos del día por la concentración de personas se volvía angosto, o en algunos casos los ruidos que se generaban al exterior, provenientes en mayor medida de la avenida San Martín. En cuanto a la infraestructura del mercado, los resultados fueron que en general se sentían seguros y protegidos; además, los puestos se encontraban en buen estado de mantenimiento, esto, ya que los comerciantes habían adaptado sus puestos a todos los protocolos de bioseguridad. Concluyendo, las personas aseguraban que se encontraban satisfechos con los servicios del mercado, pero a la vez, por la cercanía con el centro comercial Plaza del Sol, les resultaba provechoso dirigirse a ambos centros a realizar sus compras (Castro 2020).

En segundo lugar, se procedió a realizar las mismas encuestas a los consumidores del mercado Modelo, para poder entender la situación en la que se encuentra este mercado por la pandemia y ver si esto había repercutido en su funcionamiento.

De acuerdo con los consumidores, al igual que en anterior mercado, la mayoría de las personas realizaban sus compras semanalmente y les parecía provechosa la cantidad de oferta que podían encontrar. Por esta razón, los tiempos de compras variaban entre una y dos horas aproximadamente, esto sin importar mucho el miedo al contagio. Esto, a pesar de que la regulación de los sistemas de limpiezas no eran los óptimos, ya que las personas podían apreciar grandes cantidades de basura tanto al interior como en el exterior, en este incluso mayor a causa de los comerciantes informales. Asimismo, el ruido que se generaba dentro y fuera del mercado les resultaba muy incómodo y negativo al realizar sus compras.



Figura 8. Vista interior del Mercado La Palma, sección de pollos y carnes al mediodía. Fotografía realizada por el autor.



Figura 9. Vista interior del Mercado Modelo, sección de carnes y pollos antes del mediodía. Fotografía realizada por el autor.

Además, como se evidencia en la imagen, los pasillos les resultaban demasiado angostos constantemente, incluso cuando no circulaban muchas personas en los pasillos. Por otro lado, al medir los factores de seguridad de la infraestructura, las personas percibían este espacio como regular o poco seguro, a pesar de que cuenta con una estructura promedio, que tal vez se ha visto afectada con el pasar de los años. De la misma forma, los puestos comerciales para algunas personas les parecía en buen estado y para otras no, ya que no todos se regulaban con los protocolos de bioseguridad. Finalmente, por temas de seguridad, orden y limpieza, los consumidores creían preferente alternar entre comprar en este mercado y un supermercado, ya que pese a no estar muy organizado podían encontrar todos los productos que buscaban (Castro 2020).

Finalmente, para obtener un resultado entre los 3 mercados, también se realizaron las encuestas a los consumidores del mercado Arenales con el fin de conocer sus apreciaciones sobre el desarrollo de este en la actualidad.

Según los consumidores, a causa de la gran oferta que ofrece y siempre ha ofrecido este mercado realizaban sus compras con una frecuencia casi diarias, además, que los precios le parecían cómodos. Asimismo, se demoraban realizando sus compras alrededor de una hora, en algunos casos hasta casi dos. Sin embargo, les parecía deficiente el sistema de regulación de los factores de sanidad, ya que les es común encontrar basura por todas partes en la edificación. Siendo este y el ruido que se generaba a los alrededores y al interior, los aspectos más incómodos al realizar sus compras. Poca gente creía que los pasillos eran angostos, a pesar de que si lo eran. Lo que percibían en mayor media era la nula diferenciación entre los espacios de circulación de los carros y ellos, ya que los vehículos se imponían y aprovechaban para abarcar toda la sección vial interna. Por otro lado, aseguraban que este mercado les parecía poco o nada seguro, esto, al ser la edificación un tanto precaria y sin una buena infraestructura, lo cual repercutía también en los puestos comerciales, que no mostraban un gran estado de mantenimiento, el cual tampoco era malo. Las personas concluían que, si tuviesen que elegir entre comprar entre este mercado o en un supermercado, elegirían dirigirse a este, ya que los precios siempre les resultaban beneficios y acertados; sin embargo, por los temas de protocolos de salubridad, no quitaban la opción el realizar sus compras en un supermercado (Castro 2020).



Figura 10. Vista interior del Mercado Arenales, pasadizo de circulación de vehículos y peatones. Fotografía realizada por el autor.

6. Cota final, conclusiones

En síntesis, los mercados han constituido y siguen constituyendo un importante espacio en la ciudad no solo de comercialización, sino también de sociabilización y culturización. Esto, ya que se han integrado y han conformado un espacio específico para las relaciones urbanas, el cual permite a las personas generar un sentimiento de identidad, ya sea si este se encuentra en un barrio, en una urbanización o incluso en una residencial. En la historia del distrito de Ica, a través de los años se construyeron solamente 8 edificaciones que respondieron a este uso, que se creía netamente comercial. Entre las tipologías más resaltantes de mercados de abasto en Ica se encuentran, las que se edificaron respondiendo ante una necesidad de la población a causa de las inundaciones ocurridas en los años 1963 y 1998. Tales como los mercados La Palma y Modelo como respuesta de la primera inundación antes mencionada, y el mercado Arenales por la siguiente.

De acuerdo con sus plantas, se pudo apreciar que compartían una tipología de mercado plaza, encontrando ingresos por todas sus caras. Sin embargo, las diferencias a partir de ello se hacían notables, ya que del mercado La Palma y el mercado Modelo, los cuales habían sido diseñados con amplios espacios públicos, solo en el primer logró sobrevivir a través de los años y no ser adaptado a otra función, en cambio, en el segundo, el espacio público fue modificado casi en su totalidad, lo cual finalmente, fue productivo para su desarrollo como espacio comercial. En cuanto al mercado Arenales, no sufrió ninguna adaptación de este espacio, ya que en su planteamiento no se otorgaba espacios a otro ámbito que no sea el comercial.

Por esta razón, a la actualidad, el primer mercado a pesar de no abrirse totalmente a la ciudad, su espacio público sirve como medio para que los ciudadanos puedan adaptarlo para realizar otras actividades, ya sean recreativas o de algún otro carácter, y generar un sentido de pertenencia hacia este lugar. Por otro lado, sin la adaptación que pasó el segundo mercado, no se hubiese convertido en este hito comercial de la ciudad, que, además, conforma un gran referente tanto para los ciudadanos como para los visitantes extranjeros. En cuanto, al último mercado el no generar algún espacio público ha propiciado es desapegó por los pobladores de la zona, ya que por las noches se convierte en un espacio de inseguridad por los muros ciegos que presenta.

Finalmente, de cierta forma los 3 mercados, han generado impactos en su entorno algunos considerados buenos y otros no, pero al mismo tiempo han sido apreciados por la ciudadanía, ya que han generado el progreso de la ciudad. Por otro lado, por el estado de emergencia causado por la pandemia solo el mercado La Palma ha respondido de una forma acertada ante la actual situación, ya que los otros 2 mercados a pesar de que un inicio cumplían con las medidas sanitarias, han perdido esa organización provocando que las personas no se sientan seguras al dirigirse a realizar sus compras en estos, siendo estos mercados los más reconocidos por ofertar toda clase de productos que satisfacen las necesidades de la población iqueña.

7. Bibliografía

ARMAS, César y otros

2018 Planeamiento estratégico para la región Ica al 2027. Tesis para obtener el grado de magister en Administración Estratégica de Empresas. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú, Escuela de Postgrado. Consulta: 23 de octubre de 2020.

<http://hdl.handle.net/20.500.12404/12299>

CASTRO, Enzo

2020 “Entrevista a presidentes de mercados”. Octubre 2020

2020 *Encuesta a consumidores de mercados*. Noviembre 2020

ELGUERA, Hernán

2018 “Estrategias de formulación de los mercados de abasto y su influencia en la sociedad y cultura”. *Centro de Investigación de la Creatividad UCAL*. Lima, volumen 1, pp. 25-33. Consulta: 17 de setiembre de 2020.

<https://hdl.handle.net/20.500.12637/241>

EVANGELISTA, Kahalid

2018 Inclusión de espacios lúdicos en los mercados minoristas de la ciudad de Huánuco. Tesis para optar el título profesional de Arquitecto. Huancayo: Universidad Continental, Facultad de Ingeniería. Consulta: 30 de octubre de 2020.

<https://hdl.handle.net/20.500.12394/5089>

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA E INFORMÁTICA (INEI)

2017 *Directorio Nacional de Mercados de Abastos 2016: Censo Nacional de Mercados de Abastos*. Lima: Instituto Nacional de Estadística e Informática.

2018 *Perú: Crecimiento y distribución de la población, 2017. Primeros resultados*. Lima: Instituto Nacional de Estadística e Informática.

LEUNG, Jauyin

2016 *Abastecer o ser abastecido: la influencia de los mercados tradicionales sobre el tejido de Lima*. Tesina final de Máster en Urbanismo. Barcelona: Universitat Politècnica de Catalunya. Departament d'Urbanisme i Ordenació del Territori. Consulta: 17 de setiembre de 2020.

<http://hdl.handle.net/2117/98056>