

CAPÍTULO II: MARCO DE REFERENCIA

1. ANTECEDENTES DEL PROBLEMA Y SITUACIÓN ACTUAL.

1.1. ¿Que son los Mercados Municipales?

Se puede definir El mercado, como el lugar tangible y real geográficamente donde se realiza cualquier conjunto de transacciones, acuerdos o intercambios de bienes y servicios entre compradores y vendedores. En contraposición con una simple venta, el mercado implica el comercio regular y regulado, donde existe cierta competencia entre los participantes. El mercado surge desde el momento en que se unen grupos de vendedores y compradores (conurrencia), y permite que se articule el mecanismo de la oferta y demanda en un lugar específico.²



Figura 1: Puesto de frutas y verduras en un mercado municipal.

Los primeros mercados de la historia funcionaban mediante el trueque. Durante la época precolombina, la compra y venta de productos era desarrollada en los “tiangués”, los cuales ocupaban lugares públicos durante días determinados. Tras la aparición del dinero, se empezaron a desarrollar códigos de comercio que, en última instancia, dieron lugar a las modernas empresas nacionales e internacionales. A medida que la producción aumentaba, las comunicaciones y los intermediarios empezaron a desempeñar un papel más importante en los mercados.

Entre las distintas clases de mercados se pueden distinguir los mercados al por menor o minoristas, los mercados al por mayor o distribuidores, los mercados de productos intermedios, de materias primas y los mercados de acciones (bolsas de valores), entre otros.

² Diccionario de Economía Política. www.eumed.net

1.2. Los mercados Municipales en San Salvador.

Desde los tiempos de la colonia, la ciudad de San Salvador ha sido un lugar idóneo para la comercialización en mercados, ya que la estructura de la ciudad permitió que los puntos de encuentro de vendedores se convirtieran en centros de referencia de la ciudad.³

Desde los años 20's hasta los 60's, el comercio informal se localizó prácticamente en la calle Rubén Darío, desde inmediaciones de Almacenes Samán hasta el Palacio Nacional. Fue a partir de los años 60's, con la construcción del Mercado Central, bajo la administración del entonces alcalde de San Salvador, José Napoleón Duarte, que el comercio informal comenzó a tomarse las siguientes vías de circulación: 4ª y 6ª Calle Poniente, Calle Gerardo Barrios, Av. 29 de Agosto, y la Plaza 14 de Julio.

Fue para la década de los 80's, en el contexto de la guerra civil salvadoreña, que se dio de forma masiva la invasión por parte del comercio informal en el centro de la capital, provocando no solo la salida de familias que todavía residían en este lugar, las cuales, en su mayoría, eran propietarias de comercios del sector formal, sino también provocando el desorden y desorganización que actualmente se observa en el centro de la ciudad y en sus mercados municipales.

Los mercados son espacios inherentes a la municipalidad que requieren atención oportuna y permanente, por lo que este proyecto responde a una planificación estratégica municipal y distrital de atención al contribuyente, cumpliendo con servicios de calidad total en todos los espacios.

³ Tesis de grado en contaduría pública "Factores educativos y financieros que influyen en el desarrollo empresarial de los comerciantes informales del mercado san miguelito". Lic. Manuel Orlando Vásquez. Universidad Andrés Bello.

1.3. Historia del Mercado San Miguelito

Aproximadamente por el año 1940 el lugar donde ahora está ubicado el mercado San Miguelito contaba con algunos negocios informales como refresquería, ventas de comida, frutas, verduras y cereales, etc., ya en esos tiempos se le conocía con el nombre de MERCADO SAN MIGUELITO debido al nombre del barrio donde se ubicaba. Su primer administrador fue el señor Gumersindo Monterrosa.⁴

En 1950, bajo el mando presidencial del Coronel Oscar Osorio, se construyó la primera infraestructura del mercado que comprendía más o menos la cuarta parte del actual mercado, la diversidad de los productos ofrecidos aumentó y se construyeron algunos bazares, ventas de carnes, pescados y verduras, en este tiempo fungió como administrador Don Rafael Mejía.

En los años de 1955 a 1956, el mercado contó con su primer “Guardería” gracias a la iniciativa de la señora Coralía Párraga de Lemus, esposa del entonces presidente de la República Coronel José María Lemus.

En 1974 bajo el mando municipal del Ing. José Napoleón Duarte, se inaugura el actual edificio siendo su administrador el Ing. Mario Cerna y el Gerente de Mercados el Ing. Jorge Villacorta, en el transcurso de esa década fueron ubicadas en estas instalaciones los vendedores de las calles antiguas al telégrafo, y esto aumentó la variedad de los productos en venta, entre ellos las flores naturales y artificiales que en la actualidad son el distintivo de venta de este mercado.

En 1983 fue inaugurada la actual clínica del mercado bajo el mandato municipal del Lic. Alejandro Duarte. En este mercado se gestó la conformación de la primera cooperativa de los mercados llamada ACOVERMESA, en el año de 1974.

Desde las fechas de inauguración de las instalaciones del mercado San Miguelito, ha estado bajo la administración de los alcaldes correspondientes al municipio de San Salvador.⁵

⁴ Tesis de grado en contaduría pública “Factores educativos y financieros que influyen en el desarrollo empresarial de los comerciantes informales del mercado san miguelito”. Lic. Manuel Orlando Vásquez. Universidad Andrés Bello.

⁵ http://www.amss.gob.sv/pages/acontecer/2008/fachada_mercado_san_miguelito_16_septiembre.htm

El mercado San Miguelito es un centro comercial que está ubicado entre la Avenida España y la Avenida Monseñor Oscar Arnulfo Romero en pleno Barrio San Miguelito. Cuenta con 1,152 puestos ocupados y 100 vacíos. Su ubicación estratégica y la variedad de productos que ahí se ofrecen lo convierte en uno de los mercados más visitados por los ciudadanos de las zonas aledañas e incluso de algunos municipios vecinos.

Este recinto es considerado como uno de mejor organizados y aseados. Es uno de los pocos mercados que posee su propia radioemisora, donde se transmiten diversos segmentos y se programa música variada. Posee parqueo en sus cuatro costados.⁶

En la actualidad el mercado cuenta con seis zonas:

- Zona A: es el lugar de bodegas o puestos solos, en los cuales están ubicados también puestos de cereales y productos de primera necesidad.
- Zona B: Pescados, carnes y lácteos
- Zona C: Pollos, verduras y frutas
- Zona D: Comedores y cocinas
- Zona E: Bazares de talleres artesanales y decoración; floristerías naturales y artificiales
- Zona F: Viveros

En las instalaciones del mercado laboran alrededor de 2,500 personas. Los negocios que se encuentran en el mercado se rigen bajo el Código Municipal de Mercados. El horario de atención del mercado es desde las 5:30 a.m. a las 6:00 p.m. de lunes a domingo.⁷

Aunque no existe un estudio que indique con certeza la cantidad de personas que a diario circulan en este mercado, se conoce que es un número considerable.

A pesar de todos las obras de organización y mejora que se han hecho en el mercado, aún existen algunos elementos que faltan por crear o mejorar, tal es el caso de la señalética del lugar. El mercado no consta en sus instalaciones con una señalética adecuada que ubique a los usuarios e identifique las áreas de ventas, áreas de consumo de alimentos, sanitarios, rutas de evacuación, reglamentos o instrucciones, entre otros.⁸

⁶ Diario Co Latino. Reportaje Inauguran mural en mercado "San Miguelito". Yanira Aparicio Jueves, 18 de septiembre de 2008.

⁷ El Diario de Hoy. Reportaje "El mercado florido de San Salvador". José Osmín Monge. Miércoles 25 de septiembre de 2008.

⁸ Entrevista a Licda. María de los Ángeles Córdova, administradora de Mercado Municipal San Miguelito.

Los únicos elementos que se utilizan para señalar las áreas de las instalaciones del mercado son unos murales que se encuentran en las 4 paredes exteriores, hechos de forma rústica utilizando pintura de spray, realizados en el año 2004 por estudiantes de un centro educativo cercano.

1.4. Sistema de señalización externa del Mercado San Miguelito.

A pesar de todos las obras de organización y mejoras que se han hecho en el mercado, aún existen algunos elementos que faltan por crear o mejorar, tal es el caso de la señalética de exterior.

El mercado no consta en su interior con una señalética adecuada que ubique a los usuarios en sus instalaciones, rutas de evacuación, identificación de áreas y reglamentos o instrucciones. Sin embargo, en su exterior consta una serie de murales (utilizando pintura de spray), elaborados en el año 2004 por estudiantes de uno de los centros educativos cercano, y realizados de forma rudimentaria.⁹

Estos murales cumplen varias funciones al mismo tiempo. Identifican ciertas áreas del mercado, informan sobre los artículos que se pueden comprar o consumir y a la vez colaboran con la ornamentación del exterior del mercado.

El mantenimiento de este tipo de señalización es una prioridad para la administración del mercado, pues se determina que los exteriores son el rostro que da la bienvenida a los usuarios, los ubica, informa y lo diferencia de otros mercados de la capital.

Durante la recopilación de información para el presente proyecto, no se pudo encontrar ningún tipo de referencia que aporte, a nivel gráfico, soluciones para el diseño gráfico de entorno de mercados municipales, así como tampoco se encontraron previas propuestas profesionales relacionadas a señalización del mercado San Miguelito.

Esta situación brinda una oportunidad para desarrollar un área importante dentro del diseño gráfico aplicado a mercados municipales, en este caso, al mercado municipal de San Miguelito.

⁹ Entrevista a Licda. María de los Ángeles Córdova, administradora de Mercado Municipal San Miguelito.

2. BASES TEÓRICAS Y DEFINICIÓN DE TÉRMINOS

2.1. Gráficas del Entorno

Dentro de las diferentes áreas del diseño gráfico, encontramos el término “Gráficas del entorno” como referencia al área de estudio sobre sistemas de señalización y rotulación, las cuales suelen utilizarse como sinónimos entre sí mismos. Pero la diferencia principal a nivel semántico radica en que las “gráficas de entorno” refieren un estudio, análisis, metodologías y evaluación de resultados específicos, mientras que la rotulación y la señalización vienen a ser el resultado práctico de dichos planteamientos teóricos.

La historia de la rotulación y la señalización es un área de estudio tan amplia que resulta casi imposible determinar cuándo empezaron estos a surgir como piezas de identificación. Sin embargo si podemos establecer antecedentes de rótulos colgantes, grabados en madera o metal, con anterioridad al siglo XVIII, y luego con revolución industrial, se comenzaron a desarrollar otro tipo de materiales, tipografías, estructuras y formas de los rótulos y señales.¹⁰

Es importante destacar que la señalización o rotulación forma parte de los proyectos de desarrollo de imagen corporativa y gráfica de las entidades o empresas, convirtiéndose en piezas gráficas coherentes con las necesidades básicas de identificar, diferenciar y comunicar. Sin embargo, en la actualidad, el desarrollo de las gráficas de entorno como materia de estudio, es independiente de la existencia y/o desarrollo de una imagen corporativa gráfica, las cuales vienen a complementarse en la búsqueda de una necesidad básica de comunicación visual.

Debido a todo lo anterior determinamos que los sistemas de señalización y la rotulación han tenido sus comienzos y desarrollos debido a la necesidad de comunicar información. Esta es actualmente el principal objetivo que cumplen las gráficas de entorno aplicados en diferentes contextos.¹¹

¹⁰ Gráfica del Entorno. Mitzi Sims. Editorial Gustavo Gili S.A.

¹¹ Gráfica del Entorno. Mitzi Sims. Editorial Gustavo Gili S.A.

2.2. Tipos de Graficas del Entorno

La grafica del entorno se divide en seis categorías principales de estudio de rotulación o señalización:

- **Orientadora:** sirve para situar a los usuarios en un entorno, como mapas, infografías, planos de ubicación, entre otros.
- **Informativa:** muestra una información de interés específico, como horarios, tipos de productos, acontecimientos, entre otros. La gran mayoría de rótulos y señalización se consideran en esta área.
- **Direccional:** es un instrumento explícito de circulación, generalmente forma un conjunto o sistema de varios rótulos o señales estandarizados que determinan la utilización eficaz y segura de áreas de circulación. Como ejemplo podemos encontrar la señalización de carreteras, aeropuertos y hospitales, entre otros.
- **Identificativa:** sirve para designar un lugar, objeto o entidad concreta y denotan propiedad, exclusividad e individualidad. Entre ellos encontramos los rótulos de los nombres principales de las empresas, centros comerciales, condóminos, lugares turísticos, entre otros. Este tipo de grafica de entorno está ligada a la imagen corporativa o identidad de empresa.
- **Reguladora:** es la que exhibe normas, reglas, restricciones o necesidades importantes dentro de las áreas donde son colocadas. La rotulación de sistemas de evacuaciones en casos de desastres naturales, manejo de productos químicos, normas de seguridad, entre otros. Pertenecen a esta categoría.
- **Ornamental:** son los que adornan, realzan o embellecen el aspecto general o específico de un espacio o ambiente. Algunos como los murales, placas conmemorativas, banderas, entre otros, tienen la finalidad de ornamentar y no necesariamente de informar.¹²



Figura 2: Ejemplos de Gráficas del Entorno.

¹² Gráfica del Entorno. Mitzi Sims. Editorial Gustavo Gili S.A.

2.3. Proceso de diseño de gráficas del entorno.

Los proyectos relacionados a las graficas de entorno son tan variados y complejos que sería poco recomendable intentar determinar un solo proceso de diseño y una sola forma de obtención de resultados de diseño adecuados. El proceso de diseño para gráficas de entorno que utilizaremos en el presente proyecto, está determinado por el planteamiento de las fases y elementos importantes que conforman la pieza a diseñar.

Dicho proceso de diseño a base de fases y elementos es recomendado por la SEGD (Society of Enviromental Graphic Design, USA).¹³

Tabla 1: Metodología de diseño de Graficas de Entorno utilizada por la SEGD.

1	Problema de Diseño	CLIENTE Entrevista e instrucciones iniciales. Planteamiento de brief para diseño.
2	Fases de Diseño	CONCEPTO: Desarrollo de la idea, bocetería. TEXTOS: Tipos de letra, tamaño, ubicación en formato. COLORES: Paletas de colores y Texturas. TAMAÑO: Proporciones y diagramación. MATERIALES: Tipos de materiales para realización. UBICACIÓN: Determinar espacio físico.
3	Análisis de Diseño	EVALUACIÓN: Test de Comprobación de resultados.

¹³ Gráfica del Entorno. Mitzi Sims. Editorial Gustavo Gili S.A.

2.4. Graficas del entorno en San Salvador.

Para poder hablar sobre proyectos de gráficas del entorno en San Salvador, debemos buscar los proyectos relacionados con rotulación y señalización, los cuales aportan de manera considerable, información sobre el tema de estudio.

Los ejemplos de creación de señalización para parques, entidades privadas, proyectos de imagen corporativa entre otros, son necesarios para entender la dinámica de la rotulación y la aplicación del diseño en los sistemas de señalización.

2.5. Desarrollo de Mercados Municipales en el Contexto Internacional.

“Los Mercados Minoristas son aquellas instalaciones, habitualmente edificios cubiertos, que reúnen a una pluralidad de establecimientos comerciales y empresarios minoristas que ofrecen una amplia oferta comercial de productos alimentarios de consumo diario complementados por otros productos no alimentarios, y todo ello bajo una unidad de gestión”.¹⁴

De esta forma es como define un mercado la Unión Mundial de Mercados Mayoristas (Sus siglas en Ingles WUWM) asociación internacional sin fines de lucro dedicada a la promoción internacional de intercambio de información sobre mercados mayoristas y minoristas, con el objetivo de mejorar su construcción, organización y gestión.

Esta entidad, con sede en muchos países del mundo, promueve el desarrollo de los mercados como centros que brinden soluciones económicas a sociedades específicas, utilizando herramientas como la tecnología, la infraestructura, la innovación y la auto-sostenibilidad.

Su trabajo en cada país, es realizado en conjunto con entidades gubernamentales y asociaciones relacionadas con la gestión de alimentos, agricultura, medio ambiente y turismo.

¹⁴ <http://www.wuwm.org> – (Pagina oficial de la Word Unión of Wholesale Markets)

España es uno de los países donde la WUWM ha trabajado conjuntamente con MERCASA, organización que trabaja al servicio de la alimentación y la distribución comercial, que canaliza el comercio mayorista de alimentos frescos, cuenta con estructuras propias de distribución minorista; y contribuye, con sus diferentes programas de trabajo, a apoyar al sector agroalimentario en todos los eslabones de la cadena de producción, industria, distribución y consumo en España.

Ambas entidades desarrollan proyectos relacionados con mejoras en mercados municipales, dentro de los cuales encontramos como puntos principales:

- Mejoras en la Infraestructura física
- Mejoras en áreas de acceso y estacionamientos
- Distribución y dimensiones de los puestos de venta
- Señalización Interna
- Áreas de descarga y bodegas
- Servicio a domicilio
- Sistemas de seguridad
- Limpieza y gestión de residuos
- Imagen exterior y Señalización
- Innovación tecnológica¹⁵



Figura 3: Fachada del Mercado de Tarragona, Cataluña, España.

¹⁵ Los Mercados Minoristas como Motor para el Desarrollo Económico, Social y Cultural de una Ciudad. Roberto Alonso Gordon. - Fondo Multilateral de Inversiones. Banco Interamericano de Desarrollo. Washington, D.C. Octubre 2007.

MERCASA, en su publicación “Guía Práctica para la Adecuación y Mejora de la Competitividad de los Mercados Minoristas Municipales” asegura que “para poder reactivar el comercio en los mercados municipales, es necesaria una modernización de las instalaciones, en aquellas unidades que se requiera necesario... con el objetivo de contribuir a la imagen de marca que se desee transmitir, de modo que se incorporen en el momento de su diseño, elementos como: Rotulación, iluminación, uniformes, diseño de puestos, entre otros.”¹⁶

De esta manera, ha sido España uno de los países europeos con mayor auge en el desarrollo de mercados municipales, y es precisamente en proyectos de este tipo donde podemos encontrar de forma profesional, la importancia que tiene no solamente proyectos relacionados con la señalización y las graficas de entorno, sino también con el diseño gráfico y sus aplicaciones, como una herramienta de la comunicación que necesitan entidades de esta naturaleza.



Figura 4: Diferente vista de la fachada del Mercado de Tarragona.

¹⁶ Guía práctica para la adecuación y mejora de la Competitividad de los Mercado Minoritas Municipales. Documento MERCASA.