

Radiografía del Mercado de Bellavista: Entendiendo su anatomía a través de apuntes, bocetos y esquemas

X-ray of the bellavista market: understanding its anatomy through notes, sketches, and diagrams

  Sergio Joel Moreno Silupú^{1*}

¹Universidad San Pedro, Sullana, Piura, Perú

*Correspondencia:

Moreno Silupú, Sergio Joel

Fecha de recepción : 26/01/2026
Fecha de Revisión : 29/04/2026
Fecha de aceptación : 19/05/2026
Fecha de publicación : 10/06/2026

Como citar: Moreno Silupú, S.J. Radiografía del Mercado de Bellavista: Entendiendo su anatomía a través de apuntes, bocetos y esquemas. *Revista de Investigación Científica de la UNF-Aypate*, 5(2), 12-34. <https://doi.org/10.57063/ricay.v5i2.249>

RESUMEN

El objetivo del presente trabajo es revelar una imagen tridimensional de la composición del área denominada mercadillo de Bellavista. Este núcleo duro solidificado con el paso del tiempo congrega una de las mayores zonas comerciales de la ciudad sullanense. Aunque la investigación no intenta solucionar el problema, pretende crear información para el desarrollo de futuros proyectos urbanos de este tipo.

A partir de una metáfora que concibe a los mercados de abastos como organismos vivos, se realiza una disección analítica –similar a la empleada en las ciencias biológicas– para comprender la estructura del mercadillo: cuerpo, sistemas, órganos, tejidos y células. Se emplea una metodología que combina múltiples técnicas –artísticas, académicas y científicas– e instrumentos –apuntes, bocetos esquemas y bitácora de campo– para recopilar datos y componer una imagen fidedigna de la situación conflictiva actual.

Los resultados obtenidos muestran que el conflicto actual –la invasión del espacio público y la aglomeración: comercio informal– es algo natural en este tipo de proyectos. Y que es necesario, primero la integración de un equipo (órgano nervioso central) encargado de organizar, controlar y formalizar a los comerciantes que invaden el espacio público. Asimismo, se requiere del rediseño o la modernización, tanto de los mercados como de los espacios urbanos públicos, buscando siempre soluciones resilientes.

Palabras clave: mercado de abastos, comercio informal, espacio urbano público, sostenibilidad urbana, metáfora urbana

ABSTRACT

This study aims to reveal a three-dimensional representation of the composition of the area known as the Bellavista marketplace. Over time, this solidified urban core has become one of the largest commercial zones in the city of Sullana. Although the research does not seek to solve the problem itself, it intends to generate information that may contribute to the development of future urban projects of this kind.

Based on a metaphor that conceives food markets as living organisms, an analytical dissection—similar to those employed in the biological sciences—is carried out in order to understand the structure of the marketplace: body, systems, organs, tissues, and cells. The methodology combines multiple techniques—artistic, academic, and scientific—as well as various instruments, including notes, sketches, diagrams, and a field journal, to gather data and compose an accurate representation of the current conflictive situation.

The results obtained show that the current conflict—the occupation of public space and overcrowding caused by informal trade—is a natural phenomenon in this type of urban development. They also suggest that it is first necessary to establish an integrated management team (a “central nervous system”) responsible for organizing, regulating, and formalizing the merchants occupying public space. Furthermore, both markets and public urban spaces require redesign and modernization, always seeking resilient solutions.

Keywords: food market, informal commerce, public urban space, urban sustainability, urban metaphor

1. INTRODUCCIÓN

1.1 Contexto general

Actualmente, el mercado de la ciudad de Sullana, conocido como “Mercadillo de Bellavista”, se ha consolidado como una de las principales áreas dinamizadoras de la actividad comercial local. No obstante, este importante equipamiento urbano presenta diversas deficiencias relacionadas con su infraestructura y condiciones de funcionamiento. En este sentido, Elguera (2018, p. 25) señala que estos espacios han sido calificados como lugares deteriorados y con deficientes condiciones de limpieza, situación que afecta tanto la experiencia de los usuarios como la imagen urbana del entorno.

El origen del deterioro de estos componentes urbanos queda expuesto, aunque de manera teórica, en su proceso evolutivo; mostrando que, en estos equipamientos se hace uso intensivo del espacio público (Elguera, 2018) y se convierten en híbridos, compuestos por edificios y calles caracterizados por la presencia de comercio tradicional (Aparicio et al., 2023).

Otro problema, además de proyectar una imagen de deterioro y desorden, es el uso y la ocupación desmedida del espacio urbano —a manos de comerciantes informales de este mercado sullanense. Esto ha consolidado en ese sector un sólido carácter comercial y ha conformado un núcleo duro. Este es definido como un espacio

central consolidado por la persistencia y la densidad de actividades comerciales que interactúan a una escala urbana local. Es así como, aunque el problema de invadir zonas públicas se puede atribuir estrictamente al comercio informal, lo cierto es que, ambos –comercio formal e informal– realizan actividades paralelas, compartiendo este espacio, incluso en asociaciones de conveniencia, como lo manifiesta Bautista (2015, citado en Aparicio et al., 2023).

Cabe mencionar que la relación entre el comercio informal y el formal no es la única. García (2015) afirma que *“el comercio ha sido y sigue siendo una de las actividades que ha dado mayor sentido al espacio público urbano”* (p. 28). Por lo tanto, ha convertido al comercio en algo intrínseco de este espacio. Ahora bien, la consolidación del núcleo duro del mercadillo bellavistino, como consecuencia de la invasión del espacio público a través del tiempo, no es algo nuevo, ni tampoco algo específico de esta ciudad; sino que se constituye como la manifestación evolutiva de la dinámica de estos edificios comerciales.

La depredación del espacio urbano – causado por el comercio – trae consigo problemas serios de contaminación. Ambas problemáticas: invasión del espacio y contaminación ambiental culminan en abusos al consumidor. Estos se muestran tanto en el comercio informal como en el formal (Aparicio et al., 2023).

Sobre los problemas de contaminación durante la comercialización, Guerrero et

al. (2017) sostienen que pueden atribuirse a varios factores: inadecuadas infraestructuras, uso de agua contaminada para lavar los productos, mala conservación o las pocas condiciones de seguridad sanitaria en los ambientes.

1.2 Relevancia

Históricamente, los mercados han mantenido un importante rol en el desarrollo de las ciudades. Guerrero et al. (2017) sostienen que este consiste en garantizar la seguridad alimentaria y la nutrición de la población. Asimismo, para Elguera (2018) tienen una función de congregación social, la cual siempre han cumplido.

Lo anterior mencionado se muestra como una evidencia sobre la importancia del buen funcionamiento de los mercados, dejando implícito, los riesgos que implica realizar estas actividades en malas condiciones. Nuestro trabajo –que analiza el caso del mercadillo de Bellavista– no busca mostrar estos riesgos, o por lo menos no se refiere enteramente a esa materia; sino que pretende mostrar el comportamiento y la composición del mercado: aspectos consolidados con el paso del tiempo.

1.3 Alcance

Esta investigación tiene un alcance teórico–descriptivo al centrarse exclusivamente en proponer y describir las partes que componen este mercado urbano sullanense; además, de agruparlas como un espécimen que evoluciona de manera inmediata y

progresiva con el transcurso del tiempo. Por otro lado, hace hincapié en los problemas urbanos a los que se enfrentan quienes se relacionan con este equipamiento, ya sea de manera directa o indirecta: comerciantes, proveedores, clientes y agentes municipales.

Es preciso señalar que entender a los mercados como un ente cambiante no constituye una solución directa a los problemas urbanos actuales, sino un recurso analítico para interpretar su estructura, funcionamiento y evolución dentro del espacio urbano contemporáneo.

1.4 Objetivos: general y específicos

El objetivo general de la investigación es representar una imagen tridimensional de la composición del mercado actual, con el propósito de entender su estructura interna y la dinámica funcional dentro del núcleo duro y de la ciudad. Este análisis busca aportar una visión integral del problema latente para el desarrollo de soluciones acordes a las necesidades de la población sullanense.

Asimismo, los objetivos específicos son:

- a) Representar su forma o cuerpo.
- b) Analizar los sistemas que componen el mercado.
- c) Describir los órganos encargados de las principales funciones del mercado
- d) Reconocer los tejidos que lo articulan.
- e) Identificar las células encargadas de la existencia de este organismo.

2. METODOLOGÍA

2.1 Enfoque general

Entre los enfoques que existen en la investigación –cualitativo y cuantitativo–, el presente trabajo se orienta por el primero. Acerca de este, Chávez (2015) expresa: “Su estructura metodológica aboga por los procesos recurrentes, sin secuencia lineal y de carácter dinámico” (p. 70). Estructura que brinda un campo adecuado para estudiar la dinámica de nuestro caso. Asimismo, la investigación es de tipo básica y es conocida, también, como pura o fundamental. Su propósito es desarrollar una teoría fundamentada en datos empíricos (Chávez, 2015), sin enfocarse en resolver el problema planteado (Arias, 2020).

Asimismo, la investigación mantiene un diseño transversal. Sobre estos tipos de estudios, Arias (2020) expresa: “Este diseño recoge los datos en un solo momento y solo una vez. Es como tomar una foto o una radiografía para luego describirlas en la investigación. Pueden tener alcances exploratorios, descriptivos y correlaciones” (p. 50). En palabras de Chávez (2015, p. 89), “aquí se involucra la dimensión temporal de la investigación, ya que en este tipo de estudios se obtiene información de la población u objeto solo una vez”.

Acerca del modelo anatómico presente en este trabajo, no se plantea como una teoría explicativa universal, sino como un dispositivo heurístico de análisis, el mismo que está orientado a depurar, clasificar, interpretar y resaltar la complejidad espacial y funcional del

mercado bellavistino a partir de analogías estructurales presentes en los organismos vivos. Además, si bien el modelo se centra en único caso, su valor reside en la transferibilidad del procedimiento analítico, el cual puede aplicarse a otros mercados o casos urbanos de similares características o conflictos.

2.2 Técnicas e instrumentos

Las técnicas son variadas, tanto artísticas como académicas y científicas.

Entre las artísticas está el dibujo digital, tradicional y mixto, con las que se plasmarán la realidad conflictiva del mercadillo. Si bien el dibujo es una herramienta central del análisis, se reconoce su carácter interpretativo y no universal. Sus características permiten aislar y representar elementos urbanos mientras se incorporan ideas y/o descripciones, algo que no se puede lograr con una instantánea. Su uso se articula con la observación y el registro de campo.

En las técnicas académicas, empleadas en la revisión de la información, se recurre a las fichas bibliográficas. Para Arias (2020) "se puede utilizar cuando se va a analizar una gran cantidad de libros, artículos o documentos que permiten alcanzar el objetivo de la investigación. Su principal función es reunir la información de los documentos para analizarlos" (p. 55).

En cuanto a las técnicas científicas, se emplea la observación no participante, permitiendo al investigador prestar atención y registrar datos –sobre el

fenómeno, caso, población, sujetos, etc.– sin involucrarse.

En cuanto a los instrumentos de recolección de información, la bitácora de campo constituye un registro sistemático que integra apuntes, bocetos, esquemas y demás evidencias obtenidas durante el trabajo de observación. Este instrumento permite recopilar información relevante para su posterior análisis e interpretación, la cual puede ser contrastada con estudios previos o fuentes documentales. Al respecto, Arias (2020) sostiene que en una bitácora de trabajo es posible incluir diagramas, dibujos e incluso el trazado de rutas, elementos que forman parte de un plan de trabajo orientado a organizar el recorrido desde el punto de partida del investigador hasta la culminación de la observación. Asimismo, señala que este registro debe centrarse en la descripción objetiva de los hechos observados, evitando la incorporación de apreciaciones subjetivas. Su uso es frecuente en disciplinas como el arte, la arquitectura, las ingenierías y la antropología, entre otras (p. 56).

2.3 Período, método y proceso

La presente investigación se desarrolla durante el período que comprende al segundo semestre del año 2025 y se emplea tanto el trabajo de gabinete como el de campo. Al tratarse de una investigación de corte transversal, la toma de muestras se realizó en ciertos días sin incursionar en el seguimiento de cómo se desenvuelve el tema o el área de estudio.

En relación con el trabajo de gabinete, este se inicia con la construcción de una base bibliográfica mediante la recopilación sistemática de documentos, publicaciones y fuentes de información relacionadas con el objeto de estudio. Posteriormente, se realiza un proceso de selección y depuración de las fuentes recopiladas, conservando únicamente aquellas que aportan información relevante para la investigación. Este procedimiento permite establecer un marco teórico sólido y comprender las características, el funcionamiento y las problemáticas asociadas a este tipo de edificios comerciales, proporcionando fundamentos para el análisis e interpretación de los datos obtenidos en campo.

Para la toma de muestras de este caso, se realizó en un período de tres (3) días alternados y comprendidos entre los meses de setiembre y octubre de 2025, evitando las aglomeraciones y alteraciones por eventos festivos o celebraciones. De esta manera, se pretendía captar una representación fidedigna del mercado analizado.

El primer día se inició desde 06:00h. hasta las 21:00h., y se observó las transformaciones que sufre el espacio urbano. Además, se tomaron apuntes sobre los espacios urbanos y comerciales, los puestos de comercios – informales y formales– y algunas apreciaciones sobre el tema en general.

En el segundo día se inició desde las 09:00h. hasta las 13:00h. Se trató de establecer las relaciones, conflictos y

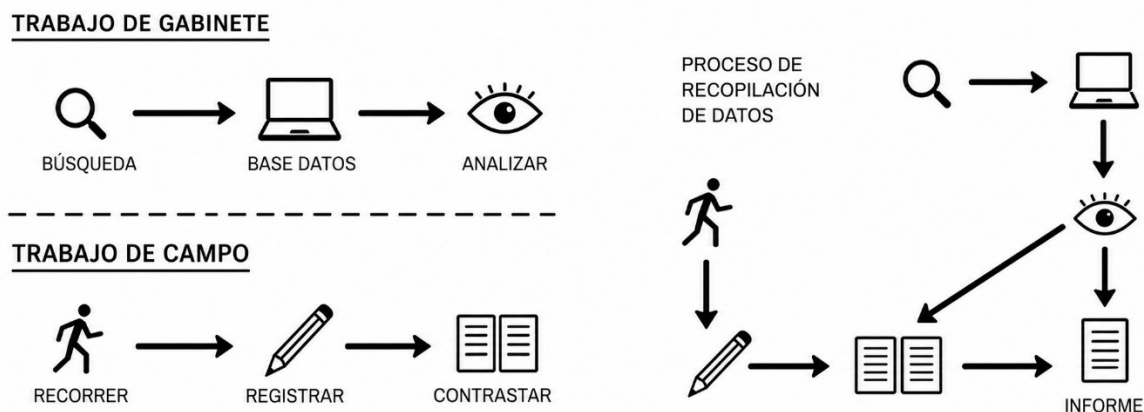
jerarquías, tanto comerciales como urbanas. Asimismo, se volvieron a revisar los apuntes del día uno (1) y se contrastó con la bibliografía. Todo ello con el fin de crear una retroalimentación y ampliar nuestra perspectiva.

Para el día último se hace una revisión de las observaciones anteriormente trabajadas y contrastadas con los antecedentes o estudios revisados. Se reflexiona y plantean borradores de esquemas, mapas y anotaciones que posteriormente se trabajarán en el gabinete. Este día se inicia a las 16:00h. y se termina a las 18:00h.

A continuación, se describe el método empleado durante la fase de trabajo de campo. El procedimiento consistió en recorrer el núcleo central del mercado, recopilando información mediante observaciones directas y registrando los hallazgos en una bitácora de campo. Debido a la complejidad y dinamismo del entorno, el recorrido se realizó a pie a través de los diferentes ambientes y pasillos, tanto del sector formal como del informal, con el propósito de abarcar la totalidad del área de estudio. Durante este proceso, se elaboraron apuntes, bocetos y esquemas de manera ágil y sintética, evitando que su ejecución interfiriera con el desarrollo de la observación. No obstante, estos registros debían representar de forma clara las problemáticas identificadas y los aspectos relevantes percibidos por el investigador, constituyendo una fuente de información fundamental para el análisis posterior.

Figura 1

Proceso y método de recolección de datos.



Fuente. Moreno (2025).

El recorrido se realizó siguiendo los principales ejes: la calle Puno, la avenida Buenos Aires y el transversal Dos de Mayo. De este modo, se observó la materialización de los negocios y, con ello, la transformación del espacio público. Otros contextos de análisis se establecieron dentro de los centros o complejos comerciales –los conglomerados– para observar el comportamiento de estos formatos comerciales. (ver Figura 4). En general, el número de comerciantes y negocios analizados superan la centena, en un tiempo promedio de 25 minutos.

2.4 Marco anatómico de análisis

En el estudio de las ciudades, pensadores como Patrick Geddes (1854-1932) introdujeron la visión de la ciudad como “un organismo vivo”. Siguiendo esa premisa, los mercados –que forman parte esencial de la vida urbana– también compartirían dicha característica. Por ende, la idea de

concebir a los mercados como un cuerpo es casi ineludible. Bajo esta lógica, este trabajo propone una disección –como se le practicaría a un ente orgánico– donde la comprensión del todo surge a través de la exploración progresiva de sus partes.

Este procedimiento–común en la ciencia biológica– sigue su secuencia natural. Es decir, va de lo macro a lo micro, de fuera hacia dentro, del cuerpo hacia el órgano o la célula. El fin u objetivo es encontrar la estructura interna mediante la observación –no participante– y el muestreo mediante apuntes, bocetos y esquemas.

Este enfoque permite navegar entre las distintas capas que recubren el mercado: la estructura morfológica del núcleo duro (cuerpo); los aparatos comerciales formales e informales (sistemas); los acoplados, aglomerados y conglomerados (órganos); las redes físicas y lógicas (tejidos); y, por último, las

unidades mínimas responsables de su existencia, funcionamiento y actividad de este organismo (las células).

Las lecturas –como en todas las radiografías– están apoyadas en bocetos, apuntes y esquemas elaborados durante el trabajo en campo, los cuales funcionan como instrumentos de representación visual. A través de ellos se busca no solo describir la configuración física del mercado, sino también revelar las dinámicas ocultas que son parte del funcionamiento diario de este equipamiento.

2.5 Criterios de análisis y validación

La estructuración analítica del mercado bellavistino en niveles anatómicos –ya descritos previamente–, responden a criterios operativos definidos en el proceso metodológico, los cuales permitieron ordenar, clasificar y analizar la información obtenida en la fase de campo. Esto garantiza la coherencia interna y el rigor interpretativo. (Ver Figura 1)

El criterio de escala espacial permitió diferenciar los niveles de análisis desde lo macro hasta lo micro, identificando el núcleo duro del mercado como el cuerpo; los sistemas comerciales formales e informales, como estructuras funcionales; los aglomerados, conglomerados y acoplados, como órganos; las redes lógicas y físicas, como

tejidos; y los pequeños negocios o comerciantes formales e informales, como las células responsables del funcionamiento de este establecimiento.

Asimismo, el criterio temporal determinó el seguimiento de las actividades establecidas y las temporales, logrando reconocer patrones de estabilidad y transformaciones del espacio urbano.

Sumado a ello, se consideró el criterio funcional, entendido como el rol que cumple cada elemento en la dinámica –comercial y urbana– del mercado.

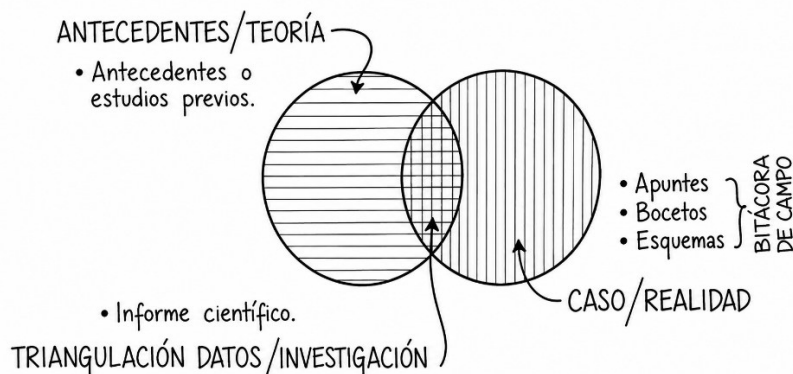
El criterio de relación con el espacio público permitió establecer el grado de invasión y coexistencia entre las actividades comerciales y la infraestructura urbana existente.

Estos criterios actuaron de manera complementaria, evitando una lectura puramente intuitiva y/o fragmentada del fenómeno estudiado.

Acerca de la validación, se realizó una triangulación de datos entre las muestras de campo –apuntes, bocetos, esquemas– y las investigaciones o estudios consultados. Este ejercicio sirvió para depurar las observaciones, ajustar las categorías de análisis y reforzar las interpretaciones de nuestro caso, asegurando que los resultados presentados responden a la lectura sistemática y fundamentada en la realidad observada.

Figura 2.

Representación del proceso de validación de información.



Fuente. Moreno (2025).

2.6 Área de estudio

Para definir el área de estudio es necesario relatar un poco de la historia del mercado, aquella que se transmite – de generación en generación– a modo de relato.

Bellavista como distrito siempre ha tenido su propia identidad y ello le ha llevado a diferenciarse de Sullana ciudad. Antiguamente, Sullana contaba con un mercado –área en donde actualmente se ubica el centro cultural “Reynaldo Moya Espinoza” y el parque de la Cultura “José Carrasco Távara” –y por ello, para la población de la antigua Bellavista –llamada Huangalá chica– se le designó un área: el mercado de carnes.

Este fue ubicado en un sector que después se volvería un lugar estratégico. El crecimiento de la ciudad fue cambiando según las dinámicas urbanas. El mercado de Sullana se trasladó a lo que hoy es el mercado de la ciudad, llamándose “mercado modelo”. Los paraderos –puntos de conexión– con

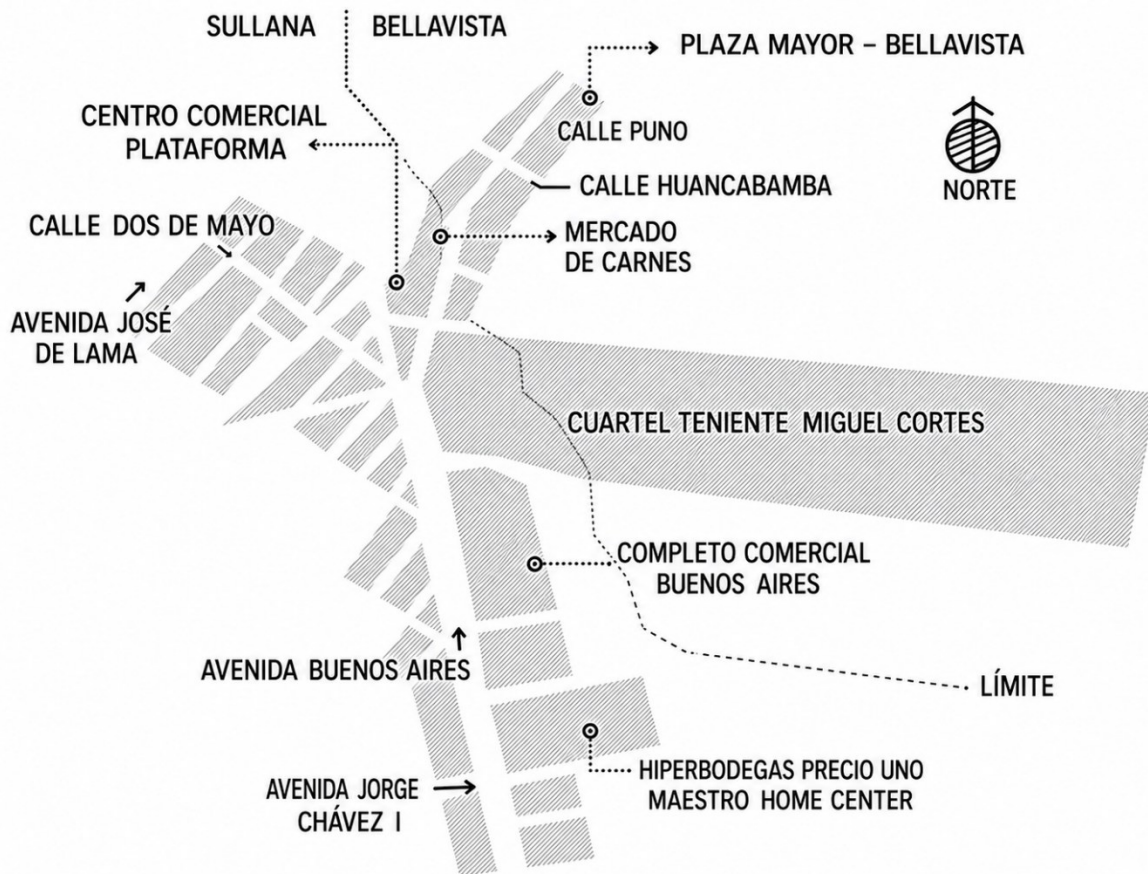
sectores rurales y otros distritos de Sullana provincia se fueron aglomerando cerca del mercadillo, lo que generó que el mercado modelo fuera perdiendo importancia.

Durante el desarrollo de la ciudad, el mercado de carnes empezó a expandirse, modificando su forma y estructura, optando por satisfacer siempre la necesidad de: alimentos, ropa, calzado, materiales, etc.; tanto para la población urbana como para la rural. Así se ubicó a Sullana ciudad –formada por el distrito de Bellavista y el de Sullana–, como centro político, administrativo y económico de la provincia, volviéndose en una ciudad nodal.

Esta porción espacial triangular de la ciudad: ubicada entre la calle Puno en Bellavista, avenida Buenos Aires y avenida José de Lama en Sullana; encierran lo que anteriormente se denominó “el núcleo duro del mercado”, cuerpo que se diseccionará en las siguientes páginas de este artículo.

Figura 3

Delimitación del área de estudio



Fuente. Moreno (2025).

3. RESULTADOS

Radiografía del mercadillo de Bellavista

En cuanto a los resultados, cada una de las siguientes interpretaciones se deriva del análisis conjunto de los registros gráficos realizados en la visita al área estudiada mediante la observación –no participante– directa a los usuarios y comerciantes, la superposición de las capas, los flujos funcionales del mercado y la contrastación con los datos de la base teórica previamente consultada.

Los resultados se organizan de acuerdo con los niveles anatómicos definidos en la metodología, permitiendo identificar relaciones entre la configuración espacial, las dinámicas comerciales y el uso del espacio público. Por otra parte, con este trabajo no se pretende reemplazar a otros modelos; sin embargo, en este caso se plantea como un artefacto que deja ver de manera conjunta y simultánea las relaciones que en otros enfoques se miran de manera fragmentada.

3.1 Cuerpo

El núcleo duro del mercado, actualmente, presenta un cuerpo amorfo tricéfalo. Para explicar mejor esta idea, partimos de la premisa de que el mercadillo se ha ido consolidando con el paso del tiempo siguiendo las dinámicas urbanas: expansión horizontal. La solidificación del comercio en este sector se va dando por los principales ejes –calles y avenidas– y, son los accesos implantados en estos, lo que llamaremos cabezas.

Pues bien, aunque el nacimiento surge con el mercado de carnes, la expansión ha dado lugar a la creación de tres importantes puntos de acceso:

El noreste, en la calle Puno, donde se ubica un primer acceso importante y la primera cabeza.

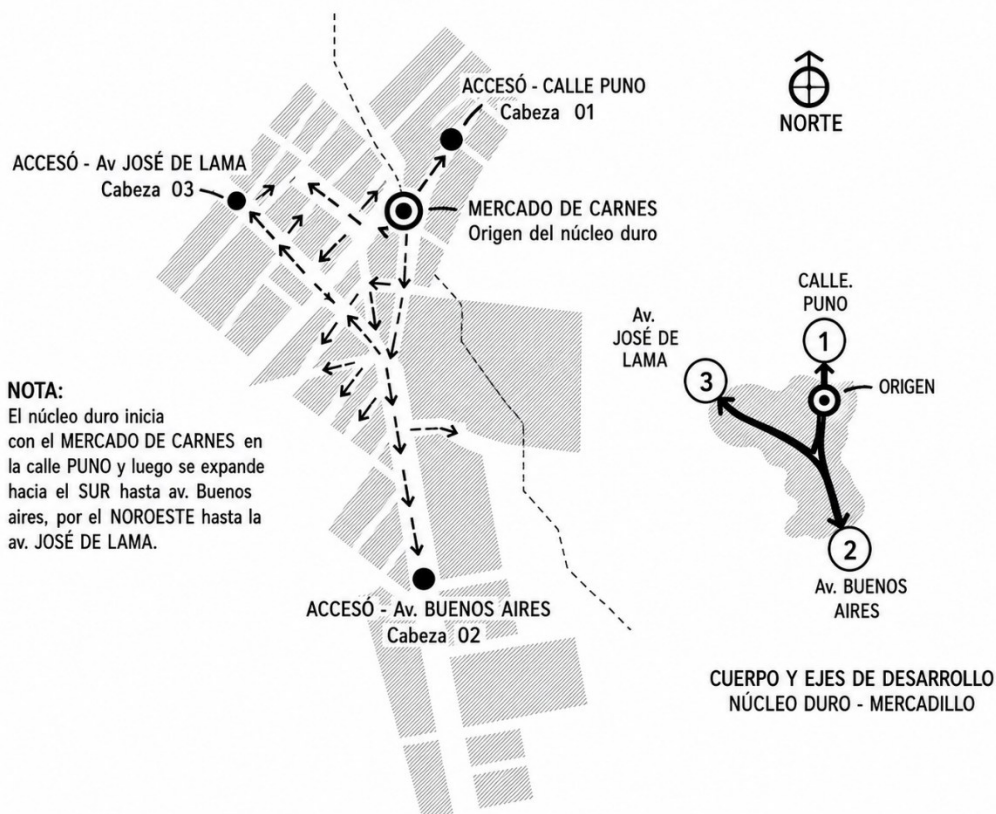
Hacia el sur, por la avenida Buenos Aires, se puede ubicar un segundo acceso importante y la segunda cabeza.

Por el noroeste, es decir, por la calle Dos de Mayo hasta la avenida José de Lama, se encuentra otro importante acceso y la tercera cabeza.

De este modo, el resultado es una masa de comercio con tres accesos principales o, en términos anatómicos, tres cabezas.

Figura 4

Flujo de expansión y estructura interna del núcleo duro del mercadillo



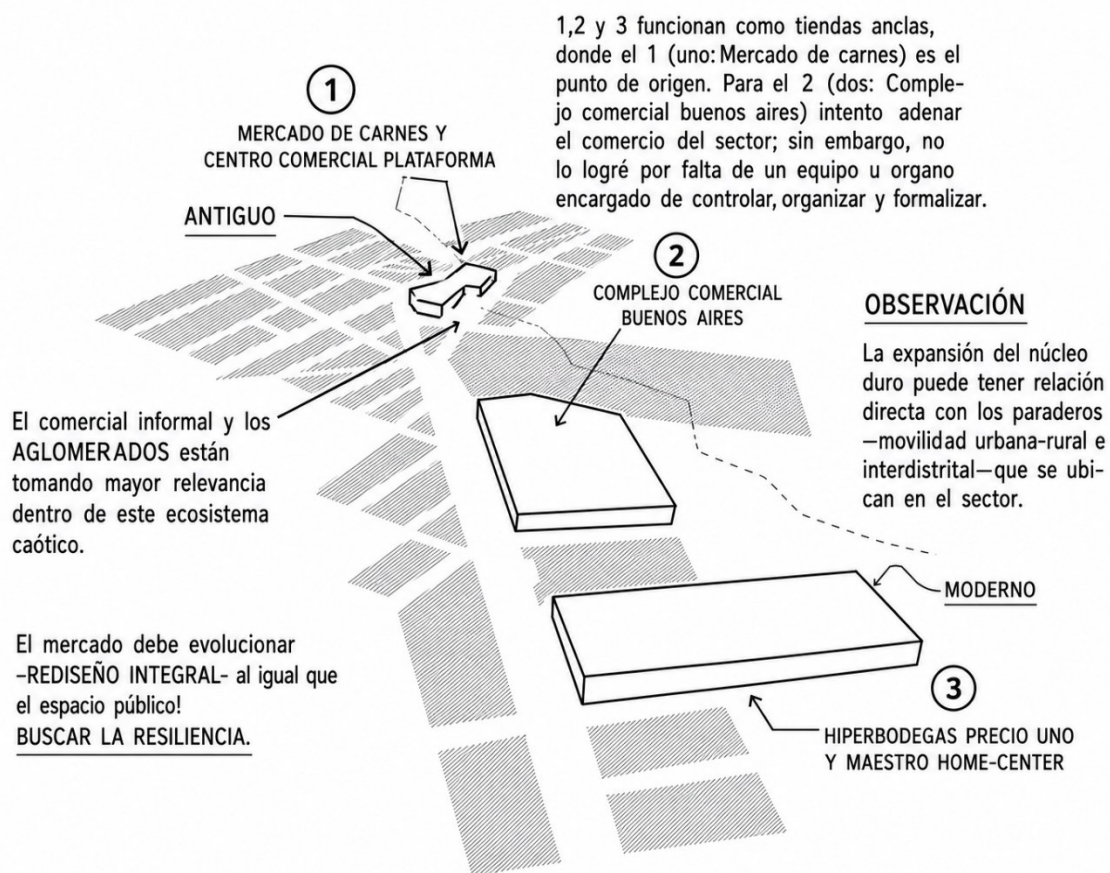
Fuente. Moreno (2025).

Asimismo, la composición estructural interna del mercadillo bellavistino siempre ha compartido similitud con la de los supermercados modernos o malls. Es decir, el mercado de carnes (punto de origen), el centro comercial plataforma en el norte, el complejo comercial Buenos Aires y el reciente supermercado Hiperbodegas Precio Uno en el sur fungen como tiendas anclas y se constituyen como lo más importante en este sector.

Luego, el comercio informal –los puestos ubicados en las calles dentro del núcleo–, cumplen la función de negocios complementarios. Actualmente, la estructura va cambiando y las tiendas anclas del norte –mercados de carnes y centro comercial plataforma– están perdiendo jerarquía. Allí toma mayor relevancia el sector sur: hiperbodegas Precio Uno y Maestro Home Center.

Figura 5

Composición estructural interna del núcleo duro del mercadillo.



Fuente. Moreno (2025).

3.2 Sistemas

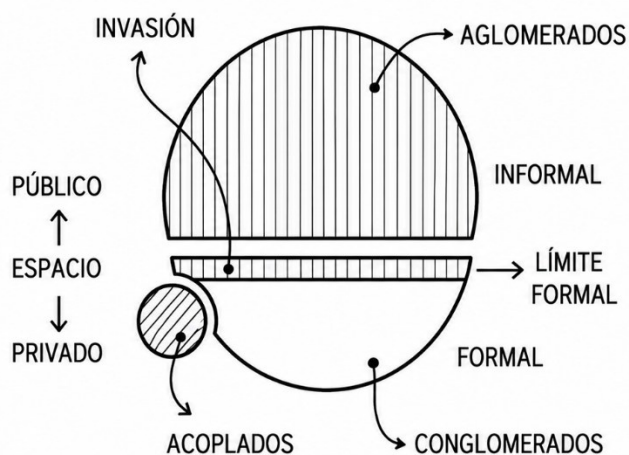
Entrando en la masa comercial, se pueden distinguir dos sistemas: formal e informal. Ambos conviven en este desorganizado ecosistema y se comportan de la misma manera, es decir, el sistema formal ha emulado el comportamiento invasivo del informal, convirtiendo el espacio urbano público en un campo de batalla por atraer clientes y logrando que el bullicio se vuelva algo característico del núcleo duro del mercado.

Aunque ambos sistemas se comportan de igual forma, existen ciertas características que los diferencian.

En el caso del sistema formal, los negocios cuentan con un local, espacio donde se realizan las actividades comerciales. Y en caso de los informales, estos no cuentan con un local y emplean el espacio urbano público como una vitrina para ofrecer sus productos. (ver Figuras: 6, 7 y 9).

Figura 6

Funcionamiento y comportamiento de los sistemas del mercadillo.



NOTA: El Comercio formal - los que forman parte de los CONGLOMERADOS - han emulado el comportamiento invasivo del comercio informal. Sin embargo, los modelos de negocios ACOPLADOS - farmacias, tiendas comerciales, supermercados, etc., mantienen esa imagen de negocios privados y/o semios.

Fuente. Moreno (2025).

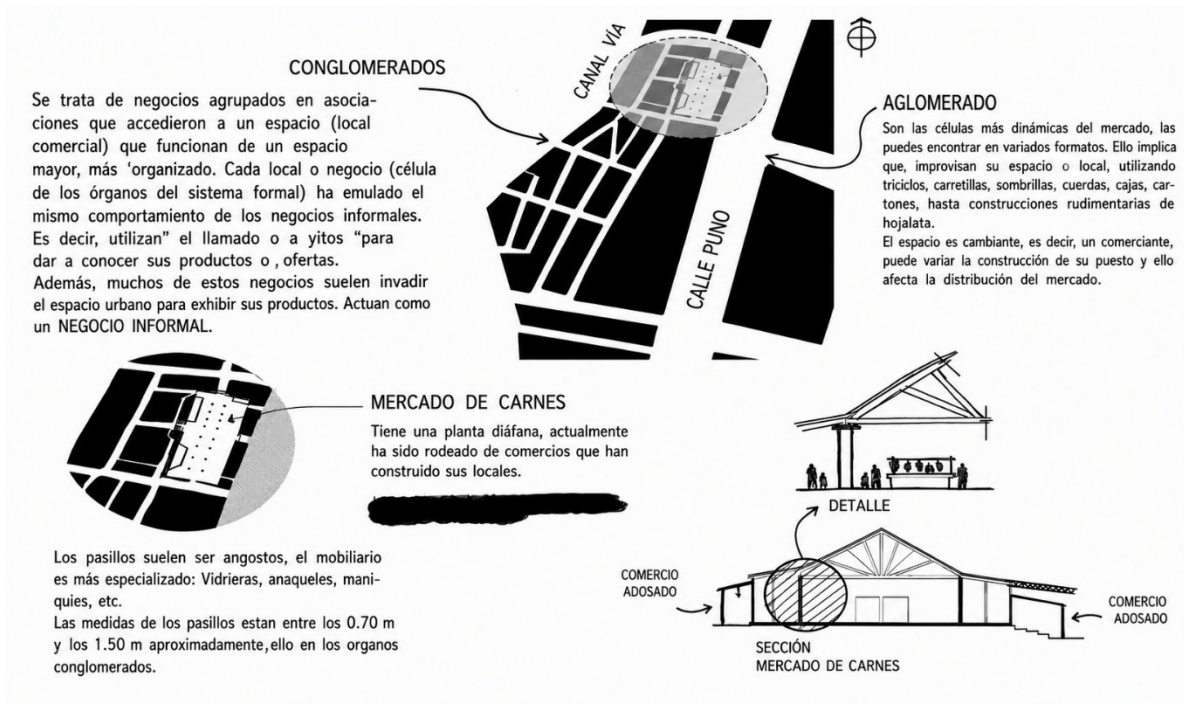
3.3 Órganos

Habiendo explicado los sistemas y manteniendo esa misma línea, dentro del sistema formal se encuentran dos tipos de órganos: conglomerados y los acoplados (ver Figura 6). Los primeros son el conjunto de comercios formales desarrollados en los centros comerciales

y/o en manzanas, formando un circuito comercial un poco más organizado. Son naturales del sector. Por ejemplo: centro comercial Plataforma, complejo comercial Buenos Aires; asimismo, los comercios en las manzanas: calle Puno, transversal Dos de Mayo, avenida Buenos Aires, la calle Uno, calle Dos, entre otros.

Figura 7

Apuntes y bocetos sobre los órganos de los sistemas.



Fuente. Moreno (2025).

Por otro lado, los acoplados son comercios privados que, aunque forman parte de esta masa comercial, mantienen su carácter de institución privada con mayor seriedad y responsabilidad. Esta forma de comercio no es propia del lugar, sino que ha sido

implantada debido a la importante dinámica comercial del sector. Por ejemplo: las farmacias Inkafarma, las boticas Felicidad, las tiendas Mass, las Hiperbodegas Precio Uno y Maestro Home Center, entre otras.

Figura 8.

Apunte sobre negocios acoplados.

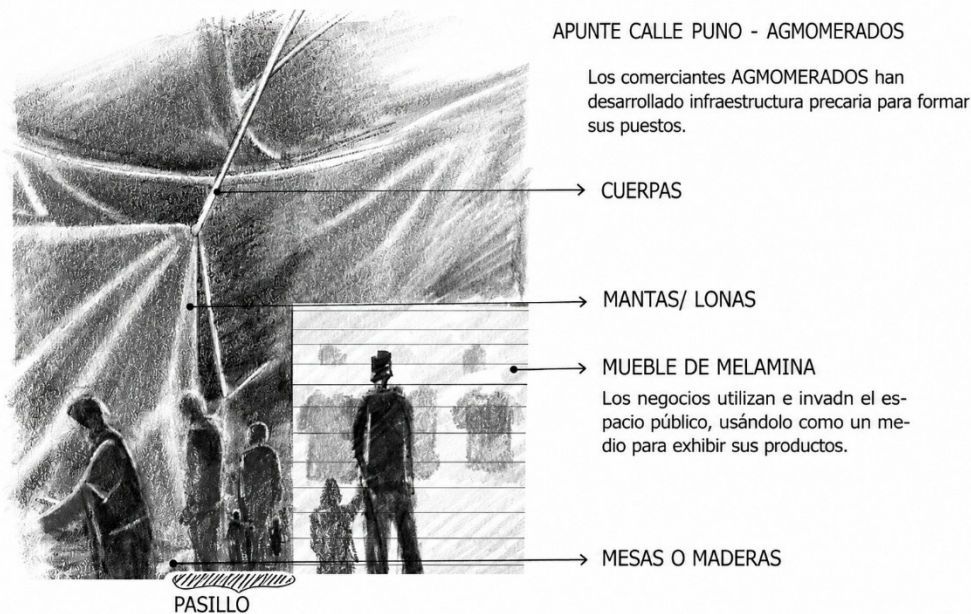


En el sistema informal encontramos los aglomerados, los cuales son un conjunto de comercios dispuestos aleatoriamente dentro del espacio público, como calles, avenidas y áreas verdes. Incluso muchos de estos negocios han desarrollado infraestructura en el espacio urbano público para el almacenamiento de sus productos. Otros comercios han

desarrollado puestos móviles, como carretillas, triciclos, mesas, cajas, mantas y sombrillas, entre otros elementos utilizados para la exhibición de sus productos. Por ejemplo: comercios dentro de la calle Puno, comercios dentro de la avenida Buenos Aires, comercios dentro de la transversal Dos de Mayo, entre otros. (ver Figura 9 y 11).

Figura 9

Apunte sobre la convivencia de los negocios aglomerados



Fuente. Moreno (2025).

3.4 Tejidos

El tejido en el cuerpo del mercado — núcleo duro— presenta una configuración irregular y orgánica, determinada por la necesidad del usuario o cliente, cuyo propósito esencial es facilitar el recorrido dentro de este entorno caótico. Una explicación más precisa es que las conexiones que hacen posible el desplazamiento en el

mercadillo surgen de la necesidad del usuario y se materializan mediante la acción de los comerciantes. Un ejemplo que ilustra esto son los estrechos pasillos de los aglomerados en la calle Puno (ver Figura 9). Estos resultan igualmente reducidos que los pasillos de los conglomerados, como el mercado de carnes y el centro comercial Plataforma, ubicados en la misma calle (ver Figura 7).

Dentro del tejido se contemplan, tanto las redes físicas como las lógicas, que dan forma a los circuitos –por donde se transportan mercadería e información– y, a la vez, son las responsables del funcionamiento de este cuerpo amorfo. Esto es consecuencia dado que el núcleo duro del mercado carece de un órgano de control –un equipo que actué como el cerebro de este organismo–, el que está encargado de manejar un buen funcionamiento y minimizar su impacto: el desborde y la contaminación.

Acercas de las redes físicas, estas están compuestas por estrechos pasillos y callejuelas, tanto en los conglomerados y aglomerados, atestados de mercaderías, y el bullicio de los comerciantes ofreciendo sus productos u ofertas.

Aunque los conglomerados presentan una mejor organización en términos de

control y limpieza, es en los aglomerados donde se evidencia y materializa la desorganización y la contaminación de todo el sector (ver Figura 10).

Sin embargo, en la población comercial del mercadillo, recientemente se ha incorporado una nueva red digital que presenta gran aceptación entre los órganos de ambos sistemas. Las aplicaciones –billeteras digitales– han encontrado en la actual comunidad del mercadillo –con mayor acceso a los dispositivos electrónicos: celulares– un campo favorable para desarrollar y facilitar distintas actividades comerciales. Explicado en términos sencillos, dentro del núcleo duro, la mayor parte de comerciantes –formales e informales– realizan ventas aceptando pagos por aplicativos.

Figura 10

Esquema y observaciones sobre el tejido del mercado.



El bullicio se mantiene en ambos órganos de ambos sistemas, aunque los pasillos del Sector CONGLOMERADOS se encuentran más limpios y ordenados, Sin embargo, no hay señales de seguridad o de evacuación.



IMPORTANTE.

La digital democratiza, durante el recorrido es común las transacciones por medio de pagos de APP'S.

El [icon] es una de las aplicaciones más aceptadas dentro de los negocios tanto formales como informales.



Fuente. Moreno (2025).

3.5 Célula

Disecionando los órganos de ambos sistemas –obviando los acoplados, dado que, aunque forman parte del núcleo duro, mantienen un carácter privado y su presencia fue atraída por el dinamismo del lugar. Así, encontramos dos tipos de células: el comerciante informal y la microempresa. Cada célula maneja su propia información: los precios, los flujos, las ofertas, los horarios, entre otras. Esto se da en ambos órganos de cada sistema.

Sobre el comerciante informal se puede observar que invade el espacio público, como son avenidas, calles y áreas verdes. Allí improvisa un ambiente –local o puesto– empleando materiales accesibles: sacos, tablas, cartón, mantas, jabas, carpas, sombrillas, carretillas, triciclos, etc. (ver Figura 11).

Las actividades no solo depredan el espacio urbano público y son un riesgo para la salud de las personas, como en el caso de venta de productos para el consumo; sino que, los comerciantes informales también se someten a extenuantes jornadas laborales y en ambientes insalubres.

En cuanto a los comerciantes formales, se puede observar que, aunque sus jornadas también son agotadoras debido a la competencia con el sector informal, están expuestos a las mismas condiciones de insalubridad.

La ventaja o beneficio de estos negocios formales o microempresas es contar con un ambiente –local comercial– que les garantice algo de seguridad para su inversión: la mercadería.

Figura 11

Célula informal común

ELEMENTOS DE LA CÉLULA -INFORMAL-

- SACOS
- MANTAS
- SOMBRILLAS
- CAJAS, JABAS
- TABLAS
- CARPAS
- TRICICLOS
- CARRETILLAS
- ROCAS
- CUERDAS

Muchas veces el formato de la célula informal cambia, algunas emplean motocarros, triciclos, carretillas o lo más común, emplean cajas, sacos, sombrillas, mantas, etc.; para improvisar su puesto.

Esta célula informal se ubica en el espacio público, a un lado de los conglomerados.

CÉLULA INFORMAL
COMÚN.



Fuente. Moreno (2025).

Para finalizar esta fase, los resultados alcanzados deben entenderse enmarcados en el contexto específico del caso analizado. En ese aspecto, el modelo anatómico se reafirma como una herramienta exploratoria cuya pertinencia y alcance solo pueden ser evaluados mediante su aplicación y contrastación con otros entornos urbanos y no como una estructura o teoría universal cerrada como se ha mencionado anteriormente.

4. DISCUSIÓN

Antes de iniciar, es necesario precisar algunas limitaciones encontradas durante la investigación.

En cuanto a la base bibliográfica a la cual se tuvo acceso, la discusión siempre se ha centrado en describir el comportamiento, la relación y los efectos del comerciante, sea en el ámbito formal o informal, con respecto al espacio público urbano. De esto, surgen nuevos tipos o modelos para reformular nuevos formatos de mercados; obviando la evolución y adaptación del espacio urbano frente a estos nuevos paradigmas.

Asimismo, la discusión se da solamente en el nivel celular, donde se define al comerciante como aquella persona o individuo que tiene como actividad socioeconómica la venta de productos para el consumo del hogar, pues para realizar dicha actividad recurre a ocupar el espacio público como forma de mercadeo (Canedo, 2019).

La anterior afirmación no hace diferencia entre el informal y el formal, puesto que

ambos suelen compartir la misma problemática: invadir, de alguna u otra manera, el espacio público urbano.

Entonces, comerciar en áreas urbanas públicas es una respuesta natural frente a los obstáculos para acceder a un trabajo. Así lo expresa Jaramillo (2007, como se citó en Canedo, 2019), al sostener que las personas, para hacer frente a las limitaciones y rigidez de la economía, responden realizando actividades de comercio ambulatorio en espacios considerados públicos, como el centro histórico de la Ciudad de México.

Por lo tanto, el problema no es comerciar en espacios considerados públicos, el problema es no controlarlo. Según García (2015) el comercio organizado adecuadamente dentro de las áreas públicas genera ciudad, pero el exceso también produce desequilibrio y la desnaturalización de esta. Entender esto implica no prohibir el comercio en los espacios públicos, sino organizarlo y controlarlo; sumado a ello, la búsqueda del rediseño o la modernización de los mercados y espacios urbanos: la resiliencia.

La idea de rediseñar los mercados de abastos no es nueva y, por el contrario, este concepto está buscando la modernización de estos equipamientos: de mercados tradicionales a mercados inteligentes. Ante ello, Fernández y Anchuela (2012) sostienen que: "Es evidente que existe la necesidad de reformular el modelo para que pueda competir con otros conceptos comerciales alternativos. Pero, ¿cuál debe ser el modelo (o los modelos) del

mercado contemporáneo? Y, sobre todo, ¿cuáles deben ser los conceptos básicos que establezcan su redefinición?” (p. 82).

Con la reformulación –el rediseño– de los nuevos modelos de mercados, nace el concepto de mercados inteligentes. Alonso (2010) expresa que “Los mercados minoristas inteligentes deben pensar en buscar y generar constantes impactos de comprar en el consumidor” (p. 8). Sin embargo, el rediseño de los nuevos modelos de mercados –minoristas– inteligentes no soluciona el problema de la invasión del espacio público, pero si da iniciativa a replantear o rediseñar áreas urbanas más resilientes. En esa línea, toma relevancia la afirmación de Aparicio et al. (2023, p. 180) “Son espacios públicos híbridos: edificios y calles reconocidos por la presencia de un comercio tradicional”.

Con lo anterior, no se hace apología a la invasión del espacio público ni se busca incentivar el comercio informal; por el contrario, se sostiene que el comercio – formal e informal– es inherente a lo público, es decir, a calles, avenidas, parques y áreas verdes. En ese sentido, prohibirlo o restringirlo no constituye la solución, sino que lo adecuado es controlarlo, organizarlo y formalizarlo.

Asimismo, se puede considerar que las acciones de controlar, organizar y formalizar el comercio informal podrían generar nuevos problemas urbanos. Sin embargo, para no caer en nuevos conflictos, es necesario un estudio exhaustivo de la idiosincrasia de la población, con el fin de plantear un adecuado funcionamiento del mercado.

Cáceres Ripol (1999, como se citó en Guzmán et al., 2021, p. 97) sostiene que: “Un buen funcionamiento del mercado genera externalidades positivas en las zonas cercanas, impulsando la terciarización y el dinamismo económico”.

En resumen, la bibliografía sostiene la importancia de los mercados de abastos e inicia la búsqueda para su modernización; descuidando las transformaciones derivadas de este nuevo fenómeno. No obstante, el análisis realizado permitió identificar que las dinámicas comerciales del mercado no pueden entenderse únicamente desde la visión arquitectónica o tecnológica, sino que también se debe incluir una revolución al espacio público urbano, convirtiéndolo en un elemento clave para desarrollar un ecosistema adecuado al cuidado, organización y control de las nuevas células de los mercados urbanos.

5. CONCLUSIONES

La invasión del espacio urbano público a manos de comerciantes informales y formales en el mercadillo de Bellavista – Sullana no es algo repentino ni particular de esta ciudad, sino que este fenómeno forma parte del proceso evolutivo presente en este tipo de equipamientos urbanos. En otras palabras, la consolidación del núcleo duro –por medio de la invasión del espacio público urbano– del mercado era predecible e inevitable; incluso si se construyera un nuevo mercado, propuesta que ya se está gestando actualmente en el terreno del cuartel teniente Miguel Cortés. Esto sería cuestión de tiempo para que se

repitiera dicho fenómeno: invadir las calles aledañas al proyecto.

Las células encargadas del funcionamiento del mercado son el resultado de esta situación conflictiva. Esta idea podría manifestarse de la siguiente forma: los distintos formatos de la célula informal, al igual que las células de los conglomerados, aprovechan el dinamismo generado por las necesidades y demanda de productos de la población para acceder a un trabajo o fuente de ingresos para el sustento familiar, aunque ello implique la invasión del espacio público. Este aspecto también lo encuentran atractivo los nuevos órganos denominados acoplados.

Acerca de los circuitos o redes físicas y lógicas, que forman el tejido del núcleo encargado del funcionamiento del mercado, se han ido consolidando en un largo proceso pragmático entre el usuario y el comerciante. Con el paso del tiempo, se han ido generando capas y se han centrado en cubrir solo las necesidades básicas de surtir de productos a la población sullanense. Esto ha dado el aspecto amorfo del actual mercadillo, sin

importar el confort del trabajador ni de los usuarios.

Los órganos que se desarrollaron e incorporaron posteriormente, conglomerados y acoplados, nunca pudieron solucionar o revertir el problema de la invasión del espacio público porque carecían de un equipo interno o externo al mercado –órgano central nervioso– que entendiera la dinámica interna de dicho equipamiento y planteara una propuesta para mejorar esta condición.

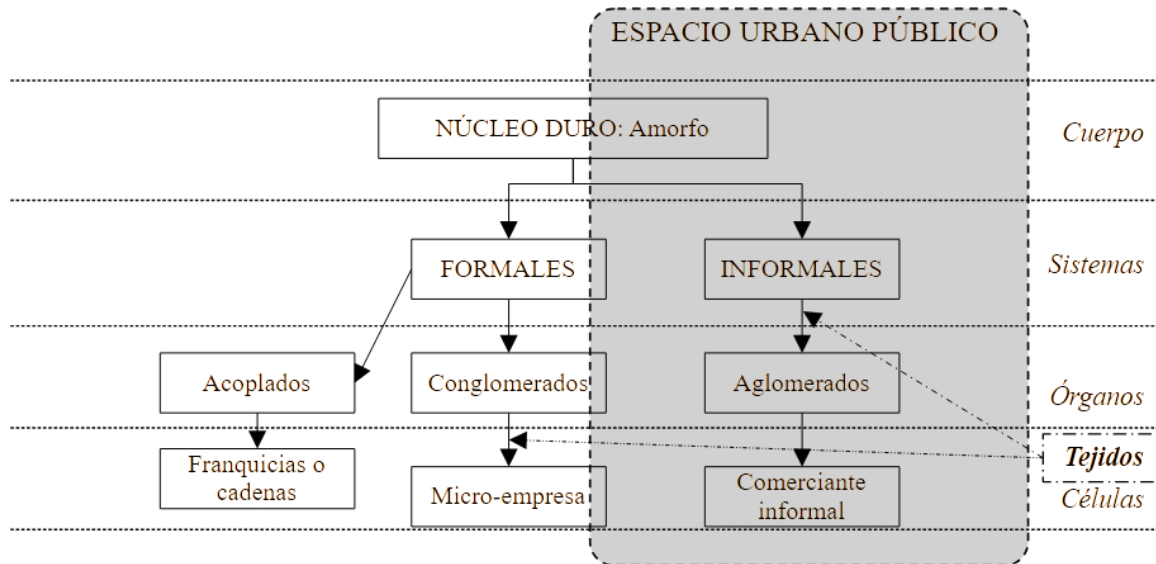
Aunque se ha creado una convivencia entre ambos sistemas (formal e informal), estos se involucran en una lucha diaria, no solo por atraer clientes, sino, también, por invadir el espacio público, siendo el usuario o cliente el verdadero perjudicado.

La consolidación del cuerpo del núcleo duro del mercadillo se ha ido ejecutando con el paso del tiempo a través de tres importantes ejes: calle Puno, calle transversal Dos de Mayo y avenida Buenos Aires (ver Figura 4); sin embargo, su estructura interna está marcada por los dos sistemas importantes ya mencionados: formal e informal.

Figura 12

Esquema sobre la organización del mercadillo de Bellavista, Sullana.

Fuente. Moreno (2025).



Por otra parte, el principal aporte del presente trabajo no radica en formular una teoría cerrada, sino en plantear un marco analítico exploratorio que abre nuevas posibilidades de lectura, empleando el

dibujo y la analogía estructural y dotando a los investigadores de nuevas herramientas de conceptualización y/o redefinición de los conflictos urbanos para el desarrollo de soluciones de acorde a la idiosincrasia de la sociedad actual.

6. BIBLIOGRAFÍA

Alonso Gordon, R. (2010) Mercados minoristas inteligentes: una respuesta eficiente a las demandas de los consumidores. *Distribución y Consumo*, (109), 5-12

Aparicio Rengifo, R., Fonseca Laverde, K., y González Quintero, J. F. (2023). Plazas de mercado en Colombia: creación cultural y organización socioespacial del comercio informal. *Revista INVI*, 38(108), 177-206.

<https://revistainvi.uchile.cl/index.php/INVI/article/view/67686>

Arias Gonzales, J. L. (2020). Proyecto de tesis. Guía para la elaboración. Arequipa - Perú.

Canedo Ávila, Ximena Alejandra. (2019). Estrategias comerciales implantadas en espacios públicos no destinados al comercio, *Revista Investigación y Negocios*, 12(20), 159-198.

http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2521-27372019000200011



- Chávez Giraldo, J. D. (2015). *La investigación en los campos de la arquitectura: reflexiones metodológicas y procedimentales*. Universidad Nacional de Colombia. Facultad de Arquitectura.
- Elguera Chumpitaz, H. R. (2018). Estrategias de formulación de los mercados de abasto y su influencia en la sociedad y cultura, *Centro de Investigación de la Creatividad UCAL* 1, 25-33. <https://hdl.handle.net/20.500.12637/241>
- Fernández Antonio, J. R., y Anchuela Ocaña, I. (2012). Los mercados minoristas como instrumentos de dinamización comercial y de regeneración urbana. *REVISTA ÁBACO*, 3(73), 79-86.
- García Doménech, S. (2015). Espacio público y comercio en la ciudad contemporánea. *Revista Dearq*, (17), 26-39 <https://doi.org/10.18389/dearq17.2015.02>
- Guerrero, B., Lazarte, M., y Méndez, C. (2017). Guía para la planificación y diseño de mercados minoristas en las ciudades del Perú. Lima, FAO. https://transparencia.produce.gob.pe/images/stories/Repositorio/transparencia/proyectos-de-inversion/niveles-de-servicio/2021/PNDP/NC/Guia_para_la_planificacion_y_diseno_de_mercados.pdf
- Guzmán Pérez, B., Pérez Monteverde, M. V., Mendoza Jiménez, J., y Román Cervantes, C. (2021). El desarrollo urbano sostenible y los mercados de abastos: el ejemplo de la cooperativa de servicios Nuestra Señora de África (Tenerife). *Revista CIRIEC Costa Rica*, 1(1), 93-114.