



Facultad de Arquitectura y Urbanismo

Proyecto de Fin de Carrera

**Diseño arquitectónico del Mercado
Artisanal Arenas y propuesta de
mejoramiento urbano del entorno
inmediato.**

Andrea Cristina Arias Yáñez.

Arquitecto Vladimir Morales.

Quito, Marzo 2015

DECLARACIÓN JURAMENTADA

Yo, ANDREA CRISTINA ARIAS YÁNEZ, con cédula de identidad número 171559515-1, declaro bajo juramento que el trabajo aquí desarrollado es de mi autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún grado a calificación profesional; y, que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

A través de la presente declaración, cedo mis derechos de propiedad intelectual correspondientes a ese trabajo, a la UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su reglamento y por la normativa institucional vigente.

Andrea Cristina Arias Yáñez

C.I. 1715595151

DECLARATORIA

El presente trabajo de investigación titulado:

**“Diseño arquitectónico del Mercado Artesanal Arenas y
propuesta de mejoramiento urbano del entorno
inmediato.”**

Realizado por:

ANDREA CRISTINA ARIAS YÁNEZ

Como requisito para la obtención del Título de:

ARQUITECTO

Ha sido dirigido por el profesor

Arquitecto Vladimir Morales.

Quien considera que constituye un trabajo original de su
autor.

Arquitecto Vladimir Morales.

DIRECTOR

LOS PROFESORES INFORMANTES

Los profesores informantes:

Arq. Nancy Carchipulla.

Arq. Mauricio López.

Después de revisar el trabajo presentado, lo han calificado como apto para su defensa oral ante el tribunal examinador.

Arq. Nancy Carchipulla.

Arq. Mauricio López.

DEDICATORIA

Dedico este Trabajo de Fin de Carrera a papá Segundo, quien a lo largo de mi vida y mis estudios inspiró mi espíritu para la conclusión de este objetivo.

AGRADECIMIENTO

A Dios, por permitirme llegar a esta etapa de la vida y poder cumplir este anhelo.

A mis padres quienes con su ejemplo de lucha, sencillez y ética pueden ver el fruto de su trabajo.

A mi hermano, por su increíble colaboración, entusiasmo, por compartir y ser parte de mi sueño.

A mis profesores quienes colaboraron con un granito de arena a mi formación, principalmente a mi director Vladimir Morales quien gracias a su gentil y profesional ayuda supo guiar mi camino para superar las dificultades.

A Pili y Caro, por su inmenso amor y apoyo recibido durante tantos años de amistad.

A todos las personas que estuvieron pendientes para que pueda culminar este proyecto.

RESUMEN

En los distintos tipos de mercados que existen en la ciudad de Quito; podemos encontrar un singular mercado de pulgas, que recoge la historia de la Ciudad.

El barrio en el que fue asentado este mercado muestra algunas características de la época republicana; como son las casas antiguas, las calles angostas y empedradas, la famosa calle conocida como la Guaragua, que denotan la belleza de este lugar.

Debido a que el Mercado se implantó en este sector, las actividades del barrio fueron cambiando, convirtiéndolo así en una zona comercial y por la falta de planificación del reasentamiento se generó una serie de problemas en el barrio; como es la escasez de parqueaderos que provoca un caos vial, falta de conservación en su imagen urbana, y la deficiencia de espacio para la realización de las actividades.

Para mantener la tradición propia que caracteriza al mercado Artesanal Arenas, se propone diseñar un objeto urbano-arquitectónico destinado al comercio, que represente un nuevo referente urbano, que interactúe con su entorno, que llegue a comunicarse no solo de una forma visual sino también funcional, que brinde calidad de imagen y que se pueda marcar un orden en el comercio; haciendo que los habitantes se apropien del lugar sin olvidar el bienestar humano.

Palabras clave: Comercio, Mercado, Plaza Arenas.

ABSTRACT

In the various types of markets that exist in the city of Quito; we can find a unique flea market, which reflects the history of the City.

The neighborhood, in which this market was settled, shows some features of the Republican era; like its old houses, its narrow cobbled streets, the famous street known as the Guaragua; denoting the beauty of this place.

Because the Market was located in this area the neighborhood activities changed, transforming it in a commercial zone; and the lack of resettlement planning of the market, it generated a several number of problems; such as the shortage of parking which provokes traffic chaos, the lack of conservation in its urban image, and the deficiency of space for performing activities.

To preserve the tradition that characterizes the Arenas market was proposed an urban-architectural object design; which represents a new urban reference, that interacts with the environment and communicate not only in a visual way, but also functional, providing an image quality that can mark a trade order making the people take ownership of the place without forgetting the human being.

Keywords: Flea market, market, Plaza Arenas.

ÍNDICE DE CONTENIDO

PORTADA _____	i	1.5. Objetivos. _____	14	2.2.3.3. Mercado de pulgas de Saint-Ouen.	
DECLARACIÓN JURAMENTADA _____	ii	1.5.1. Objetivos generales. _____	14	2.2.3.4. Mercado de Naviglio Grande.	
DECLARATORIA TUTOR _____	iii	1.5.2. Objetivos particulares. _____	14	2.2.3.5. Mercado callejero de Portobello.	
DECLARATORIA INFORMANTES _____	iv	1.6. Alcances. _____	15	2.2.3.6. Mercado de La Ladrona.	
DEDICATORIA _____	v	1.6.1. Nivel teórico.		2.2.3.7. Mercado de pulgas de Hella's Kitchen.	
AGRADECIMIENTO _____	vi	1.6.2. Análisis de la situación actual; diagnóstico.		2.2.3.8. El gran bazar de Estambul.	
RESUMEN / ABSTRACT _____	vii	1.6.3. Modelización.		2.2.3.9. Mercado Central de Budapest.	
ÍNDICE GENERAL _____	viii - ix	1.6.4. Nivel objetos urbanos. Nivel objetos arquitectónicos		2.2.3.10. Mercado de Jan el- Jalili.	
ÍNDICE DE IMÁGENES _____	x-xi	1.7. Bibliografía. _____	15	2.2.3.11. Mercado chino de Donghuamen.	
1. CAPÍTULO I: DENUNCIA.		2. CAPÍTULO II: CONCEPTUALIZACIÓN.		2.2.3.12. Mercado de Bangkok.	
1.1. Antecedentes. _____	1-3	2.1. Marco teórico conceptual. _____	15	2.2.3.13. Mercado Chandni Chowk.	
1.2. Problemática. _____	3	2.1.1. Mercados. _____	15-16	2.3. Repertorios _____	24
1.2.1. Mercados en la ciudad de Quito. _____	3-4	2.1.1.1. Factores productivos. _____	16	2.3.1. Repertorio local. _____	24-27
1.2.1.1. Cadena de intermediación. _____	5	2.1.1.2. Los agentes económicos. _____	16-17	2.3.1.1. Definición filosófica del proyecto.	
1.2.1.2. Tipificación y jerarquización de mercados y ferias en la ciudad de Quito. _____	5	2.1.1.3. El flujo circular de la actividad económica. _____	17	2.3.1.2. Elementos o componentes del proyecto.	
1.2.1.3. Mercado artesanal. _____	5	2.1.1.4. Tipos de mercados. _____	17	2.3.1.3. Estructura del proyecto.	
1.2.2. Mercado Artesanal "Arenas". _____	5	2.1.1.5. Clasificación de mercados. _____	18	2.3.1.4. Funcionalidad del proyecto.	
1.2.2.1. Estado actual del mercado Artesanal "Arenas". _____	6	2.1.1.6. Sistema tradicional de comercialización. _____	18	2.3.1.5. Integración del proyecto.	
1.2.2.2. Artículo periodístico. _____	7	2.1.1.7. Relación rural/urbana en el sistema de abastecimiento y distribución de productos. _____	18	2.3.1.6. Modelo teórico.	
1.2.3. Delimitación preliminar del ámbito de estudio. _____	8	2.1.2. Restauración. _____	18	2.3.2. Repertorio nacional. _____	29-34
1.2.3.1. Área de estudio. _____	8-11	2.1.2.1. Definición. _____	19	2.3.2.1. Definición filosófica del proyecto.	
1.2.3.2. Zona de estudio. _____	12	2.1.2.2. Tipo de operaciones. _____	19	2.3.2.2. Elementos o componentes del proyecto.	
1.3. Justificación. _____	13	2.1.2.3. Teorías de Restauración. _____	19	2.3.2.3. Estructura del proyecto.	
1.4. Metodología. _____	13-14	2.1.3. Reciclaje de arquitectura. _____	19-20	2.3.2.4. Funcionalidad del proyecto.	
		2.2. Investigación. _____	20	2.3.2.5. Integración del proyecto.	
		2.2.1. Origen del mercado de pulgas. _____	20	2.3.2.6. Modelo teórico.	
		2.2.2. Mercado de pulgas. _____	20-21	2.3.3. Repertorio nacional. _____	35-40
		2.2.3. Mercados más famosos del mundo. _____	21-23	2.3.3.1. Definición filosófica del proyecto.	
		2.2.3.1. Feria de San Telmo.		2.3.3.2. Elementos o componentes del proyecto.	
		2.2.3.2. El rastro de Madrid.		2.3.3.3. Estructura del proyecto.	

- 2.3.4. Matriz de confrontación de repertorios. _41
- 2.3.5. Matriz propia. _____42-44

2.4. **Conocimiento directo del contexto.** _____44

- 2.4.1. Área de intervención. _____45
- 2.4.2. Matriz de trazado + geometría. _____46
- 2.4.3. Tejido vs. Vacío. _____47
- 2.4.4. Sistema de movilidad. _____48
- 2.4.5. Equipamientos. _____49
- 2.4.6. Inventario patrimonial. _____50
- 2.4.7. Tipología de edificación. _____51
- 2.4.8. Usos de suelo en Planta baja. _____52
- 2.4.9. Usos de suelo en planta alta. _____53
- 2.4.10. Alturas de edificación. _____54
- 2.4.11. Estados de edificación. _____55
- 2.4.12. Cosas urbanas. _____56
- 2.4.13. Diagnósticos de oportunidades urbanas. _____57
- 2.4.14. Estado actual terreno mercado Plaza Arenas _____58
- 2.4.15. Diagnóstico de fachadas. _____59-77

3. **CAPÍTULO III:
PROPUESTA.**

- 3.1. Modelo conceptual. _____78-83
- 3.2. Propuesta urbana. _____84-88
- 3.3. Modelo teórico. _____89-90
- 3.4. Modelo dimensional. _____91-97
- 3.5. Modelo propositivo. _____98-103
- 3.6. Estructura. _____104-106
- 3.7. Mobiliario. _____107-108
- 3.8. Materialidad. _____109-111
- 3.9. Integración con el entorno. _____112
- 3.10. Anexos _____113-115

4. **CAPÍTULO VI:
PROYECTO ARQUITECTÓNICO.**

- 4.1. Planos arquitectónicos. _____116-128
- 4.2. Perspectivas. _____129-130
- 4.3. Imágenes. _____131-134

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen No.1 Centro Histórico de la ciudad de Quito._____1	Imagen No.23 Mercado de pulgas de Saint-Ouen._____22	Imagen No.46 Vista Plaza Cívica._____33
Imagen No.2 Ubicación pasaje Miranda._____2	Imagen No.24 Implantación Centro Artesanal de Mazapán de Calderón._____24	Imagen No.47 Fachada frontal Mercado “9 de octubre” y edificaciones aledañas._____33
Imagen No.3 Pasaje Miranda._____2	Imagen No.25 Planta general- zonificación proyecto._____25	Imagen No.48 Vista aérea del Mercado Santa Caterina.____35
Imagen No.4 Plaza de toros “Las Arenas de Quito”._____2	Imagen No.26 Corte Longitudinal proyecto._____25	Imagen No.49 Vista aérea del antiguo Mercado Santa Caterina._____35
Imagen No.5 Terreno del mercado Artesanal Arenas._____3	Imagen No.27 Fachada local de exhibición._____26	Imagen No.50 Planta principal Mercado Santa Caterina.____36
Imagen No.6 Mercado Artesanal Arenas._____3	Imagen No.28 Planta tipo locales de exhibición._____26	Imagen No.51 Planta Mercado Santa Caterina._____37
Imagen No.7 Establecimientos de comercialización._____4	Imagen No.29 Estructura._____26	Imagen No.52 Corte Transversal Mercado Santa Caterina._____37
Imagen No.8 Procedencia de los vendedores._____4	Imagen No.30 Volumetría locales._____27	Imagen No.53 Vista área construcción Mercado Santa Caterina._____38
Imagen No.9 Tipos de comercio del mercado Artesanal Arenas._____6	Imagen No.31 Vista interior desde el espacio central.____27	Imagen No.54 Vista interna construcción Mercado Santa Caterina._____38
Imagen No.10 Implantación general mercado Artesanal “Arenas”._____6	Imagen No.32 Vista interior hacia el espacio central.____27	Imagen No.55 Vista área Mercado Santa Caterina._____39
Imagen No.11 Centro comercial artesanal “Arenas”._____6	Imagen No.33 Funcionalidad del proyecto._____27	Imagen No.56 Corte transversal._____39
Imagen No.12 Centro comercial artesanal “Arenas”._____7	Imagen No.34 Implantación del proyecto._____27	Imagen No.57 Vista interna Mercado Santa Caterina.____39
Imagen No.13 Localización de la ciudad de Quito._____8	Imagen No.35 Implantación mercado 9 de octubre.____29	Imagen No.58 Vista posterior Mercado Santa Caterina.____39
Imagen No.14 Mapa de ubicación de las parroquias de Quito._____8	Imagen No.36 Estado original Mercado “9 de octubre”.____29	Imagen No.59 Fachada Frontal Mercado Santa Caterina.____39
Imagen No.15 Mapa de ubicación de las parroquias San Juan y Centro Histórico._____10	Imagen No.37 Estado original Plaza Cívica”._____29	Imagen No.60 Contenedores apilados._____81
Imagen No.16 Plano área de estudio._____11	Imagen No.38 Planta tipo Mercado “9 de octubre”._____30	Imagen No.61 Partes de un contenedor._____82
Imagen No.17 Zona de estudio._____12	Imagen No.39 Planta Plaza Cívica._____30	Imagen No.62 Medidas contenedor Dry Cargo._____83
Imagen No.18 Desagregación y desarrollo del método.____14	Imagen No.40 Vista hacia la Plaza Cívica._____31	Imagen No.63 Implantación mercado._____98
Imagen No.19 Flujo circular._____17	Imagen No.41 Corte longitudinal de la Plaza Cívica.____31	Imagen No.64 Sección idea general._____98
Imagen No.20 Sistema tradicional de comercialización.____18	Imagen No.42 Corte transversal Mercado “9 de octubre”.__32	Imagen No.65 Imagen maqueta conceptual._____99
Imagen No.21 Feria de San Telmo._____21	Imagen No.43 Mobiliario urbano, banca de madera.____32	Imagen No.66 Imagen maqueta conceptual._____99
Imagen No.22 El rastro de Madrid._____21	Imagen No.44 Vista del lado oeste del Mercado “9 de octubre” y la Plazoleta “9 de octubre”._____32	
	Imagen No.45 Vista interior del Mercado “9 de octubre”.__32	

Imagen No.67 Imagen Implantación maqueta conceptual. _____	100
Imagen No.68 Fachada Bloque Biblioteca-Restaurante. _____	104
Imagen No.69 Fachada Bloque Talleres. _____	104
Imagen No.70 Fachadas calle Galápagos y Guayaquil/ Paleta de color. _____	109
Imagen No.71 Fachadas calle García Moreno y Galápagos/ Paleta de color. _____	110
Imagen No.72 Fachadas calle Vargas y Galápagos/ Paleta de color. _____	110
Imagen No.73 Fachada Locales, volumen administración. _____	111
Imagen No.74 Fachada Locales comerciales. _____	111
Imagen No.75 Fachada Frontal calle Vargas. _____	112
Imagen No.76 Fachada Frontal calle Galápagos. _____	112

1. CAPÍTULO I: DENUNCIA

Los centros históricos de las ciudades representan la memoria viva de su origen; comparten información histórica y cultural a través de sus edificaciones, espacios públicos y la morfología de sus calles.

Concentran información del presente y pasado, las actividades con el pasar del tiempo han cambiado y se han relacionado con los espacios anteriormente concebidos.

La característica principal de un centro histórico es la atracción social y cultural no solo de la gente que habita en ella, sino de las personas que visitan la ciudad; opera como un espacio simbólico y público en el cual las personas se interrelacionan sin importar las diferencias.

Son definitivamente la herencia a conservar en la cual se ha escrito la historia de las ciudades.

La ciudad de Quito fue la primera en tener un centro histórico en Sudamérica. Es considerada como uno de los más importantes conjuntos históricos de América Latina; es el más grande, menos alterado y el mejor preservado de América. Fue la primera ciudad declarada como Patrimonio Cultural de la Humanidad por la UNESCO, el 18 de septiembre de 1978. Localizada en las montañas andinas al pie del Volcán Pichincha; sus edificaciones brindan contraste entre la arquitectura contemporánea y el Quito moderno. (1)

Gráfico 1: Centro Histórico de la ciudad de Quito.



Fuente: www.xxiicongresoempresarial.ec

Es el núcleo y origen de la capital de Ecuador; ciudad de indios aborígenes que se fue transformando en ciudad española muy progresista, que atraía a las familias de los conquistadores que en los solares que se les distribuyó, empezaron a construir casas al estilo español.

La ciudad de Quito comprendida en el centro histórico se extendía desde el mesón al Sur (hoy calle Maldonado), hasta la Guaragua (hoy calles Galápagos y Vargas) y la Alameda al Norte.

Se encuentra ubicado en el centro sur de la capital, sobre una superficie de trecientas veinte hectáreas.

Durante varios años el Centro Histórico y debido a la expansión de la ciudad estuvo algo descuidado, lo que contribuyó al deterioro de muchas de sus edificaciones y a que sus calles circundantes se vieran invadidas por el

comercio informal. Esto no solamente le restó belleza sino que contribuyó a que el sector sea poco seguro. Pero gracias al programa de Desarrollo del Centro Histórico que se ha dado en los últimos años, éste ha recobrado su esplendor.

A pesar de estas intervenciones todavía existen algunos barrios del Centro Histórico que no han sido tomados en cuenta. La famosa Guaragua una calle tradicional del Centro Histórico, un peculiar y singular mercado de pulgas “Plaza Arenas” y un colegio muy importante de la ciudad (La Salle) son algunas de ellos.

Estas edificaciones están asentadas en las últimas manzanas que forman parte del centro histórico, se puede visualizar como se van mezclando con la parte moderna de la ciudad.

1.1. ANTECEDENTES.

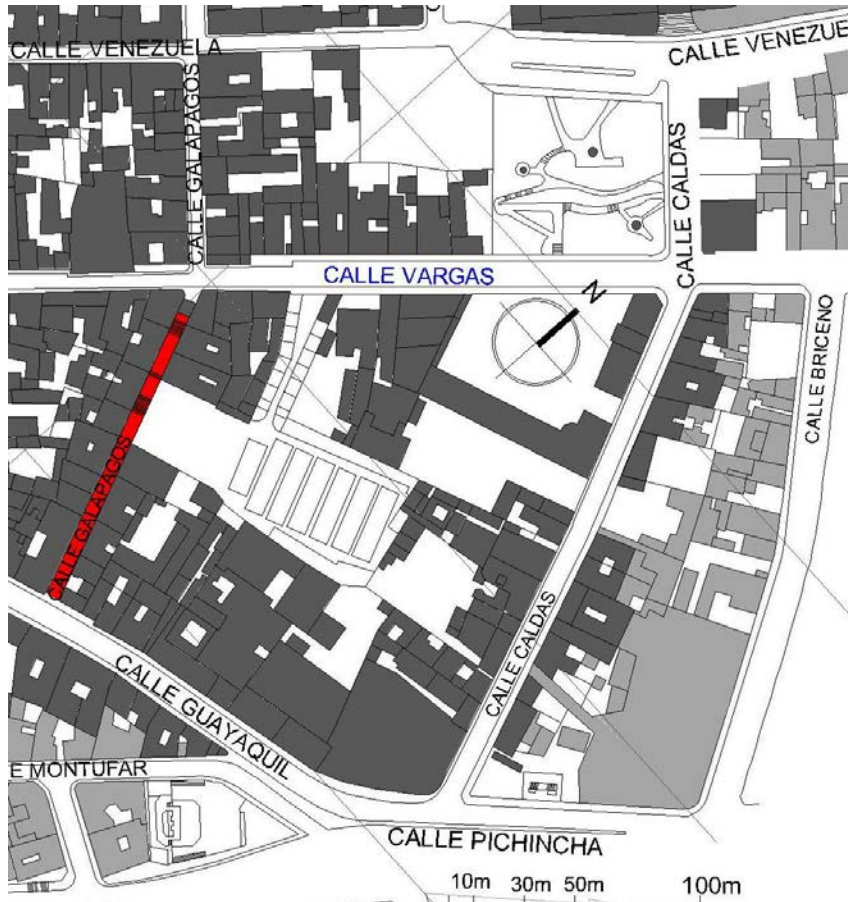
Un pasacalle, un barrio o una calle es lo primero que piensan los vecinos del Centro Histórico cuando escuchan la Guaragua; la gente tal vez le puso ese nombre por la vista de la antigua ciudad que se tenía desde ese mirador natural. Para algunos historiadores la Guaragua significaba “Cielo alto tachonado de estrellas”.

De acuerdo con los mapas del siglo XVIII, la Guaragua era la calle Vargas; esta subida solo alcanzaba dos cuadras y media. El nombre de la calle Vargas aparece por primera vez en la nomenclatura de 1894.

Para recordar esta importante calle en el siglo XII se continuó la actual calle Galápagos, entre las calles Vargas y

Guayaquil, que se le conoce hoy en día como el Pasaje Miranda. (2)

Gráfico 2: Ubicación pasaje Miranda.



Fuente: INSTITUTO GEOGRÁFICO MILITAR.
Elaboración: Propia.

El pasaje Miranda es, con su gran arco, un hito en el recorrido por la calle Guayaquil. Salva un marcado desnivel sorteado por escalinatas. En 1929, el Coronel Damián Miranda encargó al arquitecto italiano Russo, la reconstrucción del pasaje original denominado Chiriboga que había sido diseñado por el arquitecto alemán Schimdt. Este pasaje cumplió varias funciones; la construcción en sus pisos superiores fue para viviendas, y, en planta baja locales

comerciales. Desde cualquier ángulo es un espacio urbano singular. (3)

Gráfico 3: Pasaje Miranda.



Fuente: Propia.

Un escenario taurino de gran importancia para Quito, en especial durante la primera mitad del siglo pasado, fue la Plaza Arenas (4), inaugurada el 12 de octubre de 1930 en la famosa calle la Guaragua (hoy calle Vargas); gracias a la afición de un comerciante quiteño que tuvo como uno de sus más importantes objetivos impulsar el apego a esta tradición.

Reinaldo Flores Galindo, con motivo de sus negocios, viajó constantemente a Europa y pasó tiempo prolongado en Barcelona, donde desarrolló su pasión taurina.

En la tradicional plaza de toros "Las Arenas de Quito" junto con la plaza Belmonte no solamente se daban espectáculos taurinos, sino también de circo, teatro, peleas de box, y hasta bailes populares. Con la construcción de la moderna plaza de toros en Iñaquito en 1960, la decadencia de las dos fue total."

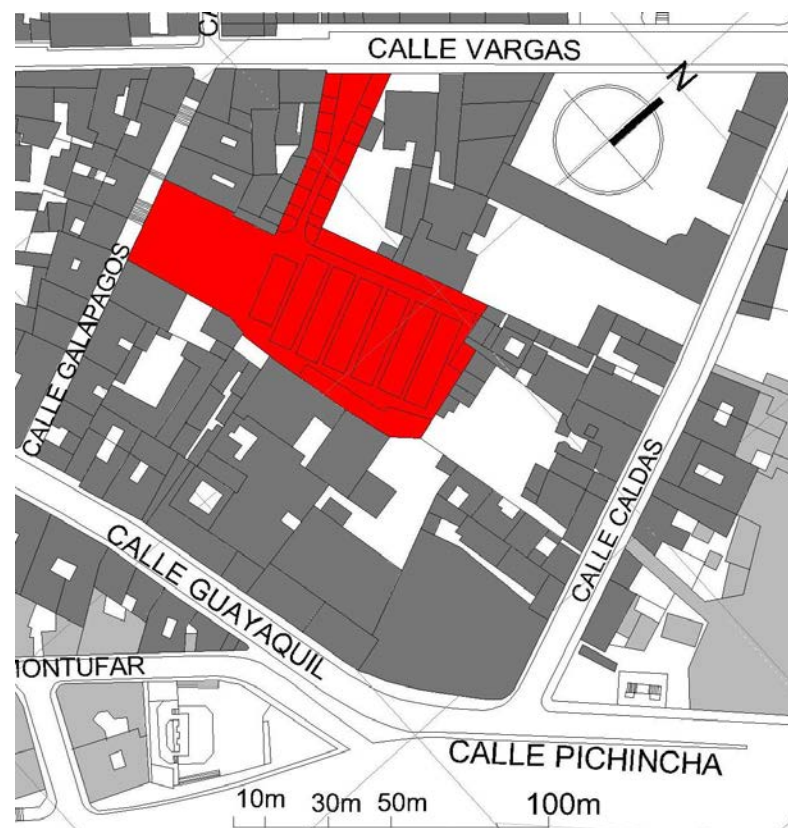
Gráfico 4: Plaza de Toros "Las Arenas de Quito".



Fuente: Foto Pacheco.

Durante 10 años el terreno de la Plaza Arenas pasó abandonado; por gestión del Municipio de Distrito Metropolitano de Quito este terreno fue comprado para habilitarlo y convertirlo en mercado (5). Lo único que quedó de la Plaza Arenas fue la puerta de ingreso; la plaza fue derrocada en su totalidad.

Gráfico 5: Terreno del mercado Artesanal Arenas.



Fuente: INSTITUTO GEOGRÁFICO MILITAR.
Elaboración: Propia.

Este mercado originalmente estaba asentado en la plaza de San Blas, siendo reubicados a este terreno por motivos de intervención urbana en el barrio de San Blas; teniendo como característica que en su mayoría los artículos que se vendían eran de segunda mano.

El Centro Comercial Artesanal Arenas fue inaugurado el 15 de enero de 1970, en la alcaldía del Dr. Jaime Del Castillo; dándoles a más de 200 trabajadores un total de 160 puestos. (6)

Gráfico 6: Mercado Artesanal Arenas.



Fuente: Propia.

Según versiones de los trabajadores este mercado no ha tenido ningún mantenimiento por la municipalidad después de que fueron reubicados; las condiciones en que trabajan son las mismas de hace 50 años.

El mercado cuenta con más de 254 puestos gracias a la autogestión de sus trabajadores; tiene dos puertas de ingreso, la entrada principal y una puerta construida por los mismos trabajadores a base de mingas, en la calle Galápagos. El mercado no cuenta con parqueaderos, y debido a esto, esta zona está abarrotada de carros.

A pesar que este terreno constituyó por algunos años una plaza de toros, los ciudadanos de Quito se familiarizan con este singular mercado de pulgas.

En este lugar se puede encontrar los siguientes tipos de comercio: ropa nueva y usada, libros, electrodomésticos, muebles, ferretería, plásticos, abarrotos, cerrajería, servicio técnico, zapatería, patio de comidas, arreglo de ropa, cabinas, peluquería, hasta una capilla.

Esta zona del Centro Histórico gira alrededor de este mercado. Varios negocios surgieron después de la inauguración de este; con el pasar del tiempo la zona dejó de ser residencial para pasar a ser casi en su totalidad comercial.

La característica principal del mercado es la gente y los productos que comercializan; las personas que trabajan aquí son las mismas que fueron reubicadas hace más de 50 años y sus productos son únicos, probablemente solo se los puede encontrar en este lugar.

MOVILIDAD.

Por la calle Vargas circulan 10 líneas de transporte público y los vehículos livianos que se dirigen al norte.

El smog que se respira hace difícil caminar por esta cuesta, una de las últimas del Centro Histórico.

1.2. PROBLEMÁTICA.

1.2.1. MERCADOS EN LA CIUDAD DE QUITO.

La Ciudad de Quito es uno de los centros de consumo más importantes del Ecuador y por ser la capital de la República atrae a una gran diversidad de tipos de migrantes, tanto

nacionales como extranjeros. Por tal motivo existe variedad en la demanda de bienes de consumo,

El aprovisionamiento de productos frescos se hace en gran medida en base a mecanismos de comercialización espontáneos y tradicionales.

En Quito, en general, predomina una cadena relativamente corta: productor, mayorista móvil, mayorista fijo, minorista y consumidor.

La especulación es uno de los factores que altera el precio de los productos; es más importante que el tamaño de la cadena de intermediarios.

La distribución de productos en la ciudad de Quito se hace a través de una red de una treintena de mercados y ferias.

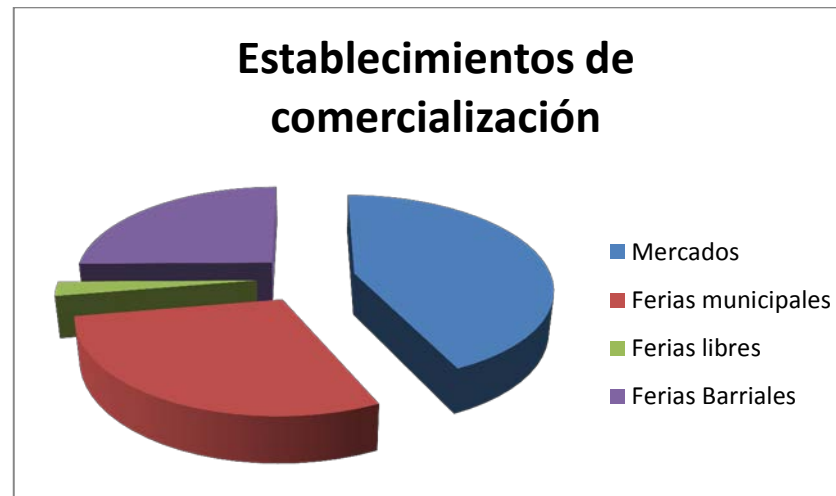
Tres de ellos funcionan como mayoristas: San Roque, Camal y Mercado Mayorista, los cuales, a su vez, abastecen a los mercados minoristas y ferias semanales de la ciudad.

Cada mercado se comporta como un elemento integrante de un sistema el cual se caracteriza por una dinámica que acompaña el crecimiento de la ciudad y que constituye una respuesta a sus contradicciones.

En el Distrito Metropolitano de Quito existen 124 establecimientos de comercialización, de los cuales 53 son mercados, 36 ferias municipales, 3 ferias libres y 31 ferias barriales.

Los mercados fijos son casi en su totalidad construidos, mantenidos y catastrados por el Municipio.

Gráfico 7: Establecimientos de comercialización.



FUENTE: Dirección Metropolitana de Comercialización.
ELABORACIÓN: Propia basado en datos de la Dirección Metropolitana de Comercialización.

Según el estudio realizado por la empresa Urbana Consultores, se detectó la presencia de 15 692 vendedores, sean mayoristas o minoristas, ubicados en diferentes sectores de la ciudad. De esos, 11582 venden productos perecibles.

Los mercados cuentan con una capacidad de 9273 puestos fijos, y ferias con 7.438 puestos, que abastecen a la población de Quito de: abarrotes, verduras, frutas, carnes, pescados y mariscos, lácteos, huevos, artesanías, mercaderías y hasta productos de ferretería.

El sistema de mercados cuenta con un área total de construcción aproximada de 86672 m² en mercados, 53809 m² en plataformas y 12505 m² en ferias en las vías.

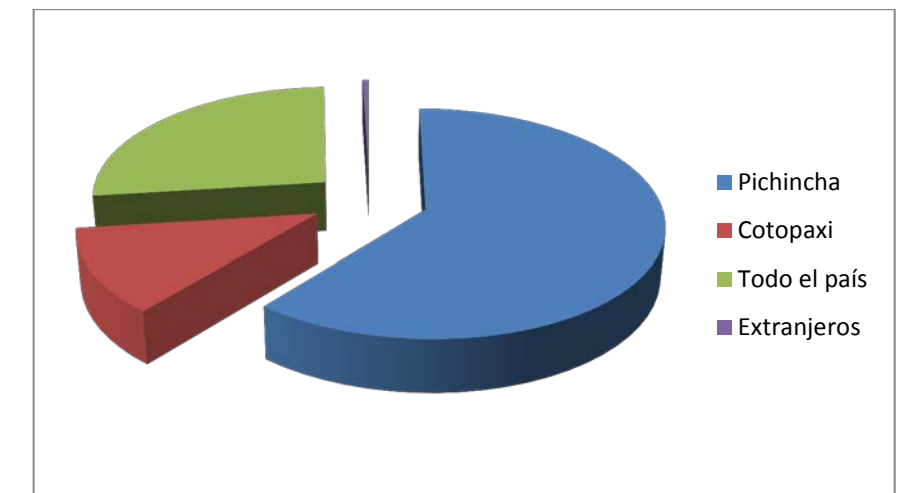
Los puestos fijos se distribuyen dentro de la ciudad de Quito de la siguiente manera: 57% se encuentra en la zona centro, 22% en la zona sur y, 21% en la zona norte.

Los puestos para feriantes, por su parte se ubican: 29% en la zona centro, 38% en la zona sur y, 33% en la zona norte. Los mercados de Quito, clasificados en categorías A, B y C, según los servicios y comodidades que ofrecen a los usuarios y clientes, se encuentran entre los mejor abastecidos con productos originarios de 16 provincias del país.

PERFIL DE LOS VENDEDORES Y FERIANTES.

Según este estudio el 61% de vendedores son de la provincia de Pichincha y el 12,49% de Cotopaxi. El resto provienen de todo el país e incluye al 0,34% de extranjeros.

Gráfico 8: Procedencia de los vendedores.



FUENTE: Dirección Metropolitana de Comercialización.
ELABORACIÓN: Propia basado en datos de la Dirección Metropolitana de Comercialización.

El 25,5% pertenece a alguna de las 22 asociaciones gremiales, pero la mayoría, el 74,5% no forman parte de ninguna.

Así mismo el 84% son mujeres, el 79% casados y la mayoría, el 49%, son de 31 a 50 años.

El 64% tienen instrucción primaria, el 20,83% educación secundaria, el 3,56% educación superior y el 11,51% ninguna instrucción. De igual manera 1.634 menores de cinco años acompañan a estos vendedores en su trabajo en los mercados.

El capital con el que trabajan es propio solo en el 28% de casos; el 23% proviene de prestamistas; el 15% de préstamos de entidades financieras y el 34% a consignación.

1.2.1.1. Cadena de Intermediación.

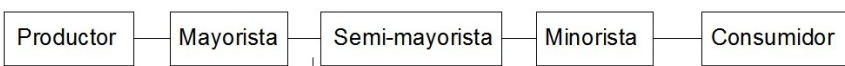
El tamaño de la cadena de comercialización y la especulación son fenómenos que corresponden exclusivamente al ámbito de la circulación de mercancías y que excluye, por lo tanto, los factores relacionados con el proceso de la producción y con los de la macroeconomía.

En Quito, como en el resto del país, no se puede hablar de un solo tamaño de la cadena de intermediación. La cadena puede ser muy corta (Ver esquema: A) o muy larga (Ver esquemas: B).

Esquema A



Esquema B



FUENTE: Dirección Metropolitana de Comercialización.
 ELABORACIÓN: Propia basado en datos de la Dirección Metropolitana de Comercialización.

1.2.1.2. Tipificación y jerarquización de mercados y ferias en la ciudad de Quito.

Los mercados y ferias de Quito se diferencian entre sí por algunos aspectos como la magnitud y el tipo de transacciones, el papel que tienen dentro de la red y las condiciones de la planta física y de los giros. En vista de estas diferencias, se configuran, al interior del sistema de mercados y ferias, una tipología y una jerarquización que pueden sintetizarse de la siguiente manera:

1. Mercado Mayorista + Minorista + Feria
2. Mercado Minorista + Feria
3. Mercado Minorista
4. Feria
5. Otro tipo de mercado considerado por su tipo de comercio es el artesanal; este trabaja independiente de todos los demás.

1.2.1.3. Mercado Artesanal (Mercado de Pulgas).

La gente podría pensar que son mercados en los que se venden artesanías, pero el municipio no los considera así; son mercados en donde es común encontrar artículos usados y a precios muy bajos (mercado de pulgas).

El segmento artesanal se abastece principalmente de los intermediarios rurales y su clientela de consumidores se ubica en los sectores sociales de ingresos medios y bajos. Este nivel se comporta también como abastecedor o intermediario para el segmento "marginal". Sus formas de organización son muy importantes y se circunscriben al ámbito de la comercialización, lo cual les da una buena

capacidad de negociación frente al estado en su conjunto. Su mayor característica es que además de realizar un intercambio de dinero por un bien, en este mercado se pueden hacer intercambios entre bienes.

Dentro del catastro de los mercados y ferias el único mercado artesanal de Quito es el mercado Arenas.

1.2.2. MERCADO ARTESANAL "ARENAS".

Este centro de comercialización vende y compra artículos para vestir, para la construcción, libros, electrodomésticos, etc., y que en su mayoría son de segunda mano.

Conocido como el único mercado de pulgas de la ciudad de Quito.

Este mercado cuenta con 254 puestos fijos; 7 de los cuales se encuentran vacantes y 13 puestos eliminados. El 100% de los vendedores pertenecen a la asociación de comerciantes llamados "Mercado Arenas".

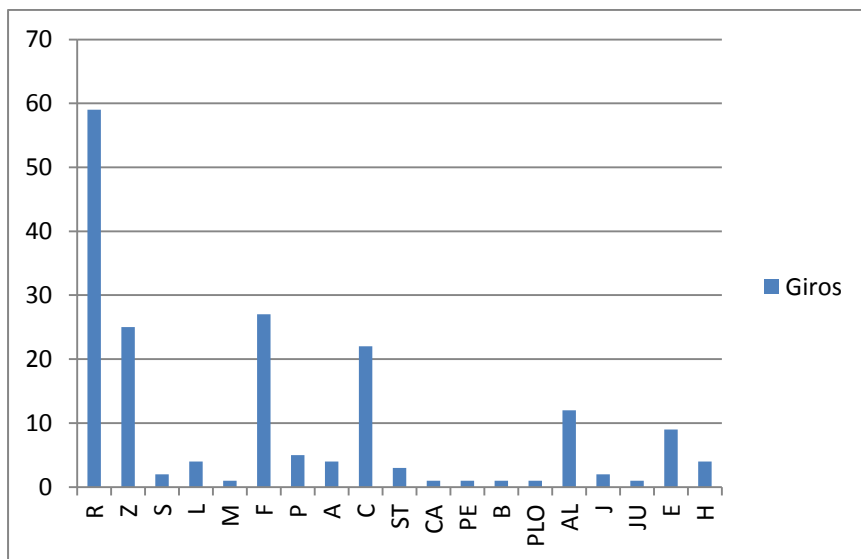
Tiene 2 cooperativas de Transporte. "Plaza Arenas" y cooperativa de taxis "Colonial".

En los mercados se conoce como "giro" al espacio destinado para vender el producto que comercializa. Se cuenta con los siguientes giros dentro del mercado Artesanal "Arenas":

- R ----- Ropa nueva y usada-----
- Z ----- Zapatería-----
- S ----- Sastrería----
- L ----- Librería----
- M ----- Muebles-----
- F ----- Ferretería----
- P ----- Plásticos----
- A ----- Abarrotes----

- C ---- Cerrajería----
- ST ---- Servicio Técnico-----
- CA ---- Cabinas----
- PE ---- Peluquería----
- B ---- Bazar-----
- PLO ---- Plomería----
- AL ---- Alimentos----
- J ---- Joyería-----
- JU ---- Jugos----
- E ---- Electrodomésticos-----
- H ----- Hojalatería----
-

Gráfico 9: Tipos de comercio del mercado Artesanal Arenas.



FUENTE: Dirección Metropolitana de Comercialización.
 ELABORACIÓN: Propia.

El 68.95% de los vendedores son mujeres. Y la edad de sus trabajadores va desde los 45 años hasta los 80 años.

Las personas que trabajan en este mercado son las mismas que han trabajado durante 50 años o que han heredado los puestos de sus padres.

Hasta la temporada del año 92, los vendedores tuvieron apoyo de los vigilantes de la Policía Nacional, pero esta

ayuda se redujo, debido a las huelgas protagonizadas por estudiantes de los colegios cercanos al sector hasta que finalmente la ayuda fue retirada.

Según los vendedores nunca han tenido problemas graves con la Policía y aseguran que sus productos son adquiridos mediante los avisos clasificados de los periódicos o comprando a los mayoristas, en unos casos mientras que en otros casos los compran a los minadores.

1.2.2.1. Estado Actual del mercado Artesanal “Arenas”.

Este centro de comercialización ubicado en las calles Vargas y Galápagos, funciona desde 1970, tiene un área de construcción de 2500 m², con un terreno de 5287,30m². Existen casetas de construcción mixta y su estado de conservación está deteriorado.

Dispone de baterías sanitarias pero carece de un centro de acopio de basura, sala de sesiones en mal estado, no tiene centro de atención infantil y control policial. Se aprecia un deterioro de la estructura edificada por la intensidad de uso comercial y por la fuerte contaminación ambiental.

Presta atención durante 10 horas diarias, los 7 días de la semana.

Gráfico 10: Implantación general mercado Artesanal “Arenas”.



FUENTE: Dirección Metropolitana de Comercialización.
 ELABORACIÓN: Propia.

Gráfico 11: Centro comercial artesanal “Arenas”.



Fuente: Propia.

1.2.2.2. Artículo periodístico.

Tomado de la edición impresa del 15 de julio del 2008 del diario El Telégrafo, escrito por Consejo Editorial del Diario.

Comerciantes quieren transformar el mercado.

Gráfico 12: Centro comercial artesanal "Arenas".



Fuente: PAÚL NAVARRETE/ El Telégrafo.

“Los comerciantes del mercado Arenas no pueden continuar con sus labores y seguir atendiendo a sus clientes porque no cuentan con las comodidades necesarias.

La venta de productos de dudosa procedencia no puede ser comercializada en el lugar.

Antecedentes.

En el 2001 los comerciantes propusieron al Municipio Metropolitano de Quito un proyecto de modernización para mejorar las condiciones del lugar.

En el 2002 el Cabildo elaboró el primer borrador del proyecto de transformación del mercado Arenas, ubicado en el centro de la capital del Ecuador.

Los comerciantes del mercado Arenas, ubicado en el centro de Quito, se organizaron para mejorar sus condiciones de trabajo, ahora solicitan al Municipio un censo catastral de vendedores, el plano definitivo de reconstrucción del lugar y las fechas puntuales para que inicien los trabajos de transformación del centro comercial.

“En respuesta a sus pedidos, el Cabildo los convocó en la sala de sesiones de las comisiones metropolitanas, para definir el futuro de los 254 comerciantes que laboran en el lugar”.

Este mercado está ubicado en la calle Vargas y Galápagos, es uno de los centros de compra y venta más antiguos de Quito. El lugar recoge varias facetas de la vida de la ciudad, entre ellas la venta de objetos usados (reliquias), piezas artesanales e industriales para el hogar y negocio’.

Santiago Aguilar, presidente del mercado, manifestó que en la reunión con la administradora de la Zona Centro, Lorena Berrazueta, se solicitará que se dé trámite inmediato a sus pedidos, porque los comerciantes no pueden continuar con sus labores y recibiendo a los clientes en un mercado que no cuenta con comodidades.

El proyecto de recuperación del lugar, que habría sido elaborado hace más de cinco años, se encuentra todavía en las oficinas del Fondo de Salvamento (FONSAL), en la Dirección de Comercialización y en la Administración Centro.

Aguilar explicó que todos los comerciantes están dispuestos a comprometerse y asumir el cambio. Aseguró que otro de los objetivos es dejar a un lado la idea de que el mercado

Arenas es un espacio de comercialización de objetos robados.

El representante de los comerciantes aseguró que en el lugar está prohibida la venta de partes de vehículos. Lo que no cambiará es la tradición de vender objetos usados, como: cocinas, planchas, televisores, herramientas y ropa.

Por su parte, Segundo Eugenio, comerciante desde hace 40 años, dijo que toda su vida trabajó en el mercado y ahora espera ver una transformación total, que le permita mejorar sus ventas (objetos de orfebrería) y mejorar su calidad de vida.

Para Gonzalo Domínguez, de 67 años, quien trabaja desde hace 60 años en el lugar haciendo llaves, sabe que en el mercado Arenas cada espacio cuenta una historia, que no se puede perder. Cada trabajador de aquí es honrado, por eso sigue abriendo sus locales y enseñando técnicas de antaño a las nuevas generaciones.

Por su parte, el concejal Luis Caicedo, quien preside la Comisión de Mercados, dijo que hace tres años el Municipio tiene listo el proyecto de transformación del mercado. Aseguró que el Cabildo tiene previsto destinar una partida presupuestaria de 600 mil dólares y la donación del terreno municipal, en tanto que los vendedores del mercado deberán destinar un valor similar, para comenzar los trabajos de remodelación.

Se prevé que la ejecución del proyecto inicie a finales de julio. La construcción será por etapas, para no paralizar las actividades del mercado. Explicó que no se va a cambiar el

sentido de la comercialización, pero sí se reforzará el patio de comidas.

1.2.3. DELIMITACIÓN PRELIMINAR DEL ÁMBITO DE ESTUDIO.

La ciudad de Quito capital de la República del Ecuador está conformada por 2'239.191 de habitantes, distribuidos en 33 parroquias urbanas; y 33 parroquias rurales y suburbanas.

Gráfico 13: Localización de la ciudad de Quito.



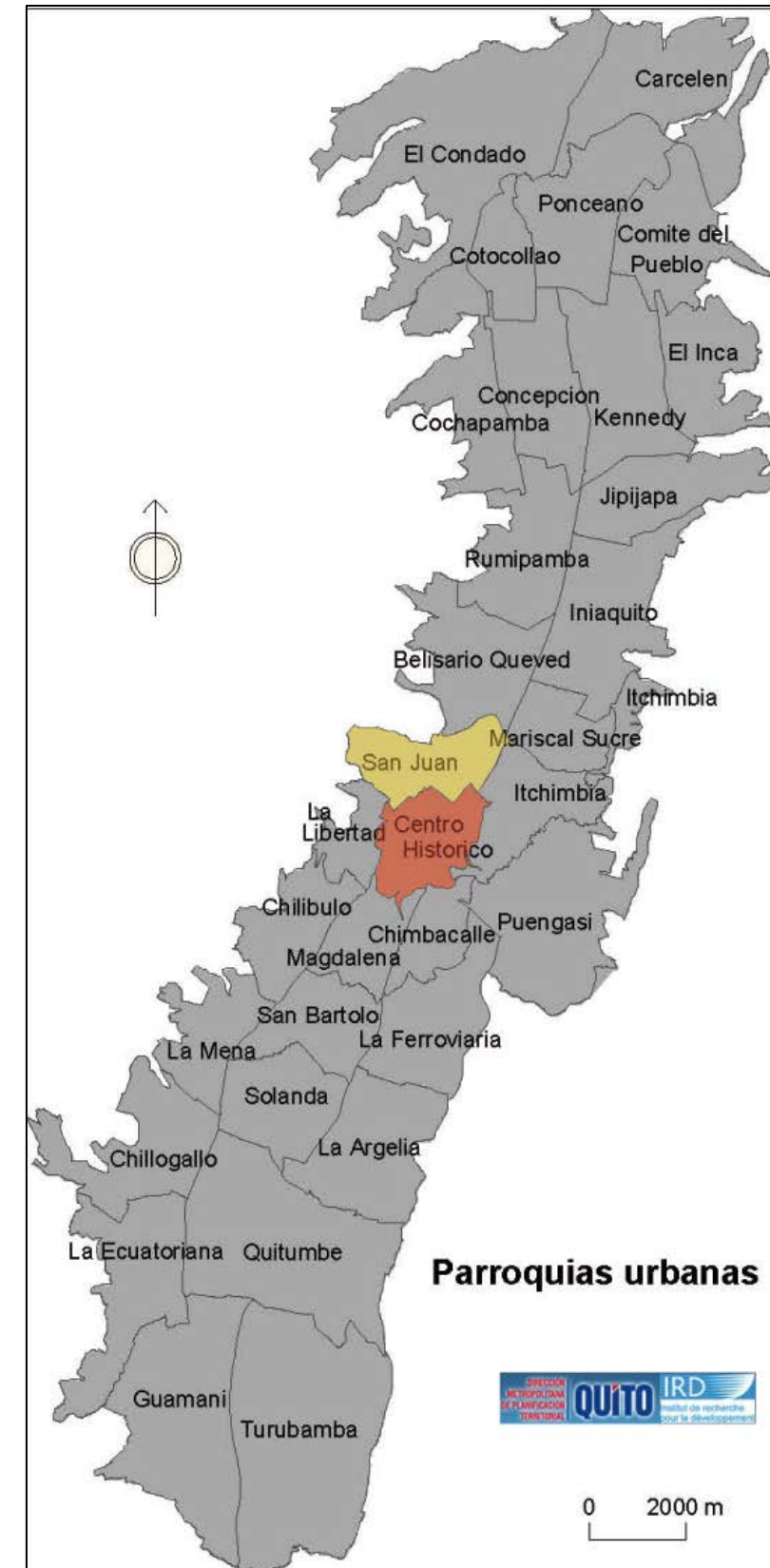
Fuente: SUIM- DMPT.

1.2.3.1. Área de estudio.

El área de estudio se encuentra ubicado en la parroquia urbana Centro Histórico (14) en el barrio González Suárez; y en la Parroquia Urbana San Juan (14) en el barrio San Juan; zona centro de la ciudad de Quito.

El terreno del mercado Artesanal Arenas está ubicado en el límite de estas dos parroquias; esa es su característica principal; la unión de dos épocas. Es el cambio de lo colonial al Quito moderno.

Gráfico 14: Mapa de ubicación de las parroquias de Quito.



Fuente: SUIM- DMPT.

PARROQUIA URBANA SAN JUAN

La parroquia urbana San Juan está conformada por 21 barrios;

- Larrea, **San Juan**, La Chilena, El Tejar, El Recreo, Mirador, Toctiuco, S Salvador, Miraflores Alto, Los Ángeles, 4 Estaciones, Jesús Vinueza, La Independencia, La Isla, Amazonas, El Placer, América, Miraflores, S. Clara de Milán, Atacazo, Pavón Grijalva.

424 manzanas, 16054 viviendas particulares, con una población de 26133 hombres y 26238 mujeres.

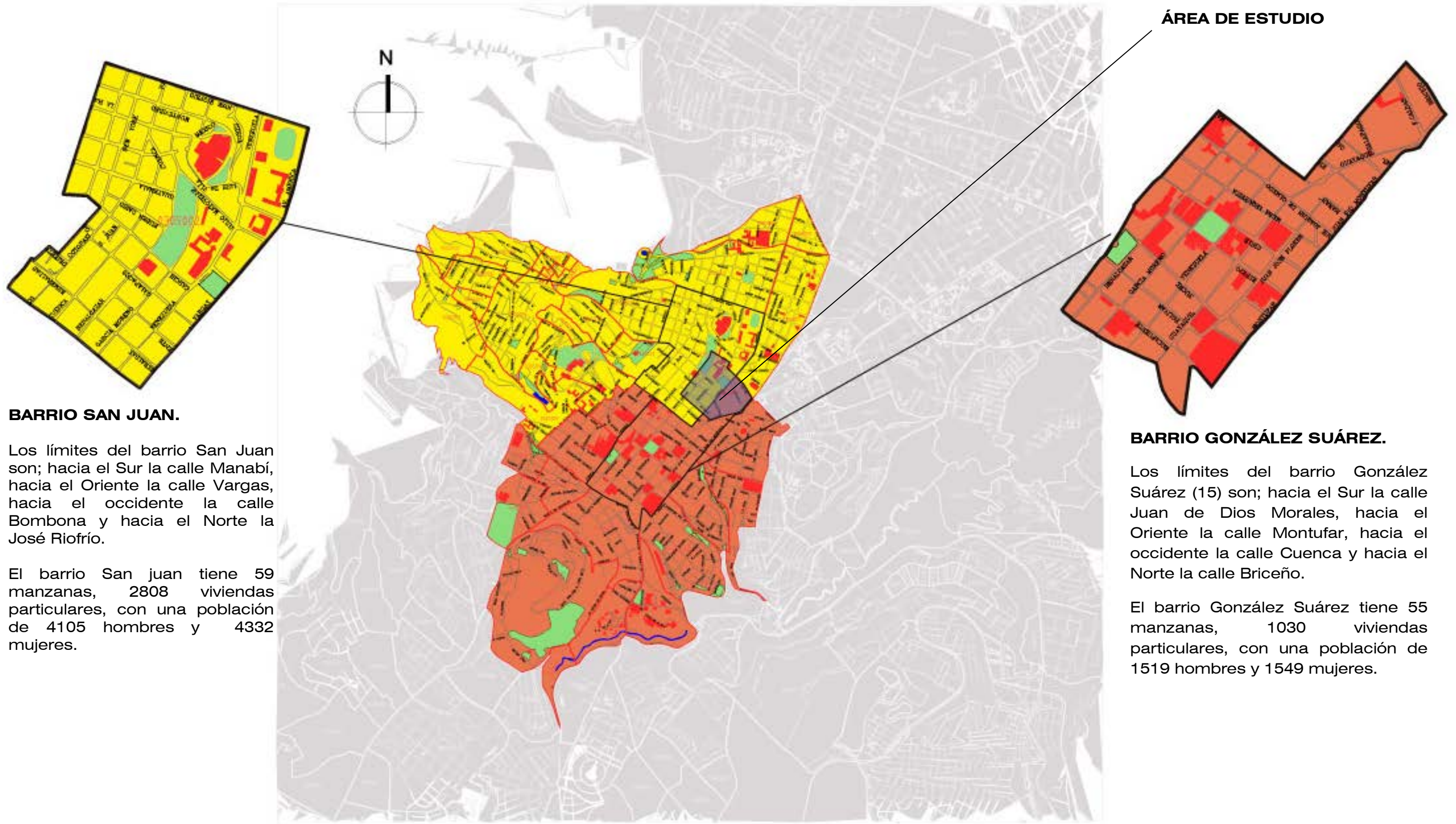
PARROQUIA URBANA CENTRO HISTÓRICO

La parroquia urbana Centro Histórico está conformada por 15 barrios;

- La Recoleta, La Sena, Santa Ana Bajo, Panecillo, La Loma, La Tola, San Marcos, San Sebastián, San Diego, La Ermita, La Victoria, La Chilena, **González Suárez**, San Blas, La Merced.

424 manzanas, 12685 viviendas particulares, con una población de 20148 hombres y 20722 mujeres.

Gráfico 15: Mapa de ubicación de las parroquias San Juan y Centro Histórico.



BARRIO SAN JUAN.

Los límites del barrio San Juan son; hacia el Sur la calle Manabí, hacia el Oriente la calle Vargas, hacia el occidente la calle Bombona y hacia el Norte la José Riofrío.

El barrio San Juan tiene 59 manzanas, 2808 viviendas particulares, con una población de 4105 hombres y 4332 mujeres.

BARRIO GONZÁLEZ SUÁREZ.

Los límites del barrio González Suárez (15) son; hacia el Sur la calle Juan de Dios Morales, hacia el Oriente la calle Montufar, hacia el occidente la calle Cuenca y hacia el Norte la calle Briceño.

El barrio González Suárez tiene 55 manzanas, 1030 viviendas particulares, con una población de 1519 hombres y 1549 mujeres.

Fuente: SUIM- DMPT.

El área de estudio se encuentra delimitado por las calles, al norte Caldas, al Este la calle Guayaquil, al sur la calle Oriente y al oeste la calle García Moreno (16).

El eje de la calle Guayaquil rompe con el tejido urbano colonial; esta calle es de gran importancia para el centro histórico, ya que es la que conecta el Centro con el Norte.

Después de la construcción del teatro Sucre en el siglo XIX la zona se consolida como zona comercial.

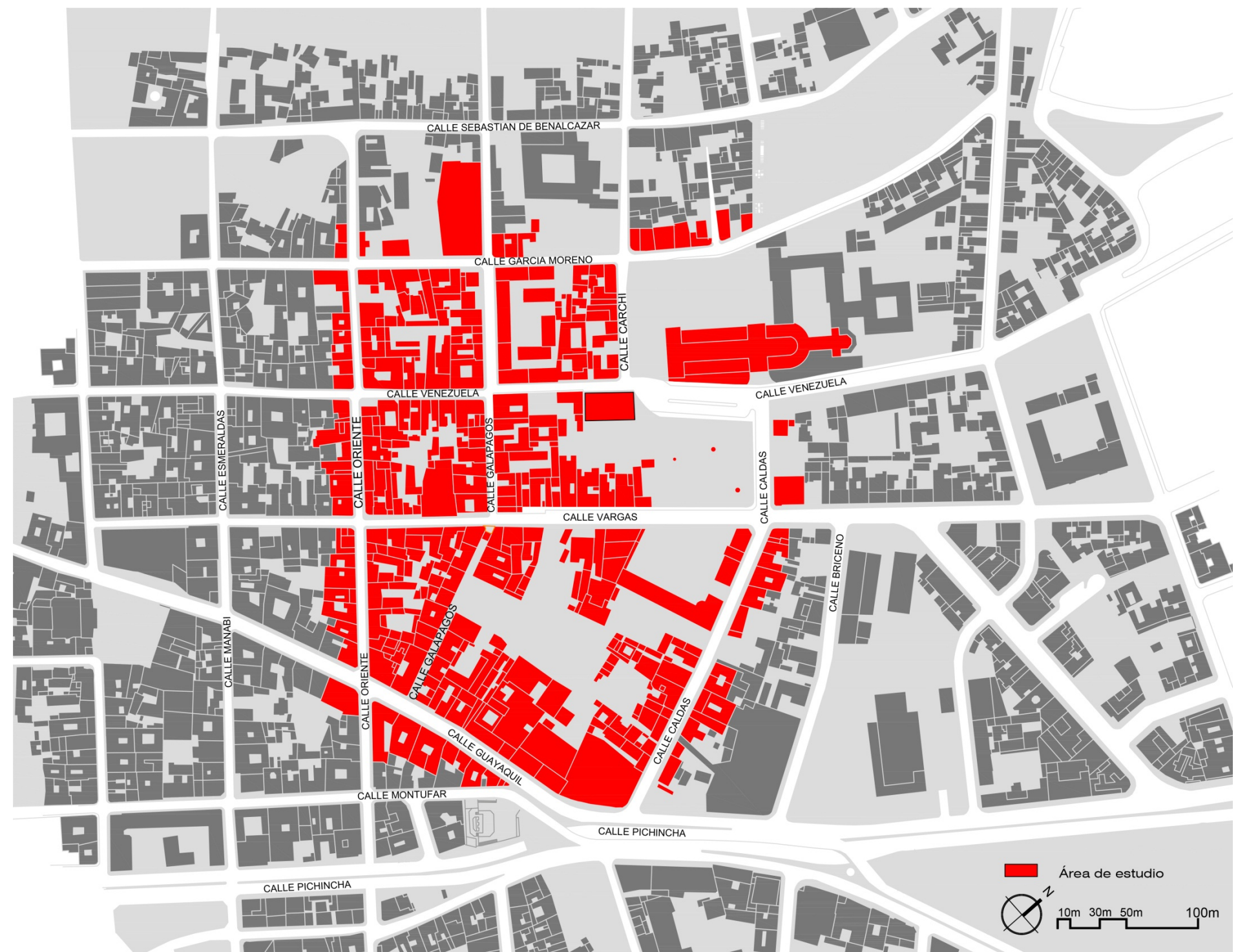
En los años 70 después de la construcción de la calle Pichincha Y calle Guayaquil algunas de las manzanas originales se fraccionaron por el paso de ésta. Las manzanas dejan de ser cuadradas.

En esta zona se puede notar claramente la unión del Quito antiguo con el Quito moderno. Estas manzanas escogidas representan la combinación de los dos tiempos.

De la calle Oriente al sur las casas son totalmente estilo Republicano. De la calle Caldas al norte las casas son modernas.

Son 14 manzanas las que comprenden el área de estudio. 722 viviendas particulares, con una población de 1019 hombres y 1061 mujeres.

Gráfico 16: Plano área de estudio.



FUENTE: INSTITUTO GEOGRÁFICO MILITAR.
ELABORACIÓN: Propia.

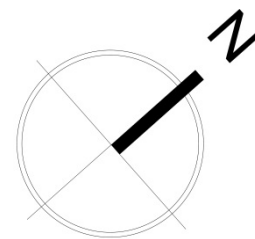
1.2.3.2. Zona de Estudio.

El sector escogido para el desarrollo de este trabajo se encuentra delimitada por las siguientes calles: hacia el Norte la calle Caldas, al Sur La calle Galápagos, al Oriente la calle Guayaquil y al Occidente la calle Vargas. Esta zona constituye la puerta de ingreso desde el lado norte de la ciudad al Centro Histórico. (17)

Gráfico 17: Zona de estudio.



Fuente: GOOGLE EARTH



1.3. JUSTIFICACIÓN.

En los distintos tipos de mercados que existen en la ciudad de Quito; podemos encontrar un singular mercado de pulgas que recoge la historia de la Ciudad.

El barrio en el que fue asentado este mercado muestra algunas características de la época republicana; como son las casas antiguas, las calles angostas y empedradas, la famosa calle conocida como la Guaragua, que denotan la belleza de este lugar.

Debido a que el mercado se implantó en la zona, las actividades del barrio fueron cambiando, convirtiéndose en una zona comercial.

Por el reasentamiento del mercado sin una planificación previa, empezaron a aparecer una serie de problemas en el barrio; como es la escasez de parqueaderos que genera un caos vial, falta de conservación en su imagen urbana, acumulación de personas por no tener un espacio donde puedan generar sus actividades.

El deterioro del mercado es evidente; la infraestructura no tiene mantenimiento desde hace más de 40 años.

El terreno del mercado se encuentra en el límite de dos parroquias; parroquia González Suárez y parroquia San Juan; con un área de 5287.30m². Esto se debe a que es una zona que une dos épocas en la que la ciudad fue evolucionando.

Para mantener la tradición propia que caracteriza al mercado Artesanal Arenas, se propone diseñar un objeto urbano-arquitectónico destinado al comercio, que represente un nuevo referente urbano, que interactúe con su entorno, que llegue a comunicarse no solo de una forma visual sino también funcional, que brinde calidad de imagen y que se

pueda marcar un orden en el comercio; haciendo que los habitantes se apropien del lugar sin olvidar el bienestar humano.

Este Proyecto de Fin de Carrera sigue los objetivos, políticas, lineamientos y metas expuestas en el Plan Nacional del Buen Vivir (2013); el mismo que está proyectado hasta el 2017.

- “Objetivo 5. Construir espacios de encuentro común y fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad.” (p.181)
 - Políticas expuestas del objetivo 5.
- “5.1. Promover la democratización del disfrute del tiempo y del espacio público para la construcción de relaciones sociales solidarias entre diversos.” (p.189)
- “5.3. Impulsar los procesos de creación cultural en todas sus formas, lenguajes y expresiones, tanto de individuos como de colectividades diversas.” (p.191)
 - Lineamientos.
- “5.1.f. Ampliar y diversificar los espacios públicos seguros y cálidos, para el disfrute colectivo y el aprovechamiento del ocio liberador, con pertinencia cultural y geográfica en su diseño y gestión.” (p.189)
- “5.1.h. Fomentar y fortalecer redes y espacios para el encuentro y el trabajo colectivo ciudadano, orientados

hacia la innovación social, la producción y el mejoramiento de calidad del hábitat.” (p.189)

- “5.1.i. Fortalecer los espacios públicos y comunitarios de intercambio económico y desincentivar los espacios privados y excluyentes.” (p.190)
- “5.1.o. Impulsar en los espacios laborales, la creatividad y el desarrollo emocional, intelectual y físico de los trabajadores y las trabajadoras.” (p.190)
- “5.3.h. Impulsar la construcción de patrimonio edificado contemporáneo, culturalmente diverso y simbólico.” (p.192)
 - Metas.
- “5.1. Revertir la tendencia en la participación de la ciudadanía en actividades culturales, sociales, deportivas y comunitarias y superar el 13,0%.” (p.195)

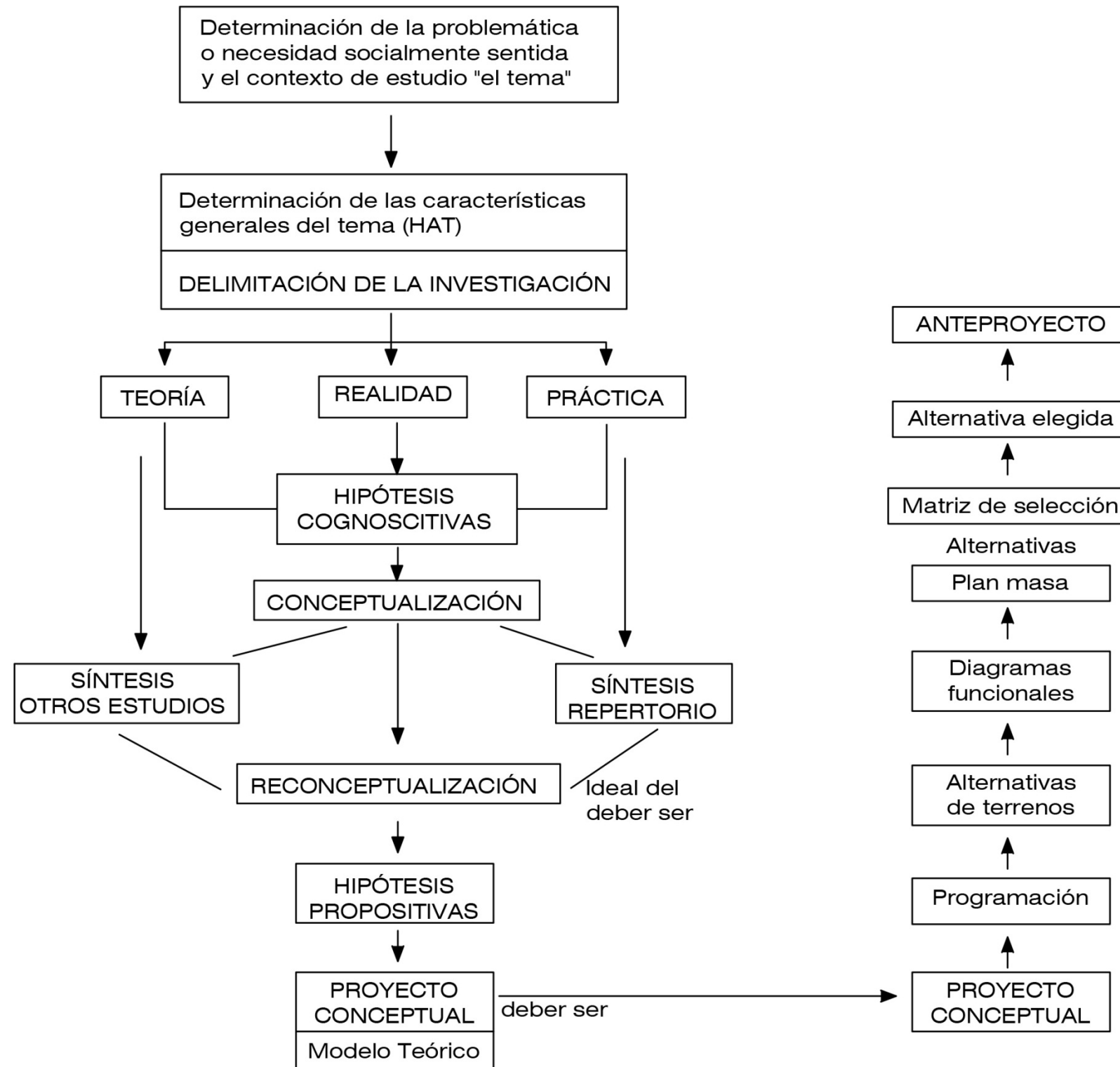
1.4. METODOLOGÍA.

MÉTODO INDUCTIVO.

DESAGREGACIÓN Y DESARROLLO DEL MÉTODO.

La metodología se sustenta en el método científico Inductivo; el cual permite conocer la realidad social como un todo estructurado en constante proceso de cambio y transformación, en el que procedemos a conocer, comprender, evaluar, proponer, aplicar para retroalimentar, en forma secuencial y estructurada.

Gráfico 18: Desagregación y desarrollo del método.



1.5. OBJETIVOS.

1.5.1. Objetivo general.

Desarrollar un proyecto urbano-arquitectónico destinado al comercio para repotenciar el barrio de la Plaza Arenas e intervenir en la situación urbana de su entorno inmediato.

1.5.2. Objetivos particulares.

- Diseñar un sistema espacial destinado al intercambio de servicios comerciales.
- Desarrollar una propuesta para el mejoramiento de la imagen urbana de la zona.
- Analizar las actividades básicas necesarias para un sistema de comercialización adecuado a las necesidades del sector de estudio.
- Aplicar los conocimientos técnicos para un funcionamiento correcto de un espacio de comercialización.
- Definir cuantitativa y cualitativamente los espacios destinados al sistema de comercialización.
- Investigar soluciones técnicas de los subsistemas aplicables al proyecto y proponer soluciones espaciales.

1.6. ALCANCES.

1.6.1. Nivel teórico

1.6.2. Análisis de la situación actual: Diagnóstico

1.6.3. Modelización

A - Modelo teórico

B - Modelo dimensional

C - Modelo geométrico

D - Modelo propositivo

1.6.4. Nivel objetos urbanos

- Propuesta del plan masa del proyecto urbano del sector.

1.6.5. Nivel objetos arquitectónico

Nivel Anteproyecto:

A- Plantas arquitectónicas

B- Cortes y Elevaciones

C- Modelos tridimensionales

D- Detalles arquitectónicos

1.7. BIBLIOGRAFÍA:

- Dirección Metropolitana de Comercialización.
- Guía Arquitectónica de Quito, Peralta Evelia.
- www.explored.com.ec/noticias-ecuador/plaza-arenas-y-las-
- Geografía de los Centros de Mercado y Distribución al por menor, Brian J.L. Berry.
- Comercialización y análisis del mercado, Lyndon Brown.
- Plan Distrito Metropolitano.
- Quito, a través de la historia; enfoques y estudios.
- Investigación urbana en el área andina. Fernando Carrión.
- La renovación urbana en Quito. Fernando Carrión.
- Quito: imagen urbana, Espacio público, memoria e identidad. Marco Córdova Montúfar.
- América Latina, países pequeños de grandes ciudades. Mario Lugo.
- Centro Histórico de Quito: la vivienda. Dirección de planificación, Ilustre Municipio de Quito.
- El laberinto de las centralidades históricas en América Latina: el Centro Histórico como objeto del deseo. Fernando Carrión Mena.
- Centros Históricos de América Latina y el Caribe. Quito: FLACSO, Sede Ecuador.
- Arquitectura y Empresa en el Quito colonial: José Jaime Ortiz, Alarife Mayor. Webster, Susan V.
- Comercio tradicional y mercados modernos. Belshaw Cyril.
- Centro histórico de Quito. Sociedad y espacio urbano. Dirección de planificación. Ilustre Municipio de Quito.
- Sistemas arquitectónicos contemporáneos. Josep María Montaner.
- Quito al día, 1947.
- 'La lagartija que abrió la calle Mejía', Luciano Andrade Marín.
- Mis primeros 25 años, Asociación Mercado Municipal Arenas.
- Municipio de Distrito Metropolitano de Quito.
- Dirección Metropolitana de Planificación Territorial.

2. CAPÍTULO II:

CONCEPTUALIZACIÓN.

Los mercados en las ciudades, pueblos, etc., representan espacios que permiten no solo satisfacer las necesidades del comprador, que busca adquirir productos con alta calidad y precios cómodos, también es la fuente de trabajo de muchas familias, que se benefician de este oficio, como también es el espacio donde la comunidad interactúa.

2.1. MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL.

2.1.1. Mercados.

En las sociedades complejas, económicamente avanzadas, existe una división del trabajo y se diferencian las actividades de producción, distribución (intercambio), y consumo. En el sistema de "intercambio", mediante el proceso de "distribución", las ofertas de los productores se ponen en contacto con las demandas de los consumidores. En este sentido, puede decirse que las relaciones sociales de producción son los cabos que mantienen unida la sociedad.

El intercambio tiene lugar en los "mercados". Existe mercado allí donde cierto número de vendedores y compradores se ponen en contacto y el precio ofrecido y pagado por cada uno de ellos es afectado por las decisiones de otros. Un mercado es, pues, un sistema de producción de precios que se autorregulan; los precios, a su vez,

constituyen el mecanismo que conecta los actos individuales de elección.

En todo sistema económico consta un conjunto de individuos que son los consumidores de lo que se produce y son, al mismo tiempo los productores de lo que se demanda. En las sociedades complejas existe una estricta división del trabajo (dueños de los medios de producción, producción intelectual y fuerza de trabajo). Las personas se especializan y las regiones se especializan; sin embargo los individuos que tienen similares niveles de renta tienen a solicitar similares combinaciones de bienes. Mientras que la geografía de la producción entraña una gran diferenciación regional en la actividad, la geografía del consumo implica unas demandas de parecidos conjuntos de bienes, que se repiten en muchas regiones. Surge así un problema de articulación, del que se ocupa el sistema del intercambio y distribución.

Los puntos de acopio local recogen las especialidades productivas de las regiones productoras. Los puntos de distribución local importan los bienes y servicios que los consumidores necesitan, procedentes de muchos puntos de acopio en otras localidades.

Los centros metropolitanos actúan como puntos de acopio de las especialidades productivas regionales y como lugares de producción y luego de exportación de dichas especialidades regionales. Son puntos de reunión de los bienes solicitados por las regiones consumidoras que los rodean y son también ellos mismos importantes consumidores, trayendo de otras ciudades los productos que necesitan. Es en las ciudades donde se entrelazan la geografía de la producción y la del consumo.

Los centros metropolitanos no sólo almacenan las especialidades regionales, sino que también venden al por mayor los productos que han recogido, enviándolos a centros urbanos vecinos más pequeños, que a su vez los despachan a otros aún más pequeños, los centros de mercado que los consumidores visitan para comprar en las tiendas los bienes y servicios que necesitan.

Los consumidores que han de visitar el mercado con una cierta regularidad quieren un emplazamiento que les permita realizar sus compras con un mínimo esfuerzo, y si tienen la posibilidad de escoger entre varios, su elección recaerá siempre en el que exija menos esfuerzo por su parte. Aun así los desplazamientos de los consumidores al mercado ofrecen cierta variedad. Para obtener los artículos que necesitan con frecuencia, no quieren desplazarse si no es a pequeñas distancias. Las compras menos frecuentes pueden a menudo posponerse, de modo que un solo viaje más largo pueda servir para realizar varias cosas; no solo en lo que se refiere a compras, sino también a la vida social, diversiones, etc. Así pues para actividades diferentes la centralidad tiene sentido a una escala diferente; en cualquier área geográfica existirá, una variedad de "lugares centrales".

2.1.1.1. Factores productivos.

Los economistas clásicos consideraban que para producir bienes y servicios era necesario utilizar unos recursos o factores productivos: la tierra, el trabajo y el capital. Esta clasificación de factores sigue siendo muy utilizada en la actualidad. Por **tierra** se entiende no sólo la tierra agrícola

sino también la tierra urbanizada, los recursos mineros y los recursos naturales en general. Por **capital** se entiende el conjunto de recursos producidos por la mano del hombre que se necesitan para fabricar bienes y servicios: la maquinaria o las instalaciones industriales, por ejemplo. El dinero sólo será capital cuando vaya a ser utilizado para producir bienes y servicios, en cuyo caso se llamará capital financiero. El dinero que se vaya a utilizar para adquirir bienes de consumo no puede ser llamado capital. Por **trabajo** se entiende la actividad humana, tanto física como intelectual. En realidad toda actividad productiva realizada por un ser humano requiere siempre de algún esfuerzo físico y de conocimientos previos.

Podríamos por tanto añadir a los tres factores productivos dos más: **los conocimientos humanos** que están incorporados al factor trabajo y **la técnica**, que está incorporada al capital.

2.1.1.2. Los agentes económicos

En la actividad de producción y distribución económica intervienen tres tipos de agentes: **Las familias** tienen un doble papel en la economía de mercado: son a la vez las unidades elementales de consumo y las propietarias de los recursos productivos. Cada vez son más frecuentes en nuestras sociedades las familias formadas por una sola pareja o un solo individuo. En los países subdesarrollados y en las zonas rurales de los países en desarrollo es muy frecuente el autoconsumo, es decir, que las familias produzcan lo que van a consumir, alimentos, material de

hogar, incluso vestuario. También debe ser considerado autoconsumo los servicios de limpieza y preparación de alimentos prestados en el hogar por los miembros de la familia. En general se considera, aunque quizá no debiera ser así, que en los países occidentales desarrollados la producción destinada al autoconsumo es muy pequeña en comparación con el total del país.

Las empresas son los agentes económicos destinados exclusivamente a la producción de bienes y servicios. Para realizar su actividad necesitan los factores productivos que les entregan las familias. A cambio de ellos pagarán unas rentas: sueldos y salarios como contrapartida del trabajo; intereses, beneficios, etc., como contrapartida del capital; alquileres o simplemente renta como contrapartida de la tierra. Los bienes y servicios producidos por las empresas son ofrecidos a las familias que entregarán a cambio su precio.

El estado es el agente económico cuya intervención en la actividad económica es más compleja. Por una parte, el Estado acude a los mercados de factores y de bienes y servicios como oferente y como demandante. Al igual que las familias, es propietario de factores productivos que ofrece a las empresas de las que también demanda gran cantidad de bienes y servicios. A la vez es el mayor productor de bienes y servicios. Por otra parte, a diferencia de los otros agentes económicos, tiene capacidad coactiva para recaudar impuestos, tanto de las empresas como de las familias. Así mismo destinará parte de sus ingresos a realizar transferencias sin contrapartida a ciertas empresas que considere de interés social o a algunas familias mediante subsidios de desempleo, pensiones de jubilación y otras.

2.1.1.3. El flujo circular de la actividad económica.

El lugar de encuentro entre los que ofrecen factores o bienes y servicios y los que los demandan se llama mercado.

Los sistemas están constituidos, además de por sus componentes elementales, por las relaciones que los unen.

En la representación del sistema de economía de mercado se utiliza el esquema denominado flujo circular ya que las líneas describen flujos de riqueza entre los agentes económicos (Familia, empresa, estado). (19)

Gráfico 19: Flujo circular.



FUENTE: www.eumed.net/cursecon/3/flujo.htm.
 ELABORACIÓN: Propia.

La parte exterior muestra las relaciones entre las familias y las empresas. Las familias envían los factores productivos al mercado de factores en donde son adquiridos por las empresas. De las empresas salen los bienes y servicios

hacia su mercado para ser consumidos finalmente por las familias. Los flujos de factores y de bienes y servicios se llaman flujos reales y en el gráfico están representados por los canales externos. A sus contrapartidas en dinero, las rentas y el gasto de las familias, se les llama flujos financieros y están representados por los canales internos.

En el centro del esquema se muestran las relaciones del Estado con los otros agentes. El Estado envía y adquiere factores y bienes y servicios en los mercados pagando o cobrando por ellos al igual que las familias o las empresas. Pero a la vez detrae los impuestos y entrega las transferencias.

2.1.1.4. Tipos de Mercados.

Según las personas o agentes que intervienen en los mismos, se tienen los siguientes tipos de mercado:

- Mercado de consumidores, que es abastecido por minoristas.
- Mercado de minoristas, que es abastecido por semi-mayoristas.
- Mercado de semi-mayoristas, que es abastecido por mayoristas.
- Mercado de mayoristas, que es abastecido por fabricantes o productores.
- Mercados Informales, se pueden dividir en varias industrias: alimentos (lugares a la orilla de la carretera), reparación y mejoramiento del hogar, vendedores ambulantes, mercados de pulgas, mantención de jardines, servicios cosméticos, servicios personales, servicios domésticos,

reparación de vehículos, entre otros (McCrohan et al., 1998; Tiemann, 2004).

2.1.1.5. Clasificación de Mercados.

Dependiendo del área geográfica que abarquen, los mercados se clasifican en:

- Locales: Mercados que se localizan en un ámbito geográfico muy restringido: la localidad.
- Regionales: Mercados que abarcan varias localidades integradas en una región geográfica o económica.
- Nacionales: Mercados que integran la totalidad de las transacciones comerciales internas que se realizan en un país; también se le llama mercado interno.
- Mundial: El conjunto de transacciones comerciales internacionales (entre países) forman el mercado mundial.

De acuerdo con lo que se ofrece, los mercados pueden ser:

- De mercancías: Cuando en el mercado se ofrecen bienes producidos específicamente para venderlos; por ejemplo, mercado del calzado, de ropa, del café, etcétera.
- De servicios: Son aquellos en que no se ofrecen bienes producidos sino servicios; el más importante es el mercado de trabajo.

De acuerdo con el tiempo de formación del precio, los mercados se clasifican en:

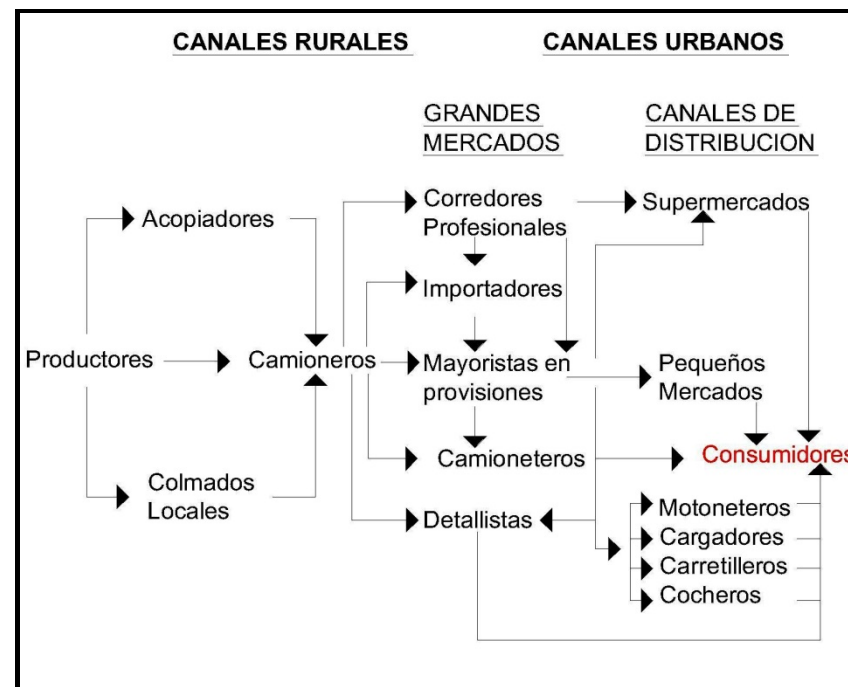
- De oferta instantánea: En este tipo de mercado el precio se establece rápidamente y está determinado

por el precio de reserva (último precio al cual vendería el oferente)

- De corto plazo: En este mercado el precio no se establece rápidamente y se encuentra determinado en buena medida por los costos de producción. La empresa puede variar la proporción en que emplea sus recursos pero no todos.
- De largo plazo: El precio se establece lentamente y está determinado en buena medida por los costos de producción.

2.1.1.6. Sistema Tradicional de comercialización.

Gráfico 20: Sistema tradicional de comercialización.



FUENTE: Propia basado en el libro " LA COMERCIALIZACIÓN DE ALIMENTOS EN LAS CIUDADES"

2.1.1.7. Relación Rural / urbana en el Sistema de Abastecimiento y Distribución de productos.

AREA RURAL	AREA URBANA
Acopio	Producción
Almacenamiento	Almacenamiento
Preparación	Ensamblaje
Clasificación	Transporte
Embalaje	Distribución
Transformación	
Transporte	

2.1.2. Restauración.

Durante toda la historia el hombre ha reutilizado las instalaciones arquitectónicas y urbanas existentes, pero desde finales del siglo XVIII se comienza a concientizar sobre el valor histórico a la protección de los monumentos.

La restauración nació a mediados del siglo XIX, cuando el teórico y práctico sobre la restauración de monumentos Viollet Lec Duc considera necesario realizar estudios teóricos históricos. Se crea la primera teoría de restauración.

La restauración nombra los trabajos de intervención directa que se deben realizar en un edificio, rigiéndose en normas que no están abiertas a la interpretación. Su objetivo es el cambio o mejora de sus instalaciones deterioradas sin realizar alteraciones o falsificaciones de su creación.

2.1.2.1. Definición.

Restauración: Conjunto de medios técnicos y científicos metodológicamente articulados teniendo por meta rectificar el estado de un edificio en virtud de criterios de intervención previamente establecidos con el de perpetuar las cualidades arquitecturales (Corboz).

2.1.2.2. Tipo de operaciones.

Las causas para la restauración se deben a algún defecto del objeto.

- Defectos originados después de un problema.
- Defectos que salen de una creación defectuosa.
- Defectos debido al envejecimiento.

Según la causa hay diferentes medidas a tomar, de ahí que aparecen los tipos de operaciones.

Los cuatro tipos de operaciones generalmente reconocidos son:

- La Consolidación: Intervención a eliminar las causas de una lesión y remediar los efectos de la lesión. Se relaciona con la estructura.
- La Anastilosis: Agrupar los fragmentos dispersos de un edificio en su propio sitio, para recomponerlos en su posición original. Requiere de complementos.
- La Liberación: Eliminar agregados que desnaturalizan un edificio.
- El completamiento: Reintegrar el edificio con partes nuevas.
-

2.1.2.3. Teorías de restauración.

RESTAURACIÓN ESTILÍSTICA.

Teorías creadas por el Arquitecto Eugène-Emmanuel Viollet-le-Duc.

“Restauración: la palabra y la cosa son modernas. Restaurar un edificio no es mantener, conservar, repararla o rehacerla, es restablecerla en un estado antiguo que pueden no haber jamás existido en un momento dado”. (Diccionario razonado de la arquitectura, 1865).

“Cada edificio o cada parte de un edificio deben ser restaurados en el estilo que le pertenece, no solamente en apariencia si no como estructura”. (Viollet Le Duc: op, cit., pp.15-23.).

RESTAURACIÓN HISTÓRICA.

Nace de la crítica de la restauración estilística. Ilustrada por el trabajo de Luca Beltrami (1854-1933).

Antes de intervenir primero hay que conocer; buscar en documentos históricos la certeza del objeto.

RESTAURACIÓN CIENTÍFICA.

Ideas promovidas por Camillo Boito (1836-1914) y Gustavo Giovannoni (1873-1947).

Introduce una regla de prudencia generalizada: crítica de la reducción a un estado histórico.

Se pasa del arte al documento en el que hay que respetar las huellas del tiempo.

RESTAURACIÓN CRÍTICA.

Ideas defendidas por Cesare Brandi (1906-1988).

“La restauración, en tanto que restauración de una obra de arte, se define como el momento metodológico de la identificación de la obra en su consistencia física y en su doble polaridad estético - histórico, en vista de su transmisión al futuro”. (Cesare Brandi "Teoría de la restauración").

Se restaura la materia y no la imagen; hay que tender al restablecimiento de la unidad potencial de la obra que es un objeto formal e histórico. La restauración es un aporte de nuestra época, que debe ser reversible.

2.1.3. Reciclaje de arquitectura.

El reciclaje de arquitectura es totalmente lo contrario a restauración.

“Reciclar es someter un material usado a un proceso para que se pueda volver a usar”. (Significado de la Real Academia de la Lengua Española).

Conforme a este significado, reciclar arquitectura es volverle a dar uso a un edificio ya construido; manteniendo o cambiando su funcionalidad y comenzando de este modo un nuevo ciclo de vida.

“El reciclaje supone iniciar un nuevo ciclo de vida a partir de lo viejo, sin conformarse con meras actuaciones de reparación centradas exclusivamente en solventar problemas inmediatos y aspectos parciales y epidérmicos, ni tampoco embalsamar lo que ya está muerto, ya sea por el

grado de deterioro constructivo- estructural o por un inaceptable planteamiento inicial". (Valero Ramos 2010, p3).

El reciclaje se ha basado fundamentalmente en el razonamiento del valor funcional, puesto que el edificio está abierto a nuevos usos.

Este ansía darle nuevos usos al objeto, debido a la muerte de sus funciones anteriores.

El reciclaje busca estrategias de sostenibilidad; reutilización de la infraestructura.

"El mero hecho de considerar el reciclaje sobre la demolición nos lleva a minimizar la "huella" de la arquitectura y a reducir el llamado espacio basura". (Koolhaas, 2002, p2).

En la época neo racionalista la moda era mantener el valor de nuestros monumentos, ahora la moda es la sensibilización hacia la sostenibilidad del planeta, y el ahorro en el consumo del suelo y recursos naturales. La moda es un argumento de contemporaneidad que compromete a estar actualizado. La arquitectura debe buscar respuestas para cada momento histórico. (Martínez Monedero, M. / Reciclaje de arquitectura vs restauración arquitectónica).

2.2. INVESTIGACIÓN.

2.2.1. ORIGEN DEL MERCADO DE PULGAS.

El primer mercado de las pulgas se inició a finales del siglo XVII en París, Francia (*Marché aux puces*) cuando los ropavejeros recogían en la noche los cachivaches que la gente de sociedad desechaba y luego, en otro sitio,

procedían a venderlos. Debido a que los bienes que vendían se trataban de cosas usadas, en épocas en que la higiene no era parte de la cultura, los objetos se infestaban de pulgas; es por tal razón que estos mercados fueron conocidos como mercados de pulgas.

En aquel entonces las autoridades decidieron que los trabajadores no podían seguir sobre el territorio de la ciudad y los mandaron a espacios en la periferia de la misma.

Con el pasar de los años esta actividad comercial se fue volviendo famosa y las personas empezaron a interesarse por las cosas antiguas y únicas que solo en estos lugares se podían encontrar.

2.2.2. MERCADO DE PULGAS.

Un mercado de pulgas es un espacio de comercialización bastante colorido y muy concurrido donde se puede encontrar una amplia variedad de bienes ya sean nuevos, usados y hasta antigüedades a un buen precio; se ubican al aire libre, generalmente en calles o avenidas.

Esta clase de mercado no compite directamente con los mercados formales.

En algunos países se les conoce como tianguis o mercadillos, rastrillos o flea markets; en todos ellos los productos a la venta se encuentran exhibidos sobre puestos desmontables, mesas plegables o directamente en el suelo.

Es una "denominación de origen". En España se le conoce como "rastros", en Atenas se le llama "mercado de las pulgas" al igual que al mercado de Saint Ouen en París.

Los mercados de pulgas se encuentran en todo el mundo y es posible observarlos incluso como atracción turística en

América Latina (Argentina, Uruguay, Chile), América del Norte (Canadá, Estados Unidos), Europa (Alemania, España, Francia, Holanda, Inglaterra, Italia, Portugal), Asia (China, Japón) y Oceanía (Australia).

Además existe la posibilidad de regatear con los precios, se puede ofrecer un precio menor al vendedor o seguir buscando, ya que es muy probable encontrar en estos lugares más de un vendedor con el mismo artículo a la venta. El regateo es sin duda parte de la experiencia de ir a comprar a un mercado de pulgas. Por lo visto es una práctica antiquísima, que se remonta a la Grecia Antigua.

Los vendedores de los mercados de pulgas se caracterizan por sus:

1. Bajas barreras a la entrada en términos de capital, habilidades y organización;
2. Propiedad familiar;
3. Pequeña escala de operación;
4. Intensiva mano de obra y
5. Alta competitividad y baja regulación (Klein y Tokman 1988; Sethuraman, 1981).

La evidencia empírica muestra que este centro de comercialización usualmente compite con bajos precios. Sin embargo estos no son el único beneficio que entregan los mercados de pulgas.

Los compradores perciben a los mercados de pulgas como una agradable experiencia de compra, agradables lugares para socializar con los demás así como oferentes de

productos y servicios de alto valor (Maisel, 1974; McCrohan et al., 1987). No sólo ofrecen beneficios económicos, sino que también ofrecen beneficios de adquisición y sociales (el contacto con los demás) a los compradores (Sherman et al., 1985).

Como consecuencia Sherry (1990) comenta que los mercados de pulgas son una fascinante combinación de informalidad y formalidad, junto a una combinación de atracciones tanto económicas como satisfactorias.

Los mercados de pulgas siguen creciendo a nivel mundial (Sherman et al., 1985). Más aún, debido a que una importante proporción de los vendedores de los mercados de pulgas se caracterizan por vivir del reciclaje, un potencial incremento en la preocupación por el reciclaje podría incrementar aún más las ventas de este centro de comercialización (Belk et al., 1988).

2.2.3. MERCADOS MÁS FAMOSOS DEL MUNDO.

2.2.3.1. Feria de San Telmo.

La Feria de antigüedades se encuentra en el centro histórico de la ciudad de Buenos Aires; declarada lugar histórico Nacional.

Fue creada en 1970 por el arquitecto José María Peña, esta feria dominical cuenta con 270 puestos de venta.

Ubicada en la Plaza Dorrego; es uno de los paseos más tradicionales y visitada por más de 10.000 personas por domingo; siendo en su mayoría turistas de todos los puntos del planeta

Gráfico 21: Feria de San Telmo.



Fuente www.buenosaires123.com.ar/ferias/feria_san_telmo.php.

2.2.3.2. El Rastro de Madrid.

Es uno de los mercados más famosos de toda España, se desarrolla cada domingo y día festivo en el centro histórico de Madrid. Cuenta con unos 3.500 puestos que venden todo tipo de antigüedades hasta ropa de diseño u objetos de decoración y de segunda mano.

Nació hacia 1740 en torno al Matadero de la Villa, ocupando las aceras de la cuesta de Ribera de Curtidores del barrio de Lavapiés.

Tradicionalmente, la actividad comercial se centra en artículos que no se comercializan en los mercados y establecimientos clásicos, como mercancías viejas y extrañas, y objetos diversos.

Gráfico 22: El rastro de Madrid.



Fuente www.mediateca.educa.madrid.org.

2.2.3.3. Mercado de pulgas de Saint-Ouen.

Es uno de los mercados más antiguos de París, declarado hoy patrimonio nacional. El Mercado de Pulgas de París Saint-Ouen ofrece, en 15 Km. de recorrido y más de 10 hectáreas un total cercano a 2.000 tiendas y 16 mercados con productos de todo tipo, precios; pero sobretodo es famoso por las antigüedades.

Se encuentra ubicado a las afueras de la ciudad en la Rue Faubourg Saint-Honore, constituye uno de los más grandes mercados de pulgas del mundo.

Gráfico 23: Mercado de pulgas de Saint-Ouen.



Fuente www.approach-me.com.

2.2.3.4. Mercado del Naviglio Grande.

Es el mercado de antigüedades más importante de la ciudad de Milán en Italia. El mismo puede ser visitado el último domingo de cada mes, donde más de 400 puestos exponen sus antigüedades, baratijas y demás objetos de colección. Siempre se encuentra algo que viene bien entre muebles, relojes, porcelanas, platería, antigüedades étnicas, libros, juegos, antiguas radios, impresos, historietas y objetos de coleccionismo de arte moderno.

2.2.3.5. Mercado callejero de Portobello.

El mercado callejero de Portobello está ubicado en el barrio de Notting Hill, en la zona oeste de la ciudad de Londres, Inglaterra. Este famoso mercado tiene su día principal que es los sábados, donde los turistas pueden recorrer sus

puestos que ofrecen desde ropa hasta antigüedades de gran calidad, comida orgánica y otros productos.

El mercado comenzó como de venta de comida fresca en el S XIX; los vendedores de antigüedades llegaron en la década de 1960.

2.2.3.6. Mercado de la Ladrona.

Cuentan que A Feira da Ladra se llama así (mercado de la ladrona) porque antiguamente era el lugar donde se comerciaba con objetos robados y mercado negro. Desde este oscuro origen, hoy el mercado de la ladrona es el más conocido de la ciudad de Lisboa en Portugal. El mismo se celebra cada martes y sábado en el Campo de Santa Clara de Lisboa. Se puede encontrar una gran cantidad de puestos que ofrecen todo tipo de baratijas, antigüedades, libros, ropa de ocasión, cuadros, artículos de artesanía, música, etc.

2.2.3.7. Mercado de pulgas de Hella's Kitchen.

El mercado de las pulgas de Hella's Kitchen está localizado sobre la calle 39 oeste, en la ciudad de Nueva York, Estados Unidos. Nació en 1976, y desde entonces constituye un interesante paseo con más de 170 puestos que venden de todo, desde ropa vintage, accesorios de moda, joyas, zapatos y sobre todo antigüedades de todo tipo como muebles y artículos de decoración en general.

2.2.3.8. El Gran Bazar de Estambul.

El Gran Bazar de Estambul en Turquía, es uno de los mercados más grandes del mundo. Cuenta con más de 4.000 tiendas y puestos de venta desde alfombras, plata, joyas, zapatos, ropa, cientos de souvenirs, entre otros artículos, además de todo tipo de comida.

2.2.3.9. Mercado Central de Budapest.

El Mercado Central de Budapest en Hungría, es uno de los mercados cubiertos más impresionantes de toda Europa, y el más grande de los cinco mercados que se abrieron en la ciudad a finales del siglo XIX. Este mercado funciona todos los días, excepto los domingos, ofreciendo al público cualquier producto típico.

2.2.3.10. Mercado de Jan el-Jalili.

Es el bazar antiguo de la ciudad de El Cairo, Egipto, y para muchos turistas es la zona más divertida de la ciudad. El Jan el-Jalili es un gigantesco mercado que se pierde por decenas de callejuelas en las que se vende de todo. Se puede encontrar desde comida y especias hasta libros o antigüedades, pasando por supuesto por plata, ropa y todo tipo de objetos decorativos.

2.2.3.11. Mercado chino de Donghuamen.

El mercado de Donghuamen funciona desde 1.984 en la ciudad de Pekín en China, y es uno de los mercados nocturnos más famosos del mundo. Muy visitado por los

turistas. En él se venden desde sedas, perlas, aparatos electrónicos, entre otros productos.

2.2.3.12. Mercados de Bangkok.

Los mercados de Bangkok en Tailandia, son algunos de los más grandes y curiosos del mundo. En la capital destacan sobre todo dos: el gran mercado, un gigantesco espacio en el que se vende absolutamente de todo; y el mercado flotante de Wat Sai, en el que los comerciantes venden sus productos en los canales de la ciudad y directamente desde sus tradicionales canoas..

2.2.3.13. Mercado Chandni Chowk.

Chandni Chowk es uno de los mercados más importantes de la India, ubicado en la ciudad de Delhi. Se extiende por más de 2 km, con calles repletas de puestos de todas las formas y colores, donde es común ver gran cantidad de motos y elefantes que se mezclan con los visitantes. En este mercado indio todo es vida, y pueden encontrarse desde impresionantes tejidos hasta perfumes de especias.

2.3. REPERTORIOS.

ANÁLISIS DE REPERTORIOS.

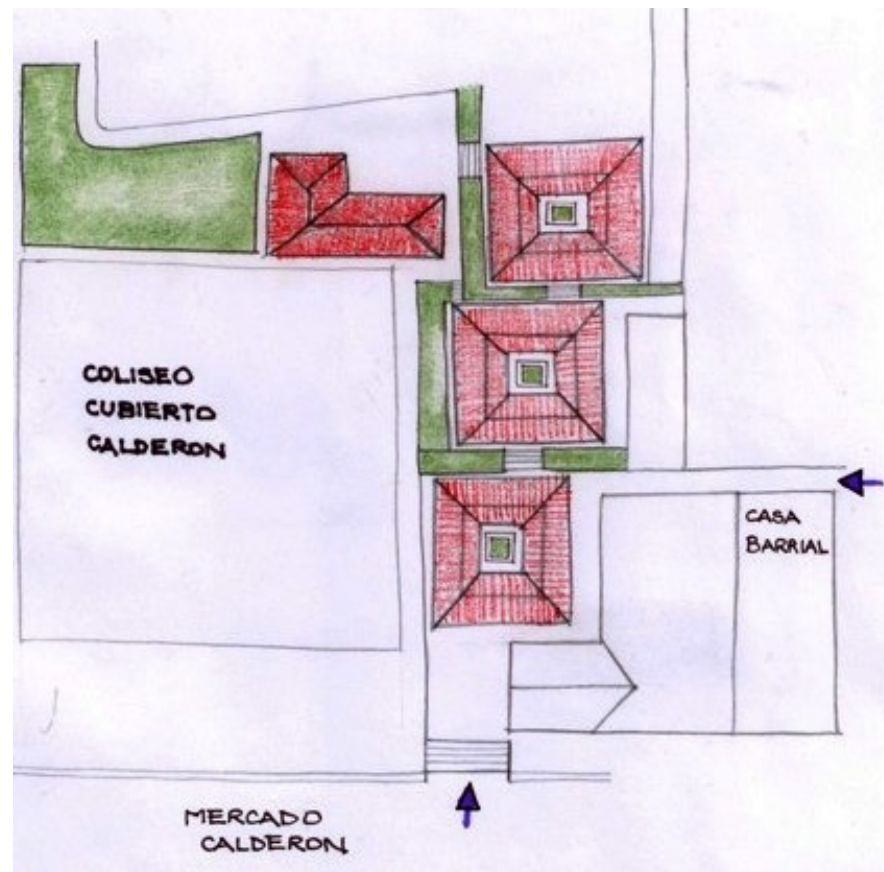
Para llegar a proponer un modelo teórico de mercado se necesita el análisis de varios referentes a nivel local, nacional e internacional.

De este estudio se podrá obtener parámetros de cómo se desarrolla un mercado y de los errores cometidos que pueden ser mejorados.

2.3.1. Repertorio Local.

CENTRO ARTESANAL DE MAZAPÁN DE CALDERÓN.

Gráfico 24: Implantación Centro Artesanal de Mazapán de Calderón.



FUENTE: Plan Distrito Metropolitano.
ELABORACIÓN: Propia.

2.3.1.1. Definición filosófica del proyecto.

La parroquia de Calderón, se caracteriza por su actividad artesanal, un gran porcentaje de la población se dedica a la elaboración de artículos de MAZAPÁN. Esta actividad se ha ido transmitiendo a través de los años de padres a hijos, razón por la cual hoy está convertida en uno de los principales medios de subsistencia de la población.

Las artesanías consisten desde pequeños prendedores hasta adornos para centros de mesa y marcos para espejos, elaboradas por pequeños artesanos independientes o agrupados en asociaciones que los comercializan, a través de intermediarios, en almacenes localizados en la misma población o en otras ciudades del país.

Esta actividad artesanal, ha otorgado a la parroquia de Calderón, un carácter turístico, pues diariamente es visitada por gran cantidad de turistas nacionales y extranjeros en busca de dichas artesanías.

El objetivo del proyecto es dotar a la parroquia de Calderón de un Centro Artesanal de Mazapán para la exhibición y comercialización por parte de los pequeños artesanos productores; y brindar al turista nacional y extranjero de una estructura permanente para la adquisición de artesanía directamente del productor.

CARACTERÍSTICAS URBANAS DEL SECTOR

a.- Vías.

La parroquia se encuentra integrada a la trama urbana del Cantón de Quito, a través de la vía Panamericana Norte. Aproximadamente se encuentra a 12 kilómetros del sector de El Labrador.

b.- Transporte Público.

La zona de Calderón se encuentra servida por una empresa de transporte público, (Transportes Calderón) que realiza recorridos entre esta población y el sector de La Marín en el Centro Histórico de Quito.

2.3.1.2. Elementos o componentes del proyecto.

CONTENEDORES ESPACIALES NO ESPECIALIZADOS:

- Exhibición: 26 puestos
- Oficinas
- Sala de reuniones
- Taller

CONTENEDORES ESPACIALES ESPECIALIZADOS:

- Bar, Cafetería.
- Batería Sanitaria
- Circulación peatonal

EL VACÍO COMO CONTENEDOR ESPACIAL

- Mesas exteriores
- Juegos infantiles
- Exteriores: circulación peatonal, circulación vehicular, jardines y jardineras.

ZONIFICACIÓN Y ACCESOS DEL PROYECTO:

Consta de cuatro zonas definidas que son: Exhibición, administración, servicios, circulaciones y exteriores. (25)

1.- Zona de exhibición y venta: es la principal zona del proyecto, está compuesta por 26 puestos individuales, distribuidos en 4 grupos.

2.- Zona administrativa: Para el control administrativo del Centro, se prevé de un núcleo que cuenta con una oficina, sala de reuniones, servicio higiénico, y de un taller donde los artesanos disponen de las facilidades para la preparación de la materia prima indispensable para la elaboración de las artesanías.

3.- Zona de servicios: Como complemento de la zona de exhibición, en la parte alta del Centro Artesanal se sitúa un bar-cafetería con mesas y bancas fijas exteriores.

Dos módulos de servicios higiénicos para uso de artesanos y visitantes.

Hacia la parte posterior y aledaño al bar-cafetería se plantea un módulo de juegos infantiles, trabajados en madera tratada y que contempla varias alternativas de juegos.

4.- Circulaciones peatonales: Constituyen la zona integradora y vinculadora de las tres anteriores.

ACCESOS:

Se proponen dos accesos principales: uno peatonal. Este acceso se encuentra integrado a la calle Carapungo, a través de una calle peatonal; y otro vehicular ubicado hacia la parte superior, con la finalidad de dar ingresos a propiedades particulares localizadas hacia ese extremo.

Gráfico 25: Planta general- zonificación proyecto.

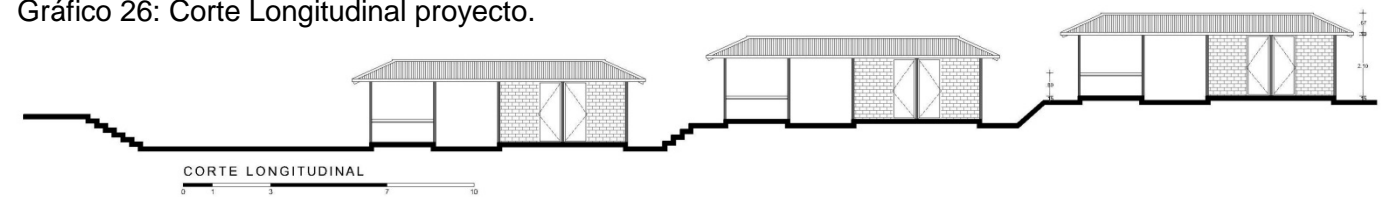


FUENTE: Plan Distrito Metropolitano.

LEYENDA

- Zona Exhibición
- Zona administrativa
- Zona de servicios

Gráfico 26: Corte Longitudinal proyecto.



FUENTE: Plan Distrito Metropolitano.
 ELABORACIÓN: Propia.

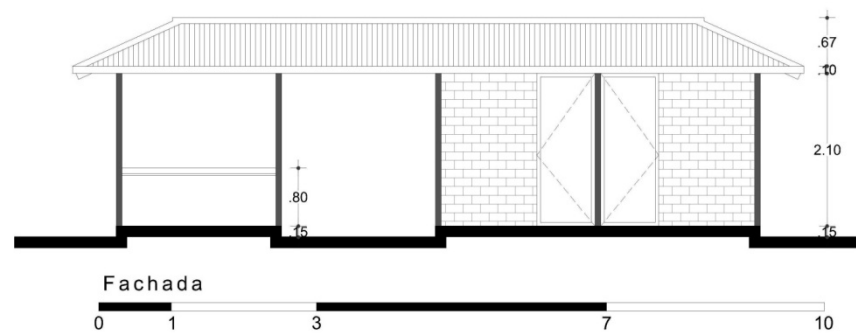
2.3.1.3. Estructura del proyecto.

UTILIDAD DEL ESPACIO.

Está constituido por dos cuerpos, formando una L y limitado hacia el sur por la casa parroquial y propiedades particulares, al norte por el coliseo y plataforma de mercado, al este por propiedades particulares y vía vehicular superior de acceso, al oeste por el coliseo y acceso peatonal inferior. La superior total disponible es de 1800m². Topográficamente está conformado por tres plataformas con un desnivel total de 2.40 m. entre sus extremos.

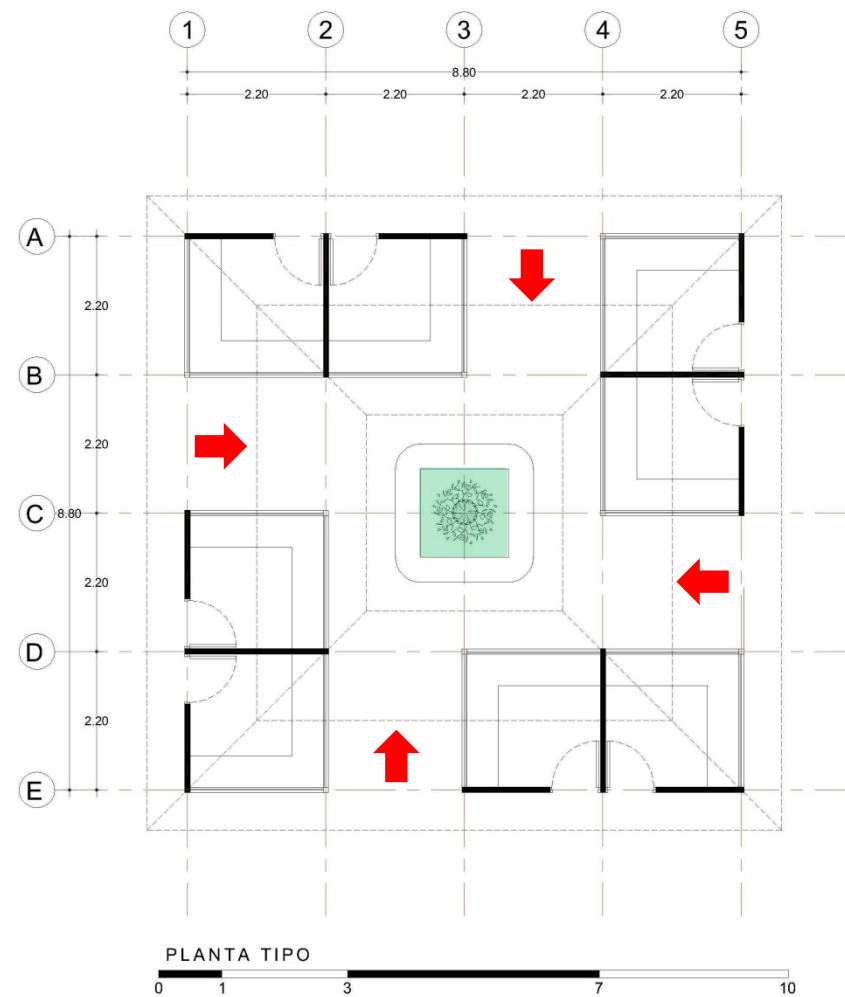
Los locales de exhibición así como los servicios son planteados en base a una trama modular básica de 0.55m. X 0.55m. y un módulo de diseño de 2.20m. X 2.20m.

Gráfico 27: Fachada local de exhibición.



FUENTE: Plan Distrito Metropolitano.
 ELABORACIÓN: Propia.

Gráfico 28: Planta tipo locales de exhibición.



FUENTE: Plan Distrito Metropolitano.
 ELABORACIÓN: Propia.

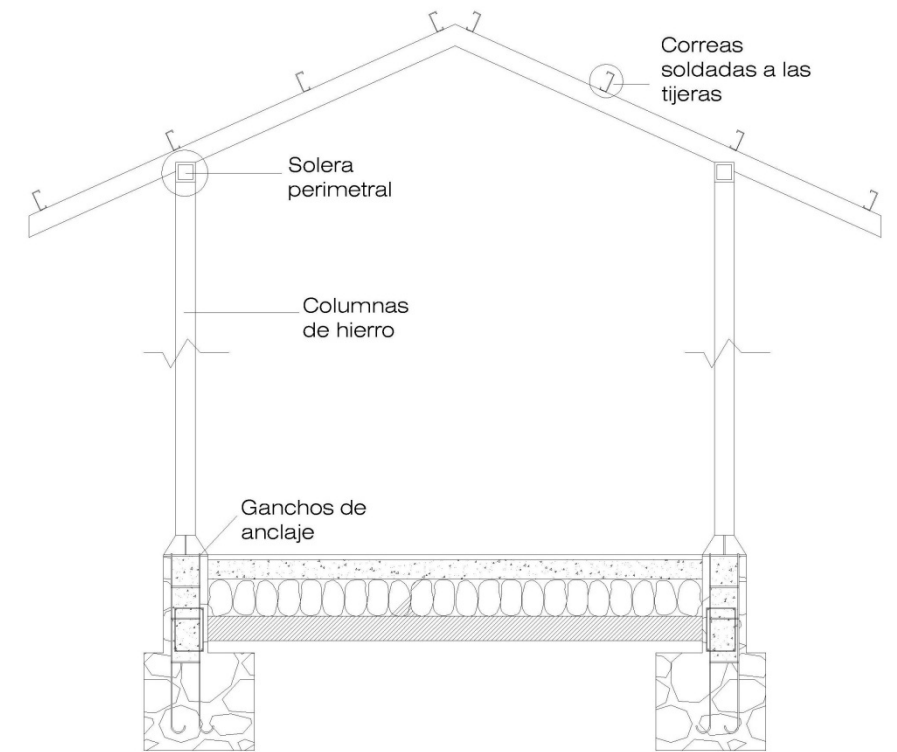
ESTRUCTURA- ESTABILIDAD.

La cimentación de los módulos de exhibición será de hormigón sobre la que se asientan columnas de hierro y mampostería de ladrillo visto por la cara exterior, y enlucido por el interior. La estructura de la cubierta es de hierro y cobertura de eternit.

Las puertas, ventanas y rejas son de hierro constituidas por perfiles y láminas de tol.

Los taludes para la conformación de las plataformas son encespados.

Gráfico 29: Estructura.



Estructura

FUENTE: Plan Distrito Metropolitano.
 ELABORACIÓN: Propia.

GEOMETRÍA- ESPACIO.

Se plantearon dos tipos de volúmenes de acuerdo a su uso: los volúmenes de exhibición y servicios, que agrupan 8 puestos o 2 puestos y bar-cafetería; con plantas regulares y con cubiertas inclinadas a 8 y 6 aguas respectivamente, son de tipo cubierto-abierto.

Gráfico 30: Volumetría locales.



FUENTE: Propia.

LO ESTETICO - ESPACIAL.

Los locales se encuentran envueltos por espacios abiertos y una circulación interesante. La luz entra por la mitad de sus edificaciones en donde existen espacios de descanso rodeados por áreas verdes.

Gráfico 31: Vista interior desde el espacio central.



FUENTE: Propia.

Gráfico 32: Vista interior hacia el espacio central.



FUENTE: Propia.

2.3.1.4. Funcionalidad del proyecto.

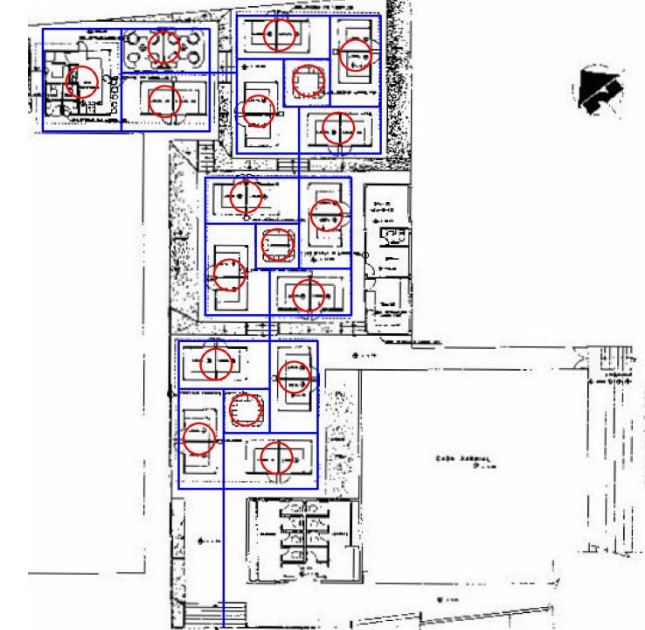
La implantación del proyecto es en cuatro plataformas ascendentes desde el acceso principal, con desniveles de 80cm. cada uno, los que son encespedados.

Los agrupamientos de los puestos por pares, se dan alrededor de patios centrales en los que se plantean jardineras fijas que, perimetralmente, pueden ser usadas como bancas para descanso y observación.

Los módulos de exhibición son de 2.20 m. X 2.20 m. cada uno, disponen de mesones de trabajo y expendio, bajo los cuales los artesanos pueden almacenar la materia prima o los productos terminados.

Se dispone la ubicación estratégica de 8 basureros para la recolección de basura y propiciar un buen mantenimiento del centro artesanal por parte de los artesanos y turistas.

Gráfico 33: Funcionalidad del proyecto.



FUENTE: Plan Distrito Metropolitano.

2.3.1.5. Integración del proyecto.

El proyecto se lo implantó en un terreno que se encuentra limitado por construcciones en todos sus lados dejando unas pequeñas entradas; por consecuencia el proyecto no interacciona con su parte exterior. Por tal razón no existe una entrada clara para atraer a sus consumidores.

Gráfico 34: Implantación del proyecto.



Fuente: GOOGLE EARTH

2.3.2. Repertorio Nacional.

REHABILITACIÓN DEL MERCADO 9 DE OCTUBRE; LA INTERVENCIÓN EN LA PLAZA CÍVICA Y EN LA PLAZOLETA 9 DE OCTUBRE- CUENCA.

2.3.2.1. Definición filosófica del proyecto.

Dentro del proyecto de recuperación de áreas centrales y apoyo al ordenamiento territorial de la ciudad de Cuenca se realizaron intervenciones en el barrio 9 de octubre; formando parte de estas intervenciones el Mercado “9 de octubre” y sus plazas circundantes, el lugar que en ese tiempo fue el más deteriorado del Centro Histórico.

Gráfico 35: Implantación mercado 9 de octubre.



Fuente: GOOGLE EARTH.

El edificio del Mercado “9 de octubre” está ubicado en el Centro Histórico de la ciudad, entre las calles Mariscal Lamar y Hermano Miguel. Fue construido a principios de los años treinta, motivo por el cual tiene características de la arquitectura de la época en la ciudad.

La existencia del mercado en la zona provocó que las actividades de uso de suelo cambiaran. En el primer piso de las viviendas de su alrededor se crearon locales comerciales.

La edificación en donde se asienta el mercado no fue cambiada, pero se adicionaron casetas de venta y se colocaron baterías sanitarias para uso público en el exterior de la Plaza Cívica; lo cual llevó a la alteración de la imagen del inmueble.

Este espacio se encontraba en un constante deterioro, no solo hablando del espacio construido; sino también del desarrollo social de la zona.

Gráfico 36: Estado original Mercado “9 de octubre”.



Fuente: <http://www.targeteuro.eu/category/type-projects/urban-development>.

Gráfico 37: Estado original Plaza Cívica”.



Fuente: <http://www.cuenca.com.ec/cuencanew/node>.

Para la propuesta fue vital involucrar a los principales protagonistas del mercado; sus trabajadores, en un trabajo conjunto con el equipo multidisciplinar del municipio y asesores externos.

“Esta intervención plantea una nueva visión de las intervenciones realizadas en la ciudad, ya que el componente social determinó la organización y consolidación del componente físico” (Boris Albornoz).

El objetivo de esta rehabilitación es la organización y conexión del espacio abierto y cerrado; en donde las actividades tengan el espacio adecuado para su desarrollo.

Fue una intervención de más de 9000m2 incluyendo la regeneración de la Plaza Cívica; la obra estuvo terminada en Julio del 2009.

2.3.2.2. Elementos o componentes del proyecto.

CONTENEDORES ESPACIALES NO ESPECIALIZADOS:

- Exhibición: puestos de venta.
- Oficinas.
- Bodegas.

CONTENEDORES ESPACIALES ESPECIALIZADOS:

- Cocina.
- Batería Sanitaria.
- Circulación peatonal y vehicular.
- Parqueaderos.

EL VACÍO COMO CONTENEDOR ESPACIAL

- Plazas
- Exteriores: circulación peatonal, circulación vehicular,
- Jardineras.
- Entrada con luz central.

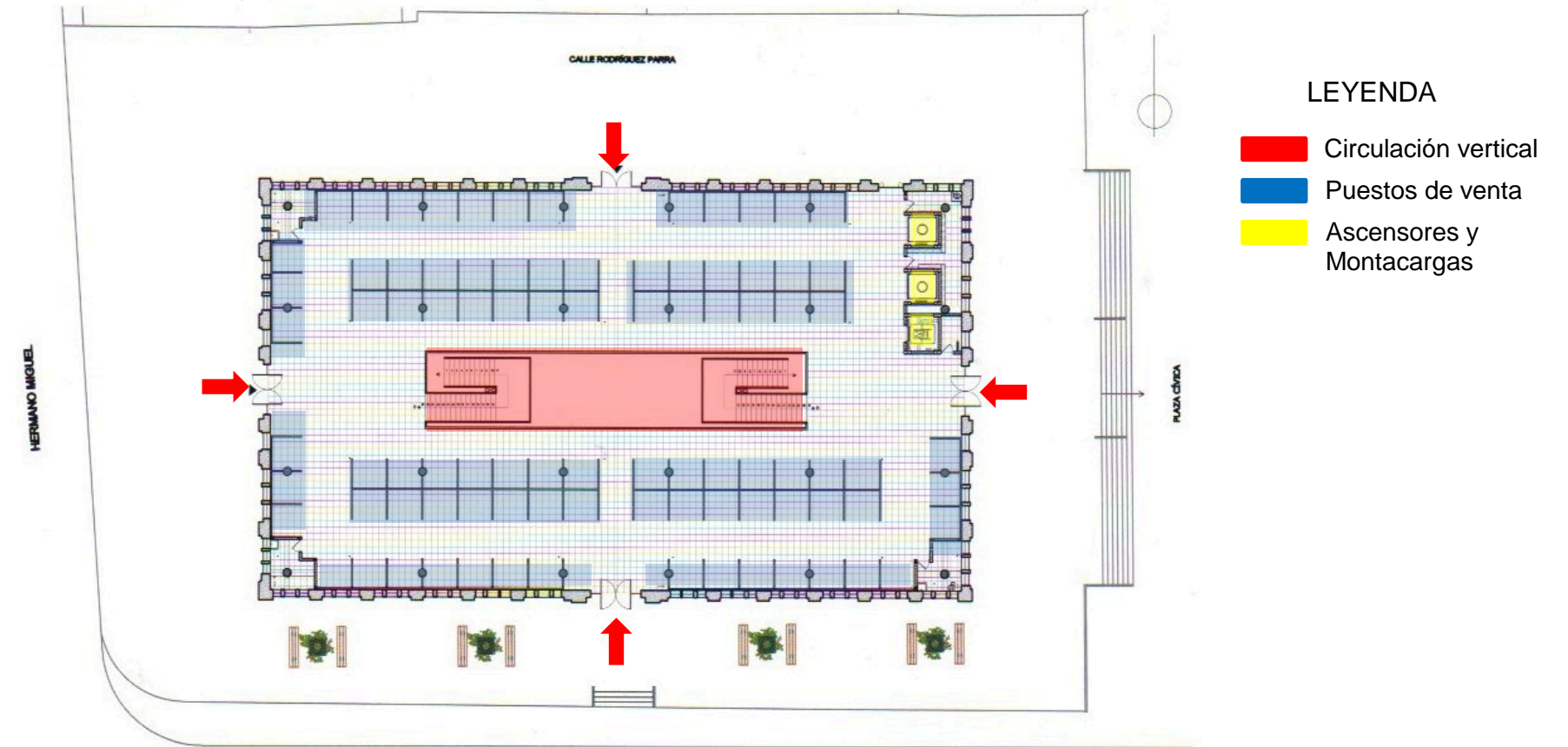
El mercado estaba concebido en un solo nivel; para lograr integrar a todos los trabajadores de venta informal que se asentaron en la plaza Cívica se crearon 3 niveles.

La plaza Cívica se encontraba abarrotada de vehículos, motivo por el cual se decidió construir un subsuelo para 110 puestos de aparcamiento, desde donde se puede acceder a la primera planta del mercado contiguo y a la plaza.

Al igual que la Plaza Cívica la plazoleta 9 de octubre; plaza que constituye el acceso oeste del mercado 9 de octubre estaba ocupada de comerciantes, cuyos puestos no permitían la visibilidad del edificio.

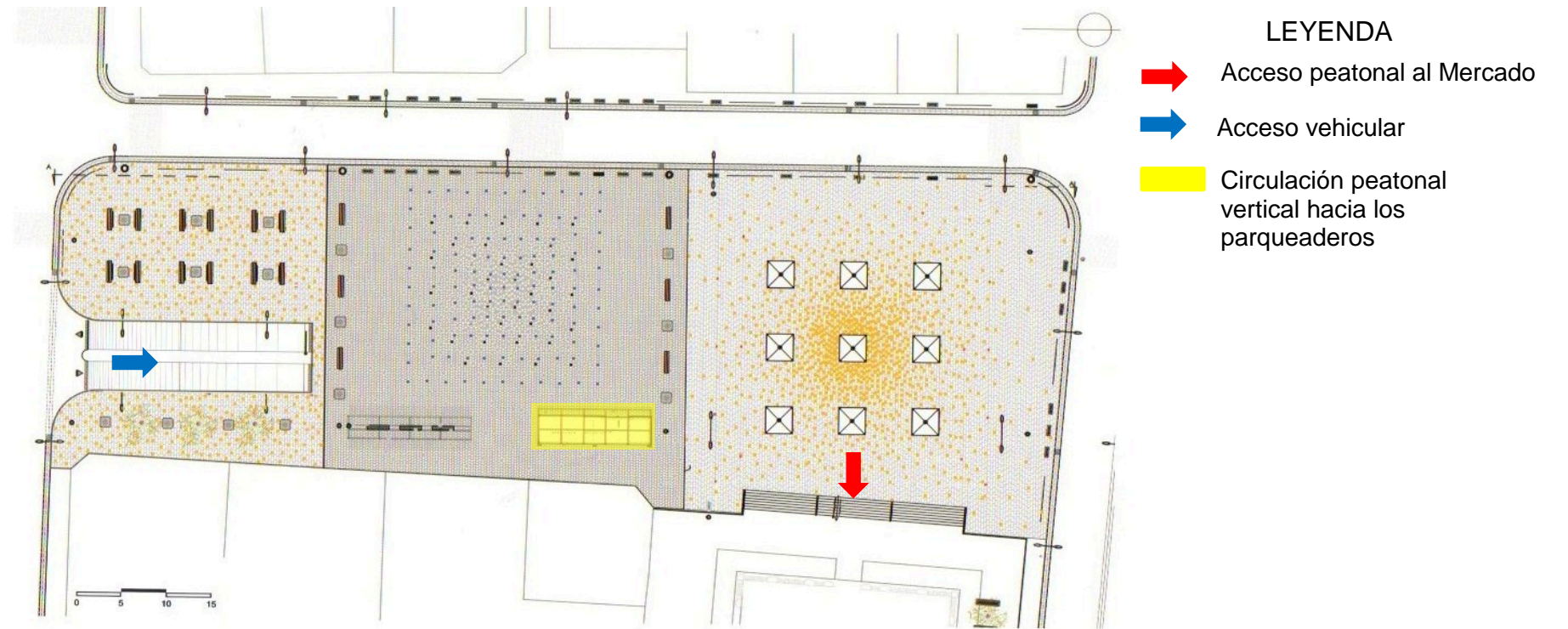
Las plazas se transformaron en espacios de descanso y encuentro.

Gráfico 38: Planta tipo Mercado "9 de octubre".



FUENTE: Cuenca, Proyectos de revitalización urbana.

Gráfico 39: Planta Plaza Cívica.



FUENTE: Cuenca, Proyectos de revitalización urbana.

2.3.2.3. Estructura del proyecto.

UTILIDAD DEL ESPACIO.

El mercado “9 de octubre” y la Plaza Cívica son espacios que fueron creados para la comercialización de productos y que a la vez son el punto de encuentro para la interacción de la personas.

Al desaparecer los parqueaderos de la planta principal se abre una gran plaza; la cual se llegó a conectar con el mercado por varios accesos.

El acceso de los parqueaderos hacia la plaza tiene una pérgola de madera y una caja de vidrio para dar contraste con la zona histórica de la ciudad.

En el proyecto se puede resaltar cuatro espacios que dan importancia a la zona; parqueaderos que tienen salidas por la plaza central o por el mismo mercado, se colocaron bancas y jardineras de madera que generan un área de descanso, el mercado de tres niveles con una escalera central, que da una circulación abierta hacia todos los pisos y la Plaza en general donde se puede realizar actividades de concentración pública.

Gráfico 40: Vista hacia la Plaza Cívica.



FUENTE: Cuenca, Proyectos de revitalización urbana.

Gráfico 41: Corte longitudinal de la Plaza Cívica.



FUENTE: Cuenca, Proyectos de revitalización urbana.

ESTRUCTURA – ESTABILIDAD.

El edificio del mercado “9 de octubre” fue rehabilitado con estructura metálica. Lo único que no se alteró del inmueble fueron las fachadas exteriores. El techo fue totalmente retirado, y se lo reconstruyó con deck. Se dejó un espacio de ventilación entre el techo y las paredes exteriores del mercado, colocándose entre estos madera teca.

Las columnas circulares y vigas del mercado son de estructura metálica, cimentadas de hormigón.

Se crearon 3 niveles con piso deck.

Las puertas de los accesos principales se conservaron, fueron tratadas y vueltas a colocar.

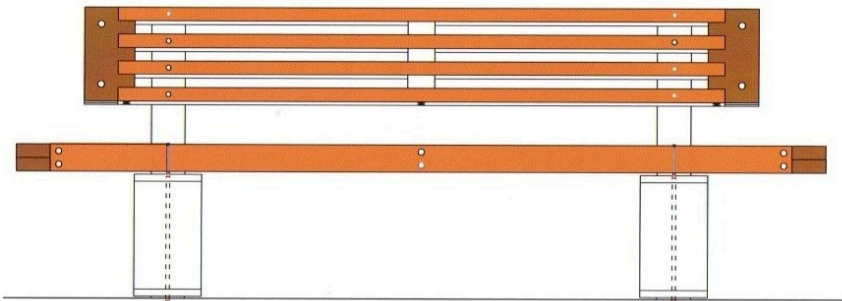
Para las intervenciones de las plazas en los pisos se utilizaron mármol y la piedra andesita. En el mobiliario, tanto en las bancas como en las jardineras se utilizó madera.

Gráfico 42: Corte transversal Mercado “9 de octubre”.



FUENTE: Cuenca, Proyectos de revitalización urbana.

Gráfico 43: Mobiliario urbano, banca de madera.



FUENTE: Cuenca, Proyectos de revitalización urbana.

GEOMETRÍA- ESPACIO.

El mercado “9 de octubre” está asentado sobre un edificio construido en los años treinta, que muestra características arquitectónicas de la colonia. De planta rectangular simétrica al igual que sus fachadas, con cubiertas inclinadas a dos aguas.

Las entradas forman grandes arcos con ventanas divididas por columnas ornamentales.

Gráfico 44: Vista del lado oeste del Mercado “9 de octubre” y la Plazoleta “9 de octubre”.



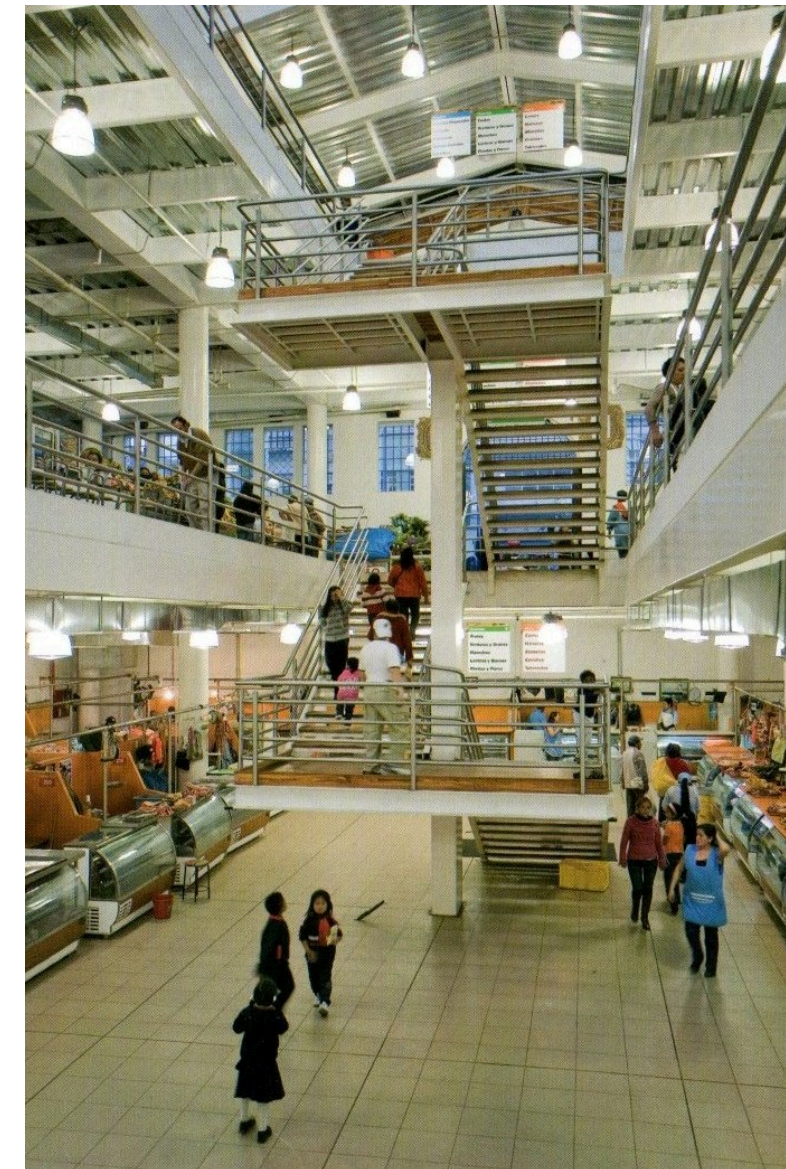
FUENTE: Cuenca, Proyectos de revitalización urbana

LO ESTÉTICO ESPACIAL

Los espacios creados en el mercado y las plazas son dedicados al desenvolvimiento de las actividades que realizan las personas de esta zona. Motivo por el cual los espacios son totalmente abiertos hacia el público.

Al interior del establecimiento se puede observar las dobles alturas, se utiliza la luz natural como medio de diseño.

Gráfico 45: Vista interior del Mercado “9 de octubre”.



FUENTE: Cuenca, Proyectos de revitalización urbana

2.3.2.4. Funcionalidad del proyecto.

En el análisis funcional de los componentes del mercado se han considerado de manera particular aquellos aspectos que determinan la relación entre los elementos arquitectónicos principales y las actividades que las personas generan, para concluir en una zonificación adecuada de los principales componentes del mercado, tales como:

- Subdivisión por giros de productos.
- Tipo de puestos de venta.
- Disposición de las áreas de circulación para compradores.
- Espacios exteriores para el encuentro y desarrollo de actividades al aire libre.
- Creación de un subsuelo para el estacionamiento de vehículos particulares, de carga y accesos peatonales.
- Espacios para abastecimiento carga y descarga.

Gráfico 46: Vista Plaza Cívica.



FUENTE: <http://rochesincuenca.blogspot.com/2012/07/wow-we-cant-believe-it-has-been-year.html>

2.3.2.5. Integración del proyecto.

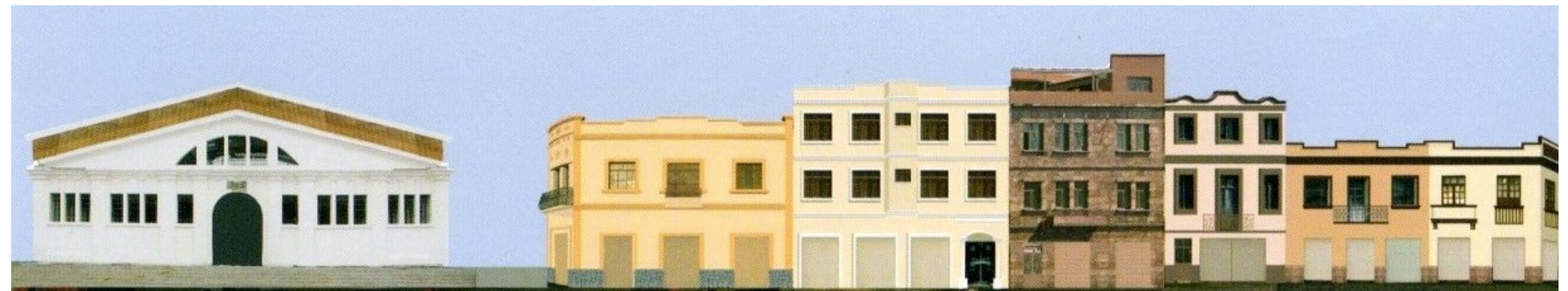
El proyecto recuperó la imagen urbana del centro histórico de la ciudad de Cuenca.

La invasión de puestos emergentes y el caos que generaban los vehículos en la plaza desaparecieron, mejorando el flujo de transeúntes y vehículos

Ahora se puede observar una gran plaza que abre al público en donde se desarrollan actividades no solo de comercio sino también culturales.

Se liberan los espacios exteriores dando un orden a la ciudad.

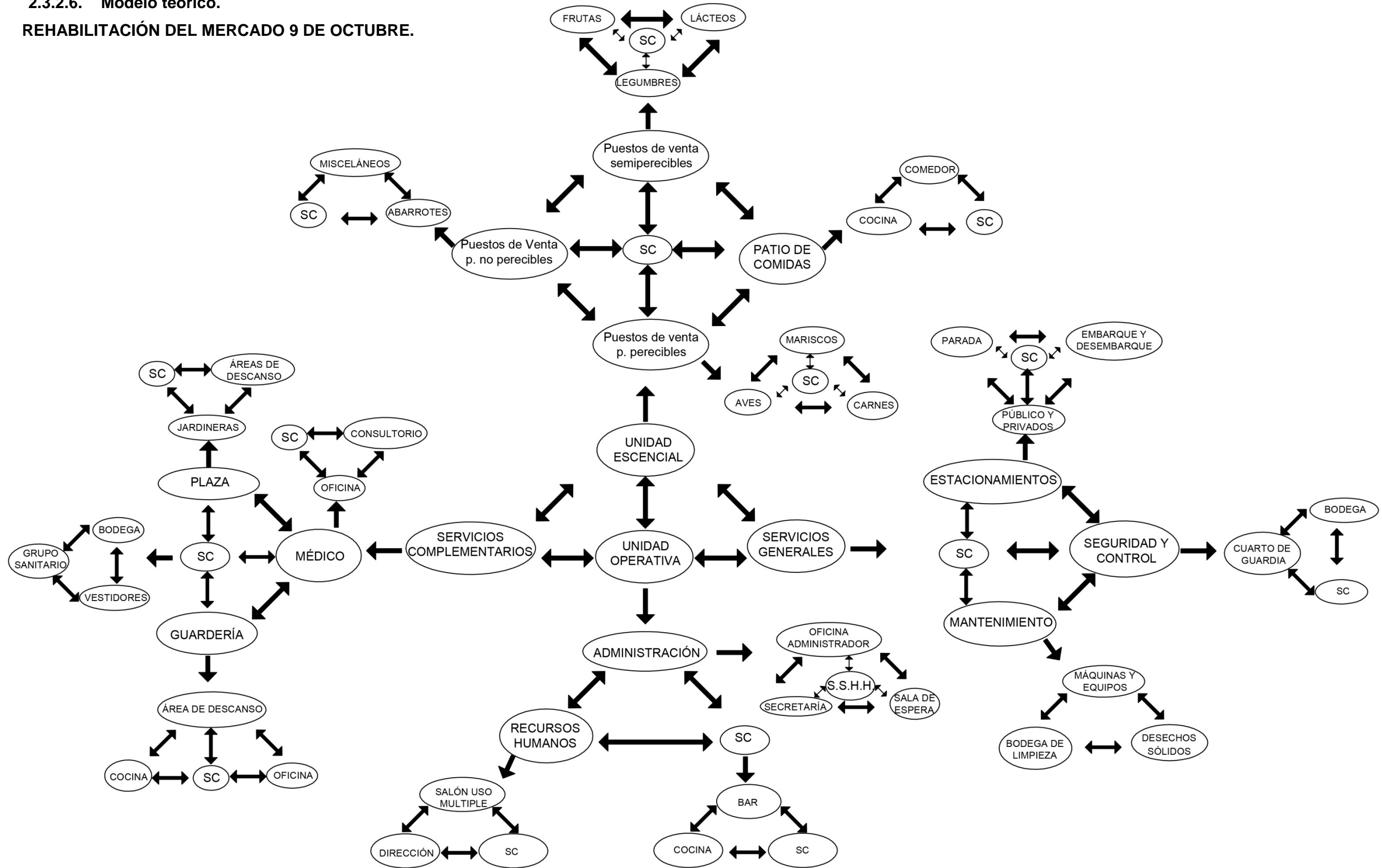
Gráfico 47: Fachada frontal Mercado "9 de octubre" v edificaciones aledañas.



FUENTE: Cuenca, Proyectos de revitalización urbana.

2.3.2.6. Modelo teórico.

REHABILITACIÓN DEL MERCADO 9 DE OCTUBRE.



2.3.3. Repertorio Internacional.

REHABILITACIÓN DEL MERCADO SANTA CATERINA - BARCELONA

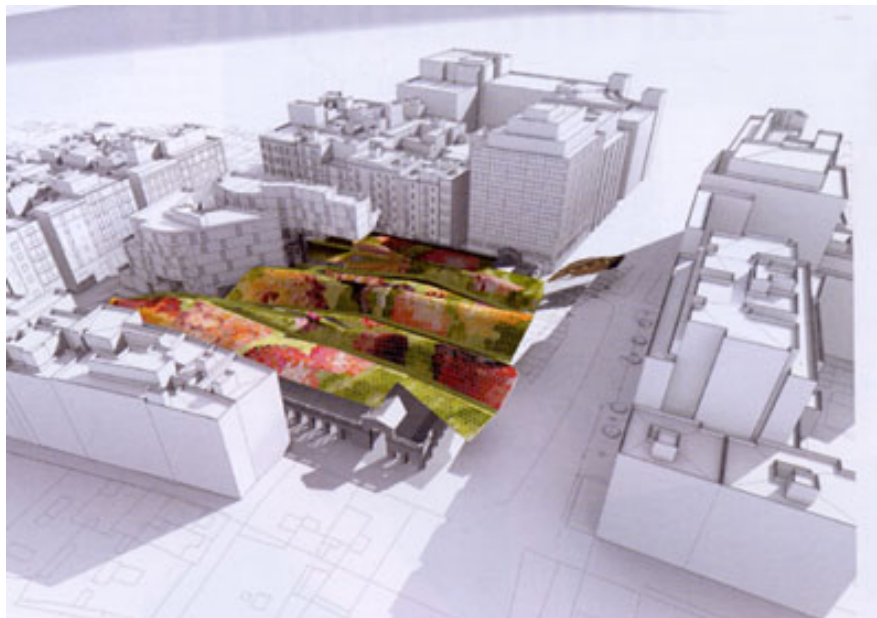
2.3.3.1. Definición filosófica del proyecto.

El Mercado de Santa Caterina está situado en el distrito de la Ciutat Vella de Barcelona sobre la avenida Francesc Cambó; siendo Centro Histórico tiene como característica principal ser una ciudad completa.

Es el primer mercado cubierto de la ciudad, construido en 1848; fue originalmente un convento del siglo XIII.

Gracias a que el Instituto de Mercados de Barcelona realiza desde hace años un proceso de remodelación de los antiguos mercados de la ciudad, la rehabilitación del mercado de Santa Caterina se pudo llevar a cabo.

Gráfico 48: Vista aérea del Mercado Santa Caterina.



FUENTE: Máxima Densidad 07.

La edificación del mercado está ubicada en una manzana independiente de 7000 m² de superficie; en un sitio de vital importancia para la ciudad, por la relación que tiene con la plaza de La Catedral.

El antiguo Mercado de Santa Caterina era un edificio neoclásico con un gran patio central cubierto por una ligera estructura metálica. Con un solo nivel de 6 metros de altura máxima.

Por ser parte del centro histórico se encontraba en un barrio densamente poblado; la construcción de parqueaderos subterráneos no ayudó a la zona, ya que se volvió conflictivo y con un difícil acceso.

Gráfico 49: Vista aérea del antiguo Mercado Santa Caterina.



FUENTE: http://www.elcroquis.es/media/pdf/Articulos/Proyecto_144.pdf

El objetivo de la reconstrucción del actual Mercado Santa Caterina fue recuperar un mercado popular, que además de mercado, debía albergar nuevas actividades que lo

convirtan en un motor de revitalización social, cultural, y comercial del entorno. También la recuperación de restos arqueológicos del antiguo convento de Santa Caterina, que hay debajo, el cual introdujo el estilo gótico en Barcelona.

El proyecto estuvo a cargo del fallecido arquitecto Enric Miralles, junto con la arquitecta Benedetta Tagliabue desarrollado en el estudio MBT.

2.3.3.2. Elementos o componentes del proyecto.

CONTENEDORES ESPACIALES NO ESPECIALIZADOS:

- Exhibición: puestos de venta.
- Restaurante: Comedor.
- Tiendas.
- Información.
- Museo: salas de exhibición.
- Administración: oficina, sala de reuniones.
- Vivienda: habitaciones, comedor, sala, estudio
- Bodegas.

CONTENEDORES ESPACIALES ESPECIALIZADOS:

- Baterías Sanitarias.
- Restaurante: cocinas.
- Cafetería.
- Oleoteca.
- Parqueaderos.
- Circulaciones peatonales y vehiculares.
- S.S.H.H.
- Sitio arqueológico.
- Área de recolección neumática de basura.

EL VACÍO COMO CONTENEDOR ESPACIAL:

- Plaza pública.
- Exteriores: circulación peatonal y vehicular.

La intervención fue concebida para revitalizar la zona; que llegue a convertirse en un proyecto global, no solo dando un sitio de comercialización, sino que también dote de servicios a todo el barrio. Se divide en seis zonas principales; mercado, administración, servicios, vivienda, zona arqueológica, circulaciones y exteriores

1.- Mercado: es la zona de comercialización del proyecto, se colocaron puestos de venta de productos perecibles y no perecibles, que responden a las formas de la cubierta.

2.- Administración: corresponden a las oficinas del mercado con todos sus servicios.

3.- Servicios: Servicios complementarios para el proyecto como son; restaurantes que ofrecen variedades típicas catalanas, cafeterías y tiendas. Con 250 parqueaderos.

4.- Vivienda: Los volúmenes de mayor altura que contienen 59 apartamentos para ancianos y que crean entre ellos una especie de patio.

5.- Zona arqueológica: Contiene ruinas encontradas durante la excavación del museo y salas de exposiciones de arqueología.

6.- Circulaciones que resultan como ligas entre los distintos programas.

Gráfico 50: Planta principal Mercado Santa Caterina.



FUENTE: http://www.elcroquis.es/media/pdf/Articulos/Proyecto_144.pdf

LEYENDA

<p> Puestos de venta</p> <p> Restaurante</p> <p> Tiendas</p>	<p> Administración</p> <p> Museo arqueológico</p> <p> Vivienda</p>	<p> Baterías Sanitarias</p>
---	---	---

2.3.3.3. Estructura del proyecto

UTILIDAD DEL ESPACIO.

El proyecto está asentado sobre una manzana completa, motivo por el cual las cuatro fachadas se abren hacia el espacio público de la ciudad.

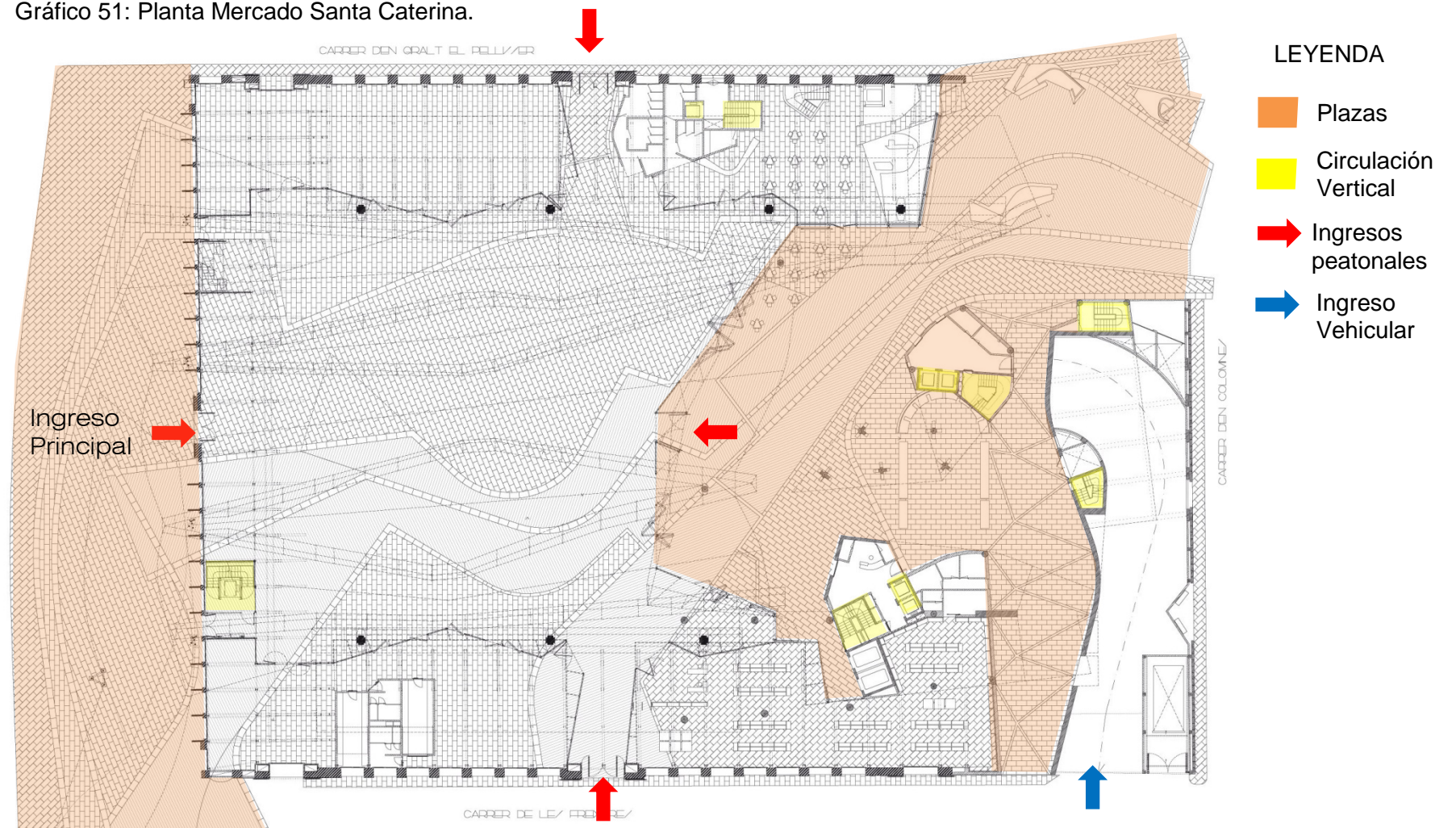
El ingreso vehicular se lo realiza por la calle secundaria lateral derecha; Los parqueaderos se encuentran dispuestos en dos subsuelos de la edificación, con salidas hacia el mercado y hacia las viviendas.

El mercado tiene cuatro ingresos peatonales, para cada lado de este, así como también para las viviendas.

No tiene un planteamiento interno; los puestos de venta se encuentran colocados sin ningún concepto, posiblemente es porque se quiso retomar el funcionamiento de un mercado antiguo, en donde se colocaban los puestos al azar y se encontraban cubiertos por un gran toldo.

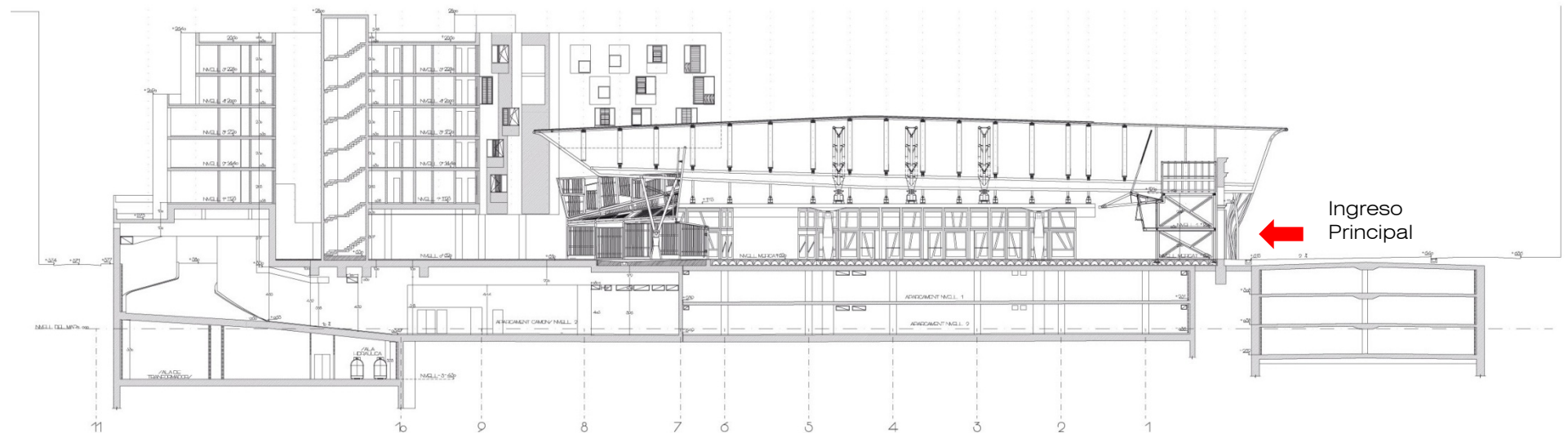
El mercado tiene un nivel, con excepción de las tiendas que tienen dos. El volumen de las viviendas tiene cinco pisos y un patio central.

Gráfico 51: Planta Mercado Santa Caterina.



FUENTE: http://www.elcroquis.es/media/pdf/Articulos/Proyecto_144.pdf

Gráfico 52: Corte Transversal Mercado Santa Caterina.



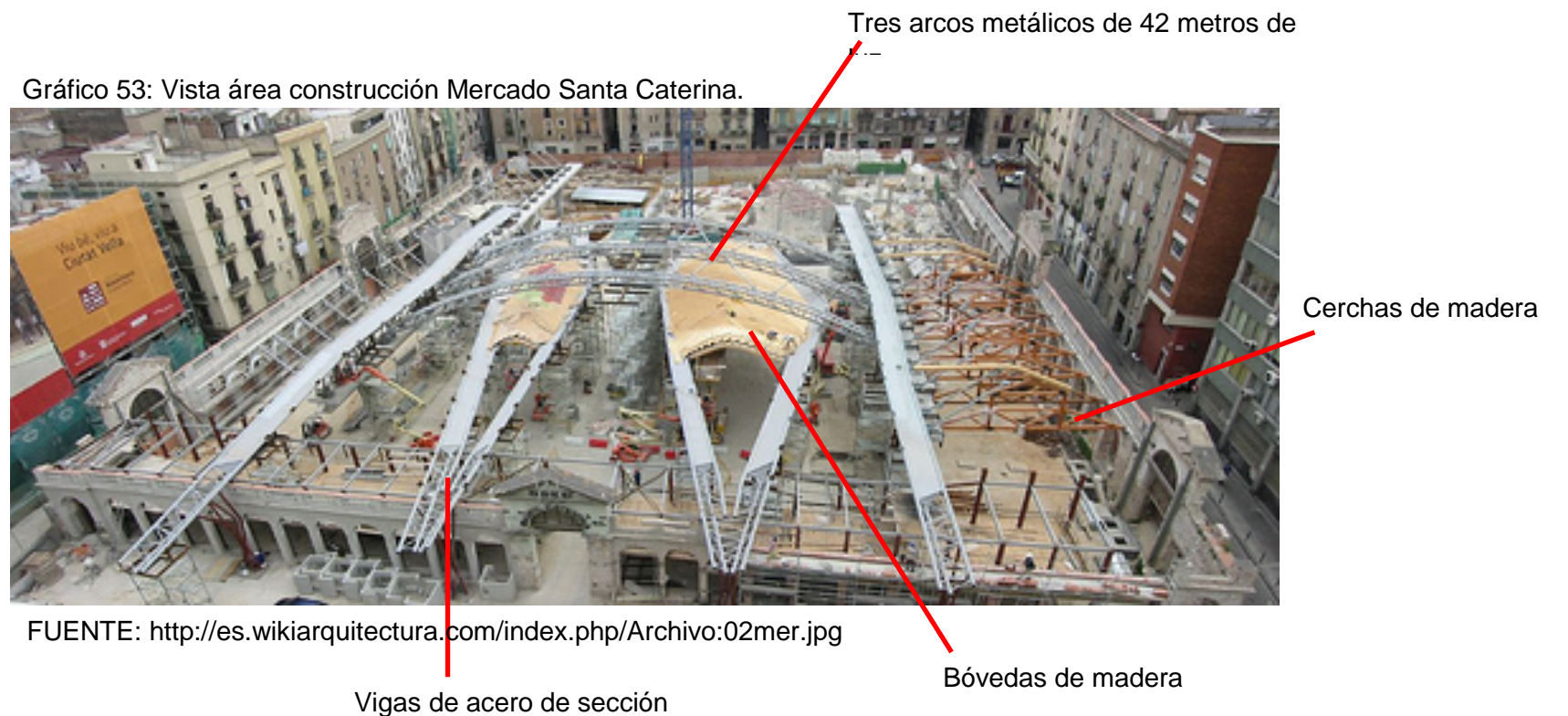
Sección longitudinal L4 / Longitudinal section L4
 FUENTE: http://www.elcroquis.es/media/pdf/Articulos/Proyecto_144.pdf

ESTRUCTURA – ESTABILIDAD.

Las primeras ideas de los arquitectos diseñadores eran, crear una gran cubierta como una superficie ondulante, ligera, que se sustentara sobre un mar de cables; conservando solo las paredes exteriores de la edificación.

La base de la concepción estructural reside en la tradición constructiva; utilizando así materiales tradicionales como: hormigón, acero y madera.

La estructura del mercado se definió por un conjunto de bóvedas de madera irregulares, unas biarticuladas otras triarticuladas, que se apoyan en vigas de acero de sección y directriz variable sustentadas, a su vez, en vigas y pilares de hormigón. Un conjunto de tres grandes arcos de 42 metros de luz sujetan centralmente las vigas de acero para evitar su descenso.



GEOMETRÍA- ESPACIO.

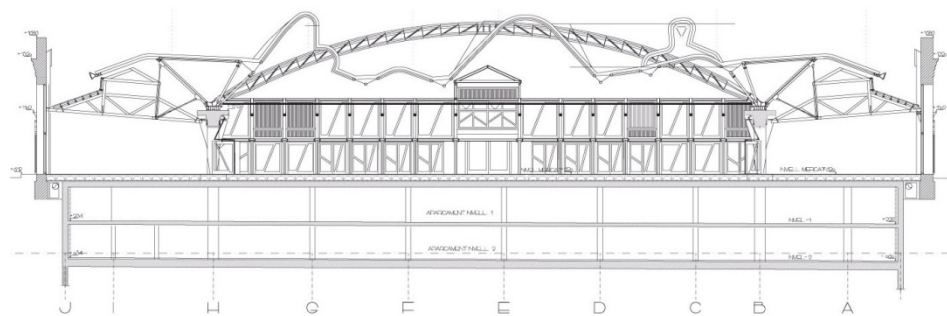
El elemento más significativo del proyecto es la cubierta, que envuelve la estructura y la extiende más allá del límite de la construcción inicial. Presenta dos caras; la que enseña al interior del mercado, realizada en madera laminada, y otra al exterior, ondulante y colorida, formada por paneles hexagonales cerámicos de colores realizados por Toni Comella. Este juego de colores pretende transmitir la metáfora de un inmenso mar coloreado por el recuerdo de frutas y verduras. La cubierta se transforma en la fachada más importante del edificio.

Gráfico 55: Vista área Mercado Santa Caterina.



FUENTE: <http://www.infomadera.net/uploads/articulos>.

Gráfico 56: Corte transversal.



FUENTE: http://www.elcroquis.es/media/pdf/Articulos/Proyecto_144.pdf

LO ESTÉTICO ESPACIAL.

Los espacios internos tienen grandes alturas envueltos por bóvedas de madera que dan la sensación de estar en antiguos mercados. Son espacios abiertos con amplias circulaciones. La luz entra por las aberturas de las maderas entre la cubierta y los muros.

Gráfico 57: Vista interna Mercado Santa Caterina.



FUENTE: http://www.elcroquis.es/media/pdf/Articulos/Proyecto_144.pdf

2.3.3.4. Funcionalidad del proyecto.

El propósito de esta rehabilitación es sobreponer los distintos momentos en el tiempo. Es decir crear una nueva estructura que se logre adaptar a la complejidad de la zona. Donde las plazas y una plataforma única sea el único mecanismo urbano de la zona.

Se organiza y reduce los puestos de venta, racionalizando los sistemas de accesos y servicios. Aportando espacio

público y densidad residencial. Se desplaza la zona comercial hacia la calle principal. Y se abre una plaza hacia el barrio Santa Caterina en la parte posterior del mercado, donde se crean residencias para gente mayor.

Gráfico 58: Vista posterior Mercado Santa Caterina.

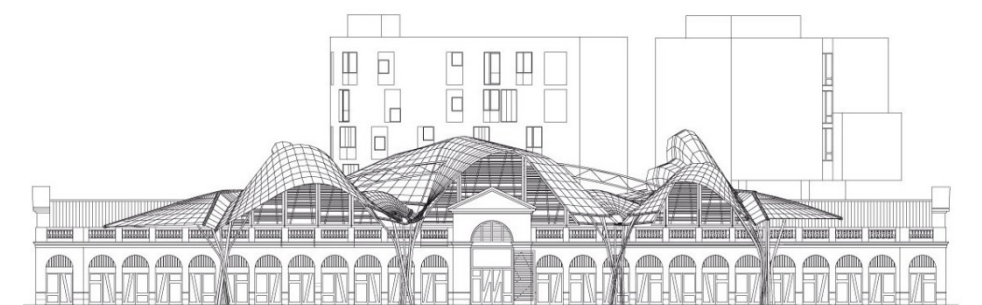


FUENTE: <http://www.flickr.com/photos/javier1949/5093219590/lightbox/>

2.3.3.5. Integración del proyecto.

La rehabilitación de esta edificación pretende mezclarse y confundirse con la estructura original. Mantiene las fachadas originales y sus puertas de entrada. Con una nueva cubierta.

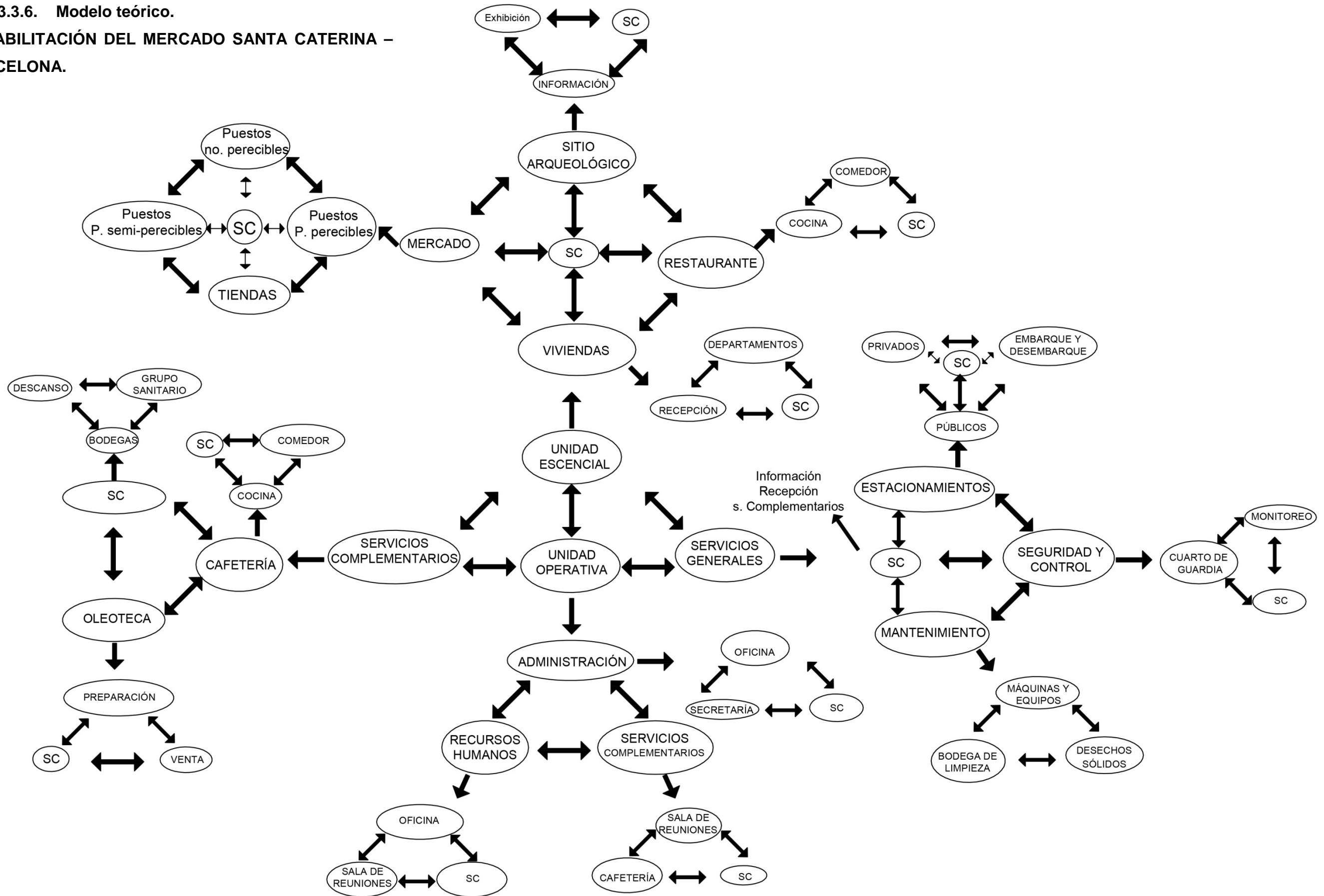
Gráfico 59: Fachada Frontal Mercado Santa Caterina.



FUENTE: http://www.elcroquis.es/media/pdf/Articulos/Proyecto_144.pdf

2.3.3.6. Modelo teórico.

REHABILITACIÓN DEL MERCADO SANTA CATERINA –
 BARCELONA.



2.3.4. Matriz de confrontación de repertorios.

SITIO	UNIDAD OPERATIVA		UNIDAD ESCENCIAL		SERVICIOS GENERALES		SERVICIOS COMPLEMENTARIOS			
LOCAL	ADMINISTRACIÓN	- Oficina Administrador	ZONAS DE EXHIBICIÓN	- Mostrador	SEGURIDAD Y CONTROL	- Cuarto de Guardia	Juegos infantiles			
		- Secretaría		- Información		- Bodega		- Bodega	- Cocina	
		- Archivo		- Bodega		- S.S.H.H.		BAR- CAFETERÍA	- Comedor	
		- S.S.H.H.		- Mostrador		- Bodega de Limpieza			- S. Complementarios	
	RECURSOS HUMANOS	- Aulas de Capacitación	PUESTOS DE VENTA	- Bodega	MANTENIMIENTO	- Mantenimiento exterior	SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	- Sala de Estar	
		- Sala de Reuniones		- Lavabo		- Cuarto de Máquinas			- Jardineras	
		- Grupo Sanitario		- Talleres		- S. Complementarios			- S. Complementarios	
	SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	- Casa Barrial	SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	- Bodegas	SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	- Recepción				
		- Cafetería		- Grupo Sanitario		- Información				
	- Grupo Sanitario				- Grupo Sanitario					
NACIONAL	ADMINISTRACIÓN	- Oficina Administrador	PUESTOS DE VENTA PRODUCTOS PERECIBLES	- Mariscos	SEGURIDAD Y CONTROL	- Cuarto de Guardia	MÉDICO	- Oficina		
		- Secretaría		- Aves		- Bodega		- Consultorio		
		- Sala de espera		- Carnes		- S. Complementarios		- S. Complementarios		
		- S. Complementarios		- S. Complementarios		- Públicos y Privados				
	RECURSOS HUMANOS	- Salón Uso Múltiple	PUESTOS DE VENTA PRODUCTOS SEMI-PERECIBLES	- Legumbres	ESTACIONAMIENTOS	- Embarque y desembarque	PLAZA	PLAZA	- Jardineras	
		- Dirección		- Frutas		- Parada			- Areas de descanso	
		- S. Complementarios		- Lácteos		- S. Complementarios			- S. Complementarios	
	SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	- Bar	PUESTOS DE VENTA PRODUCTOS NO PERECIBLES	- Abarrotes	MANTENIMIENTO	- Máquinas y Equipos	GUARDERÍA	GUARDERÍA	- Area de descanso	
		- Cocina		- Misceláneos		- Bodega de Limpieza			- Area de juegos	
		- S. Complementarios		- S. Complementarios		- Desechos Sólidos			- Oficina	
			PATIO DE COMIDAS	- Cocina	SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	- Recepción	SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	- Cocina	
				- Comedor		- Información			- S. Complementarios	- Lockers
				- S. Complementarios		- Grupo Sanitario			- Vestidores	
			SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	- Cuarto Frío					- Grupos Sanitarios	
				- Cuarto de Corte						
		- Bodegas								
			- S. Complementarios							
INTERNACIONAL	ADMINISTRACIÓN	- Oficina	VIVIENDA	- Departamentos	SEGURIDAD Y CONTROL	- Cuarto de Guardia	CAFETERÍA	- Cocina		
		- Secretaría		- Recepción		- Monitoreo		- Comedor		
		- S. Complementarios		- S. Complementarios		- S. Complementarios		- S. Complementarios		
	RECURSOS HUMANOS	- Oficina	MERCADO	- Puestos P. Perecibles	ESTACIONAMIENTOS	- Públicos	OLEOTECA	OLEOTECA	- Preparación	
		- Sala de Reuniones		- Puestos P. Semi-Perecibles		- Privados			- Venta	
		- S. Complementarios		- Puestos P. no Perecibles		- Embarque y desembarque			- S. Complementarios	
	SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	- Sala de Reuniones	RESTAURANTE	- Tiendas	MANTENIMIENTO	- Máquinas y Equipos	SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	- Bodegas	
		- Cafetería		- S. Complementarios		- Bodega de Limpieza			- Descanso	
		- S. Complementarios		- Cocina		- Desechos Sólidos			- Grupos Sanitarios	
			SITIO ARQUEOLÓGICO	- Comedor	SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	- Recepción				
				- S. Complementarios		- Información			- S. Complementarios	
			SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	- Información						
		- Exhibición								
			- S. Complementarios							
			- Bodegas							
			- Grupos Sanitarios							
			- S. Complementarios							

2.3.5. Matriz propia.

UNIDAD OPERATIVA		
ADMINISTRACIÓN	GERENCIA	- Oficina
		- Archivo
		- Area de Estar
	SECRETARÍA	- Oficina
		- Archivo
		- Sala de Espera
	SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	- Sala de Reuniones
		- Bodega
		- Grupo Sanitario
RECURSOS FINANCIEROS	CONTABILIDAD	- Oficina
		- Archivo
		- Area de Estar
	SECRETARÍA	- Oficina
		- Archivo
		- Sala de Espera
	SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	- Sala de Espera
		- Bodega
		- Grupo Sanitario
RECURSOS HUMANOS	JEFE DE PERSONAL	- Oficina
		- Archivo
		- Area de Estar
	SECRETARÍA PERSONAL	- Oficina
		- Archivo
		- Sala de Espera
	SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	- Aulas de Capacitación
		- Sala de Reuniones
		- Servicio social
SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	- Sala de Uso Múltiple	
	- Cafetería	
	- Recepción	
	- Reprografía	
	- Grupo Sanitario	

UNIDAD ESCENCIAL						
ÁREA DE COMERCIALIZACIÓN	VESTIMENTA	ROPA NUEVA	- Exhibición - Puesto de Venta - Vestidor			
		ROPA USADA	- Exhibición - Puesto de Venta - Vestidor			
		SEVICIOS COMPLEMENTARIOS	- Bodegas - Grupo Sanitario - Carga / Descarga			
		MISCELÁNEOS	ELÉCTRICO	- Puesto de Trabajo - Puesto de Venta - Bodega - Lavabo		
				ELECTRÓNICO	- Puesto de Trabajo - Puesto de Venta - Bodega - Lavabo	
					GASFITERÍA	- Puesto de Trabajo - Puesto de Venta - Bodega - Lavabo
	REPARACIÓN DE ROPA		- Puesto de Trabajo - Bodega - Lavabo			
			HIERRO	- Puesto de Trabajo - Puesto de Venta - Bodega - Lavabo		
				ARTESANÍAS	- Puesto de Trabajo - Puesto de Venta - Bodega - Lavabo	
	SERVICIOS COMPLEMENTARIOS				- Bodegas - Grupo Sanitario - Carga / Descarga	
	MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN		ACABADOS		- Puesto de Venta - Bodega - Lavabo	
			HERRAMIENTAS	- Puesto de Venta - Bodega - Lavabo		
			SANITARIOS	- Puesto de Venta - Bodega - Lavabo		
			- Grupo Sanitario			
			ALIMENTOS NO PERECIBLES	CONFITERÍA	- Puesto de Venta - Bodega - Lavabo	
		ENLATADOS		- Puesto de Venta - Bodega - Lavabo		
	LICORES	- Puesto de Venta - Bodega - Lavabo				
	- Grupo Sanitario					
	ÁREA DE ALMACENAMIENTO	MISCELÁNEOS	BODEGA PRESTACIÓN DE SERVICIOS	- Eléctrico - Electrónico - Gasfitería - Reparación de Ropa		
			BODEGA ARTESANÍAS	- Hierro - Artesanías		
			SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	- Oficina Bodega - Grupo Sanitario		
			BODEGA ROPA NUEVA BODEGA ROPA USADA			
			VESTIMENTA	SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	- Oficina Bodega - Grupo Sanitario - Mantenimiento	- Reparación - Lavado - Secado - Planchado - Almacenaje - Marcaje
					ALIMENTOS NO PERECIBLES	- Bodega Confitería - Bodega Enlatados - Bodega Licores
		MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN			- Bodega Acabados - Bodega Herramientas - Bodega Sanitarios	
		HALL PÚBLICO			- Información - Lockers - Estar	
					ESPERA	- Control - Comunicaciones - Cajero
		ÁREA PÚBLICA			COMIDAS	PUESTO DE VENTA DE COMIDA
PUESTO DE VENTA DE JUGOS			- Atención al Público - Bodega Provisional			
COMEDOR			- Preparación - Frigorífico - Lavabo - Atención al Público - Bodega Provisional			
SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	SERVICIOS COMPLEMENTARIOS		- Bodegas - Grupo Sanitario - Lockers			
	SERVICIOS COMPLEMENTARIOS		- Recepción - Bodega - Grupo Sanitario			
	SERVICIOS COMPLEMENTARIOS		- Talleres - Bodegas - Grupo Sanitario			

SERVICIOS GENERALES			SERVICIOS COMPLEMENTARIOS		
SEGURIDAD Y CONTROL	Control de acceso	- Peatonal	PARQUE	- Áreas exhibición	
		- Vehicular		- Áreas de descanso	
	Dormitorio	- Cuarto		- Caminerías	
		- S.S.H.H.		- Espacios verdes	
		- Bodega	BAR - RESTAURANTE	- Cocina	
	- Cuarto de Monitoreo	- Comedor			
- Oficina	- Barra				
Monitoreo	- S.S.H.H.	- Área para presentaciones			
ESTACIONAMIENTOS	Públicos y Privados	- Plaza Livianos	BIBLIOTECA	- Librería	
	Embarque y Desembarque	- Pesados		- Venta de libros nuevos y usados	
		- Ligeros		- Área de lectura	
	S. Complementarios	- Contador		- Información	
		- Recepcionista	- Grupo Sanitario		
	- Grupo Sanitario	CONSULTORIOS	MÉDICO	- Oficina	
MANTENIMIENTO	Mantenimiento particular			- Limpieza	- Consultorio
				- Reparaciones	- S.S.H.H.
			- Suministros	ODONTÓLOGO	- Oficina
			- Bodegas		- Consultorio
- Cuarto de Máquinas	- S.S.H.H.				
- Desechos Sólidos	SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	- Sala de espera			
SERVICIOS COMPLEMENTARIOS		- Recepción	- Secretaría		
		- Información	- Grupo Sanitario		
	- Grupo Sanitario	- Bodega			
			SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	- Capilla	
				- Lockers	
				- Grupos Sanitarios	

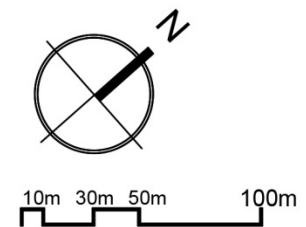
2.4. CONOCIMIENTO DIRECTO DEL CONTEXTO.

El área de estudio y el terreno en el que se desarrollará el proyecto necesita la investigación directa de los espacios que los componen y como estos se relación entre sí.



LEYENDA

■ Área de Intervención



ÁREA DE INTERVENCIÓN

FUENTE: Google Earth
ELABORACIÓN:
Propia, Información tomada en el sitio.

ANÁLISIS URBANO SITUACIÓN ACTUAL

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK

Facultad de Arquitectura y Urbanismo

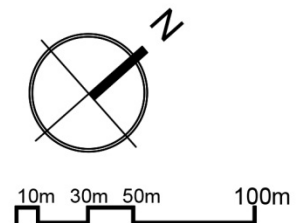


LEYENDA

- Trazado Regular
- Trazado Irregular

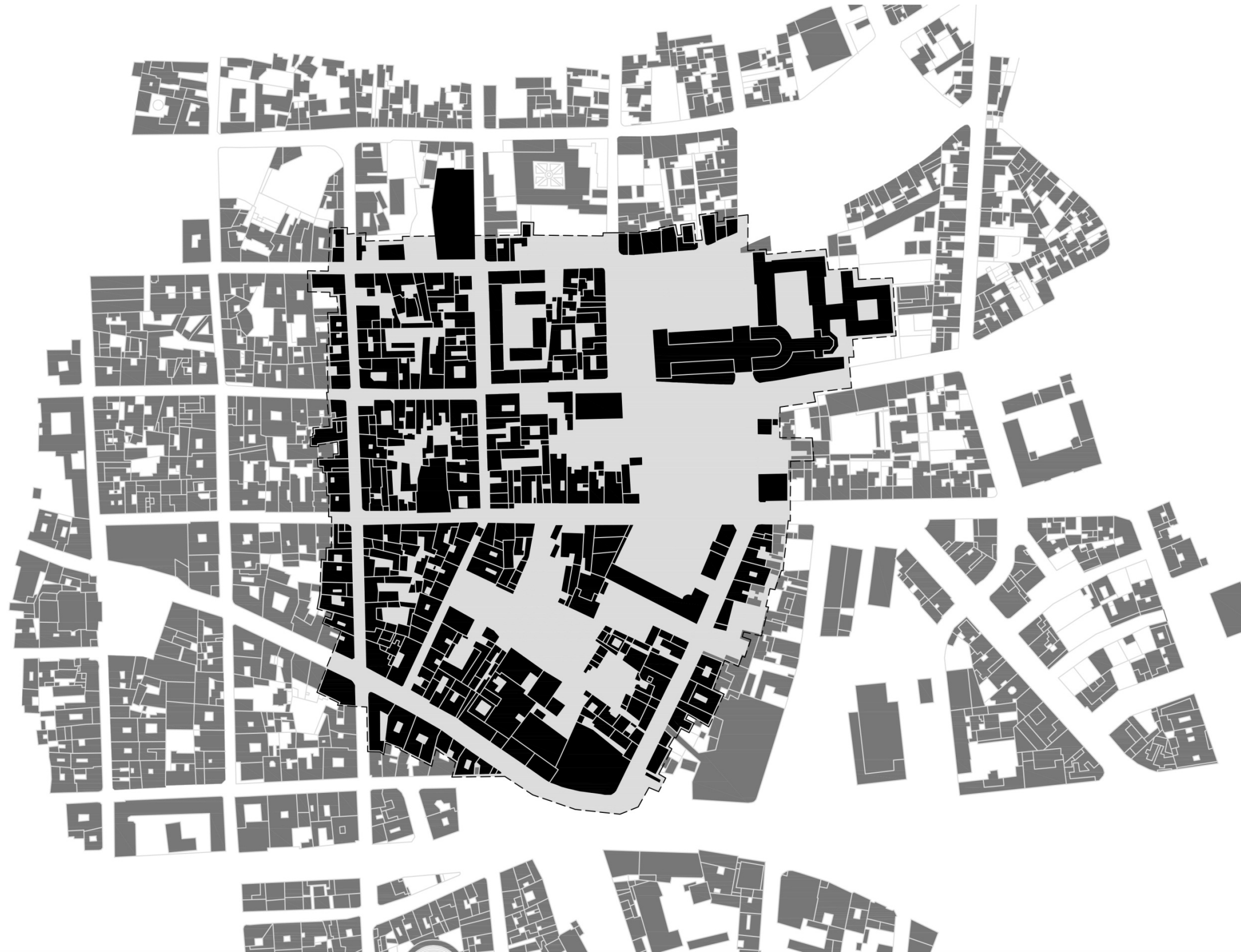
ANÁLISIS

-Las calles del Centro Histórico fueron diseñadas con un trazado totalmente regular (damero), como la ciudad se expandió hacia el norte se crearon nuevas calles que conectaban al Centro. Estas calles fueron introducidas al Centro Histórico con un trazado irregular.



FUENTE: Instituto Geográfico Militar ELABORACIÓN: Propia, Información tomada en el sitio.	ANÁLISIS URBANO SITUACIÓN ACTUAL UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK Facultad de Arquitectura y Urbanismo
---	---

MATRIZ DE TRAZADO + GEOMETRÍA

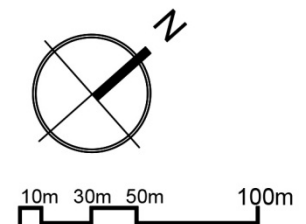


LEYENDA

- Área Edificada
- Área Vacía

ANÁLISIS

- Las manzanas tienen el 80% de ocupación, los espacios vacíos son escasos en cada uno de los lotes.
- Cada casa del Centro Histórico se desarrolla con la edificación dispuesta alrededor del lote y deja una plaza central.
- La manzana en la que se encuentra el mercado Artesanal Arenas y la del parque son la únicas que abren el espacio para la socialización y encuentro de las personas de su entorno.



FUENTE: Instituto Geográfico Militar ELABORACIÓN: Propia, Información tomada en el sitio.	ANÁLISIS URBANO SITUACIÓN ACTUAL
	UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK Facultad de Arquitectura y Urbanismo

TEJIDO VS. VACÍO

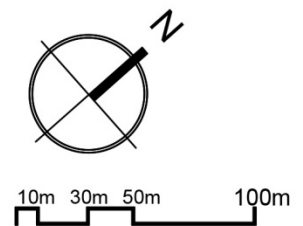


LEYENDA

-  Flujo Peatonal
-  Sentido de Vías

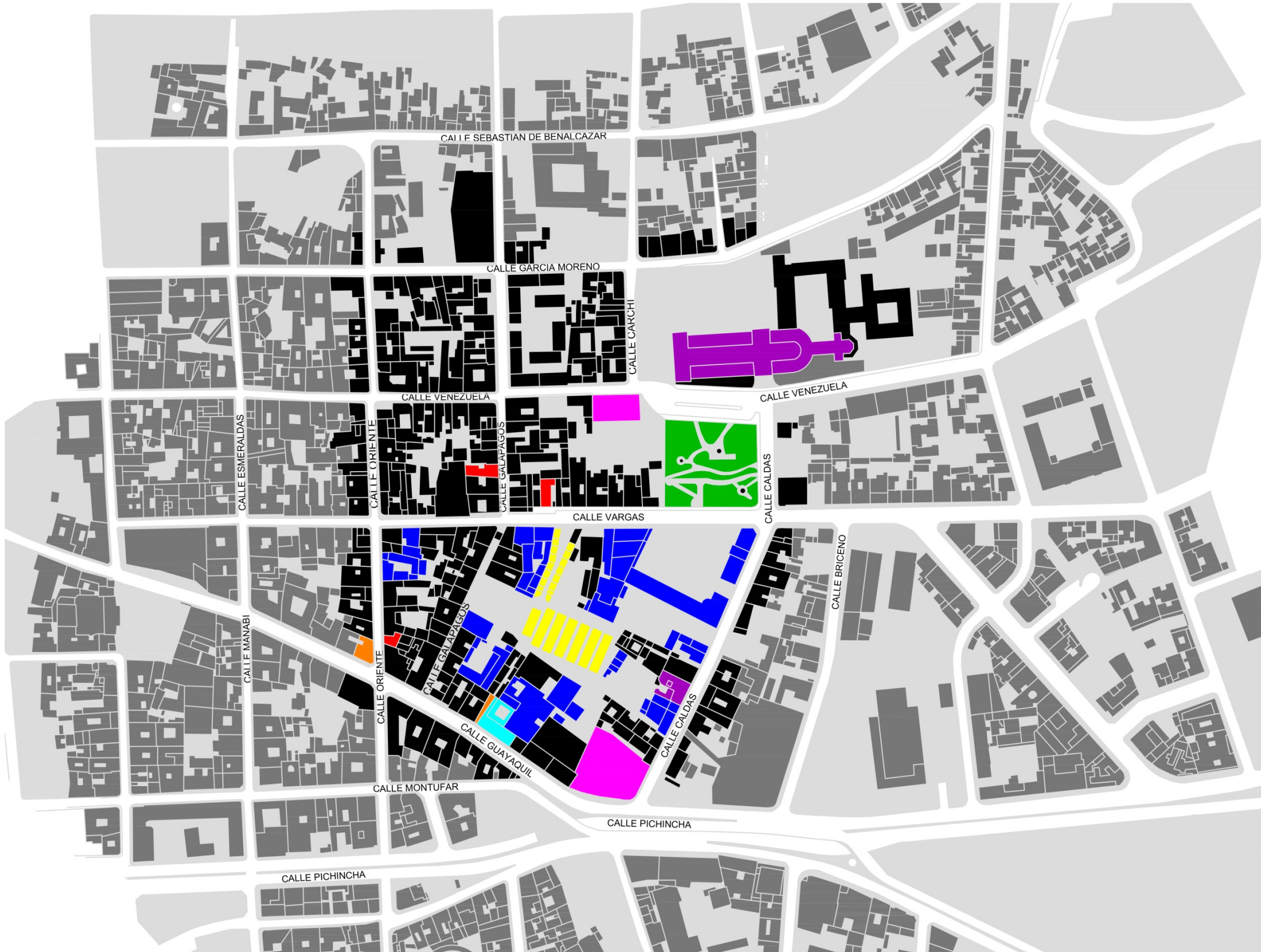
ANÁLISIS

- La Calle Guayaquil es la entrada al Centro Histórico y la calle Vargas la salida desde el lado norte de la ciudad.
- En la calle Vargas existe un cuello de botella en el que se genera congestión con los vehículos que quieren pasar y con los que se estacionan en plena vía por falta de espacios para aparcar.



FUENTE: Instituto Geográfico Militar	ANÁLISIS URBANO SITUACIÓN ACTUAL
ELABORACIÓN: Propia, Información tomada en el sitio.	UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK Facultad de Arquitectura y Urbanismo

SISTEMA DE MOVILIDAD

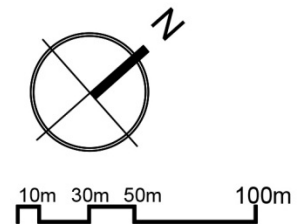


LEYENDA

- Parque
- Culto
- Cultura
- Educación
- Mercado
- Hospedaje
- Salud
- Estacionamiento

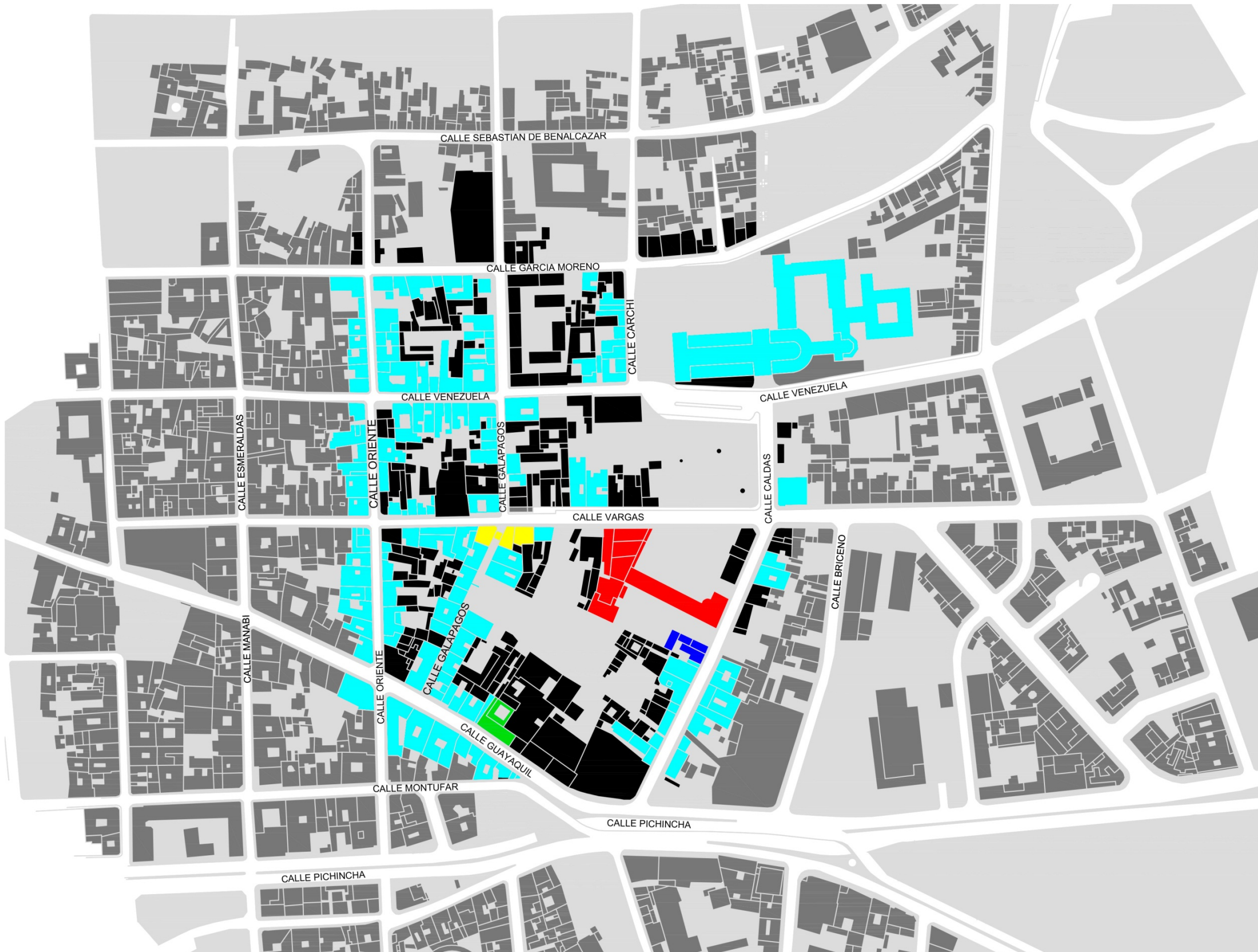
ANÁLISIS

- La zona presenta lugares interesantes en los que con un buen conector se puede crear un recorrido y nexo entre los espacios.
- Los equipamientos se encuentran dispersos, no existe una conexión entre ellos.
- El parque, la iglesia, el mercado y el pasaje son espacios que pueden generar actividades, no solo de comercio sino también para la socialización.



FUENTE: Instituto Geográfico Militar	ANÁLISIS URBANO SITUACIÓN ACTUAL	
ELABORACIÓN: Propia, Información tomada en el sitio.	UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK	Facultad de Arquitectura y Urbanismo

EQUIPAMIENTOS

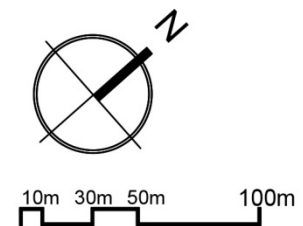


LEYENDA

- Colegio LA SALLE
- Casa de LAS MEDALLAS
- Ministerio DEL TESORO
- Casa DURINI
- Casas Inventariadas

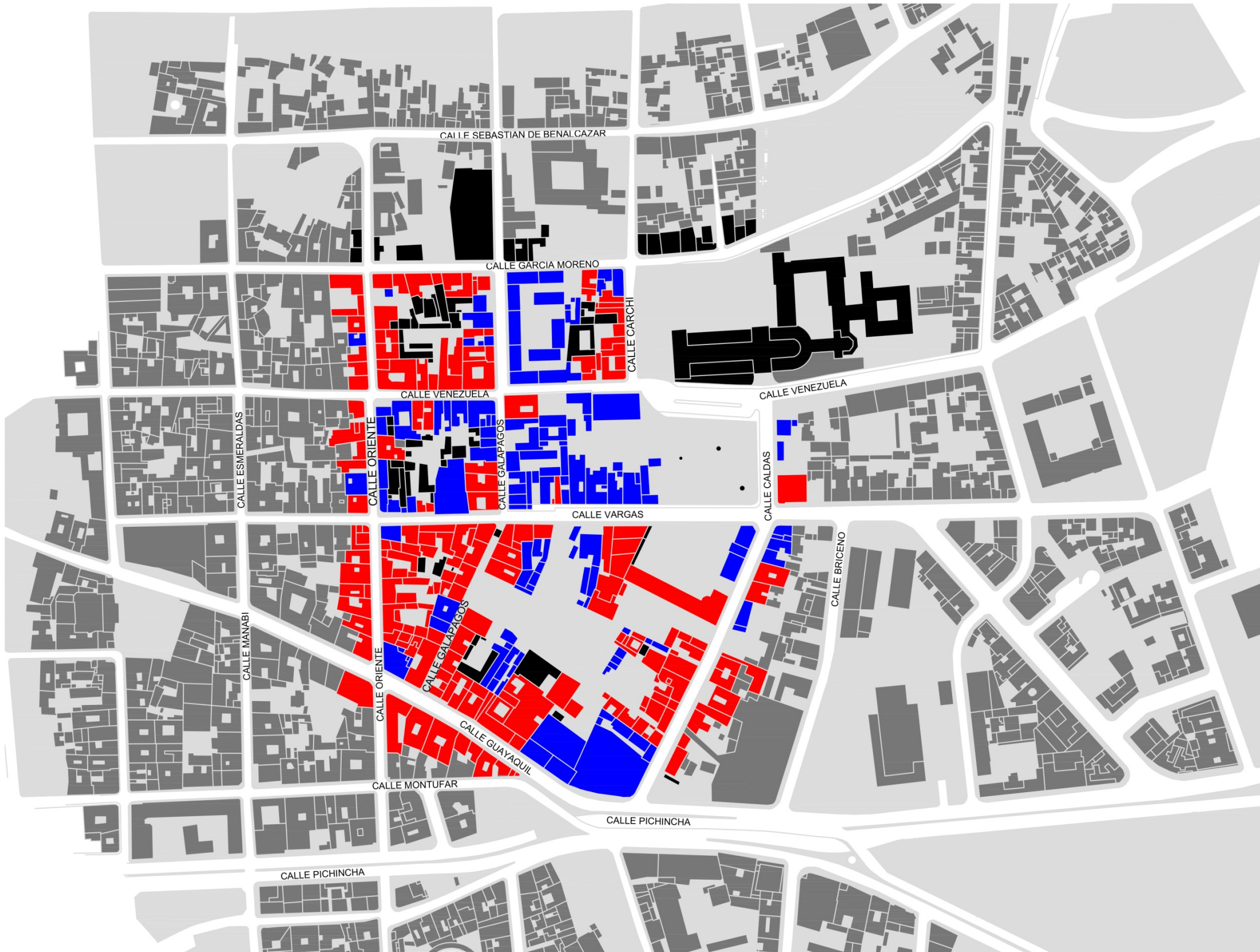
ANÁLISIS

- Las casas inventariadas como patrimonio en esta zona centro-norte de la ciudad de Quito llegan al 74.05% de su totalidad. quedando solamente el 25.95% de casas que no son inventariadas.
- Esta zona muestra el cambio de la ciudad colonial a la ciudad moderna, por eso se puede visualizar una mezcla de lo antiguo con lo moderno.
- Algunas edificaciones, sobre todo las que se encuentran en la calle Vargas al frente del mercado fueron construidas sin ningun diseño, ni planificación.



FUENTE: Instituto Geográfico Militar	ANÁLISIS URBANO SITUACIÓN ACTUAL
ELABORACIÓN: Propia, Información tomada en el sitio.	UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK Facultad de Arquitectura y Urbanismo

INVENTARIO PATRIMONIAL

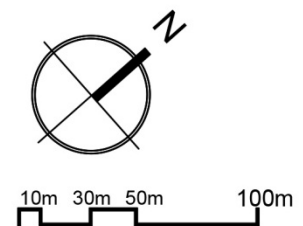


LEYENDA

- Republicana 64.86%
- Nuevo 35.14%

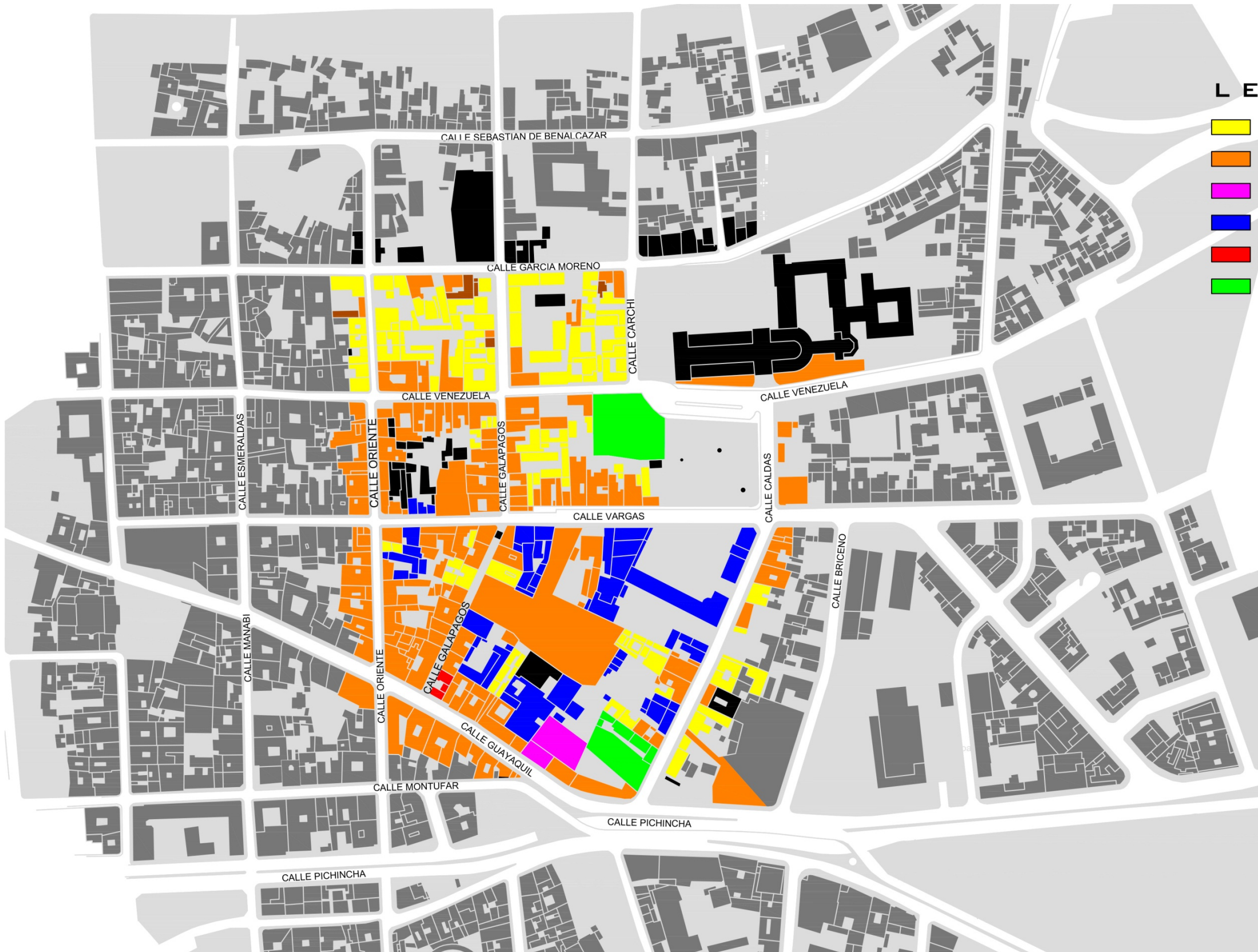
ANÁLISIS

- Casi el 65% de las edificaciones de este sector son casas republicanas.
- La manzana del parque es la única que en su mayoría tiene construcciones contemporáneas.



FUENTE: Instituto Geográfico Militar	ANÁLISIS URBANO SITUACIÓN ACTUAL
ELABORACIÓN: Propia, Información tomada en el sitio.	UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK Facultad de Arquitectura y Urbanismo

TIPOLOGÍA DE EDIFICACIÓN

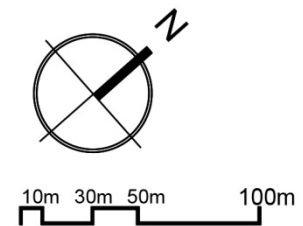


LEYENDA

- Vivienda 30.10%
- Comercio 60.70%
- Cultura- Teatro Alhambra 0.50%
- Educación 6.80%
- Salud 0.50%
- Servicios- Estacionamientos 1.40%

ANÁLISIS

- Las casas de esta zona fueron construidas para el uso de vivienda, pero gracias a que el mercado se instaló en el barrio los usos fueron transformándose en comercio.
 Esta zona esta abarrotada de locales comerciales; es muy difícil encontrar una casa que se haya quedado solo para uso privado.
 - La zona alta de esta zona ha conservado su uso.



FUENTE: Instituto Geográfico Militar	ANÁLISIS URBANO SITUACIÓN ACTUAL
ELABORACIÓN: Propia, Información tomada en el sitio.	UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK Facultad de Arquitectura y Urbanismo

USOS DE SUELO EN PLANTA BAJA

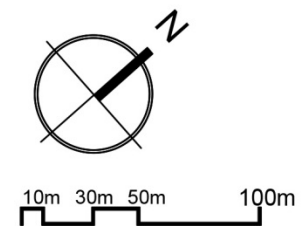


LEYENDA

- Vivienda 63.35%
- Comercio 11.52%
- Mixto 13.61%
- Educación 9.95%
- Servicios - Estacionamientos 1.57%

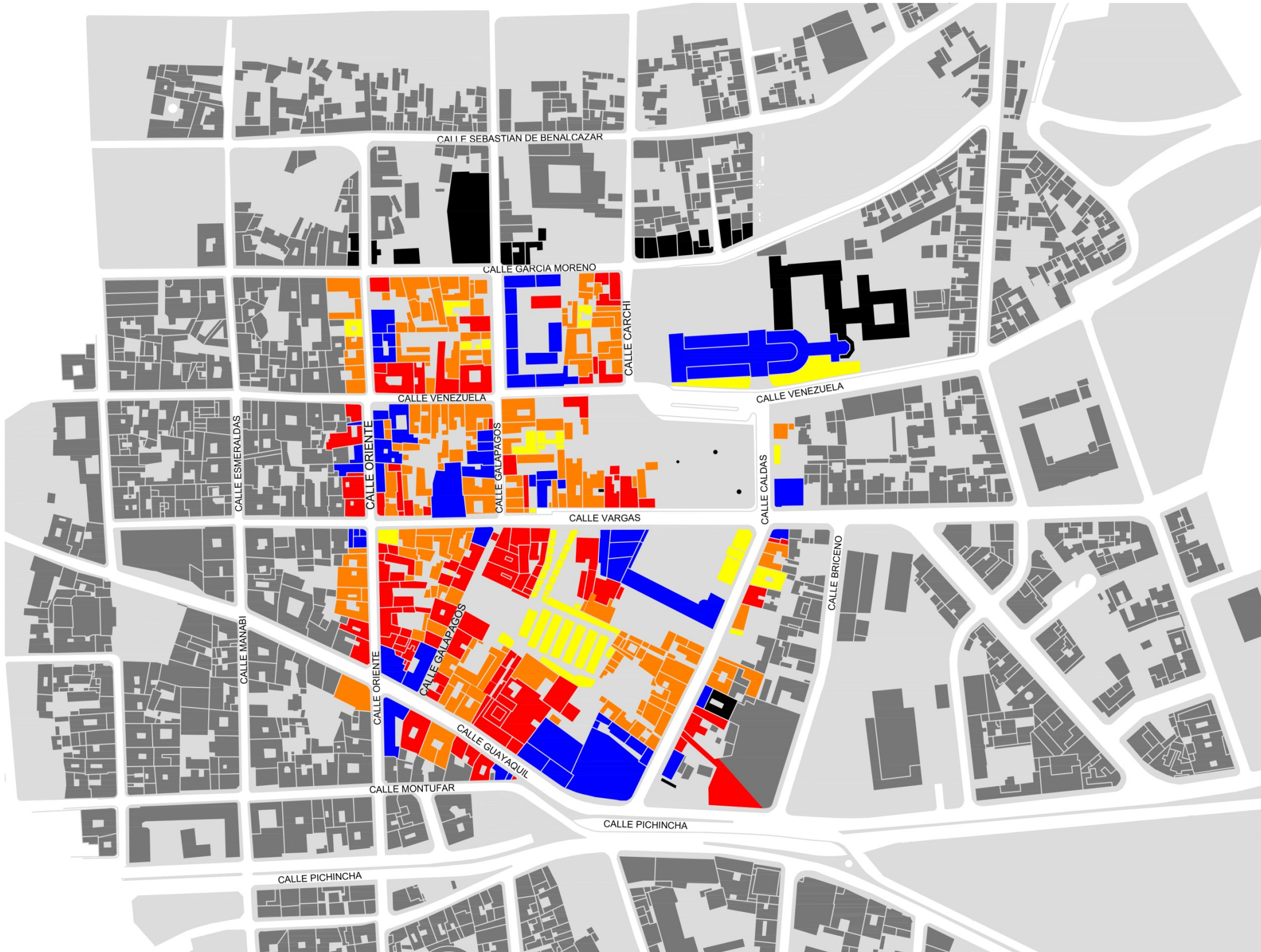
ANÁLISIS

- A diferencia de la planta baja, la vivienda se conservó en las plantas siguientes dejando así un ingreso económico en la planta baja.
- En esta zona predomina el comercio y vivienda; es un sitio activo todo el día.



FUENTE: Instituto Geográfico Militar ELABORACIÓN: Propia, Información tomada en el sitio.	ANÁLISIS URBANO SITUACIÓN ACTUAL
	UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK Facultad de Arquitectura y Urbanismo

USOS DE SUELO EN PLANTA ALTA

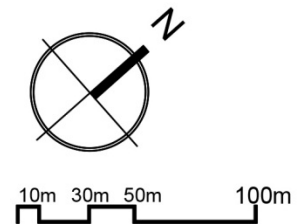


LEYENDA

- 1 Piso 6.60%
- 2 Pisos 41.04%
- 3 Pisos 31.60%
- 4 o más Pisos 20.76%

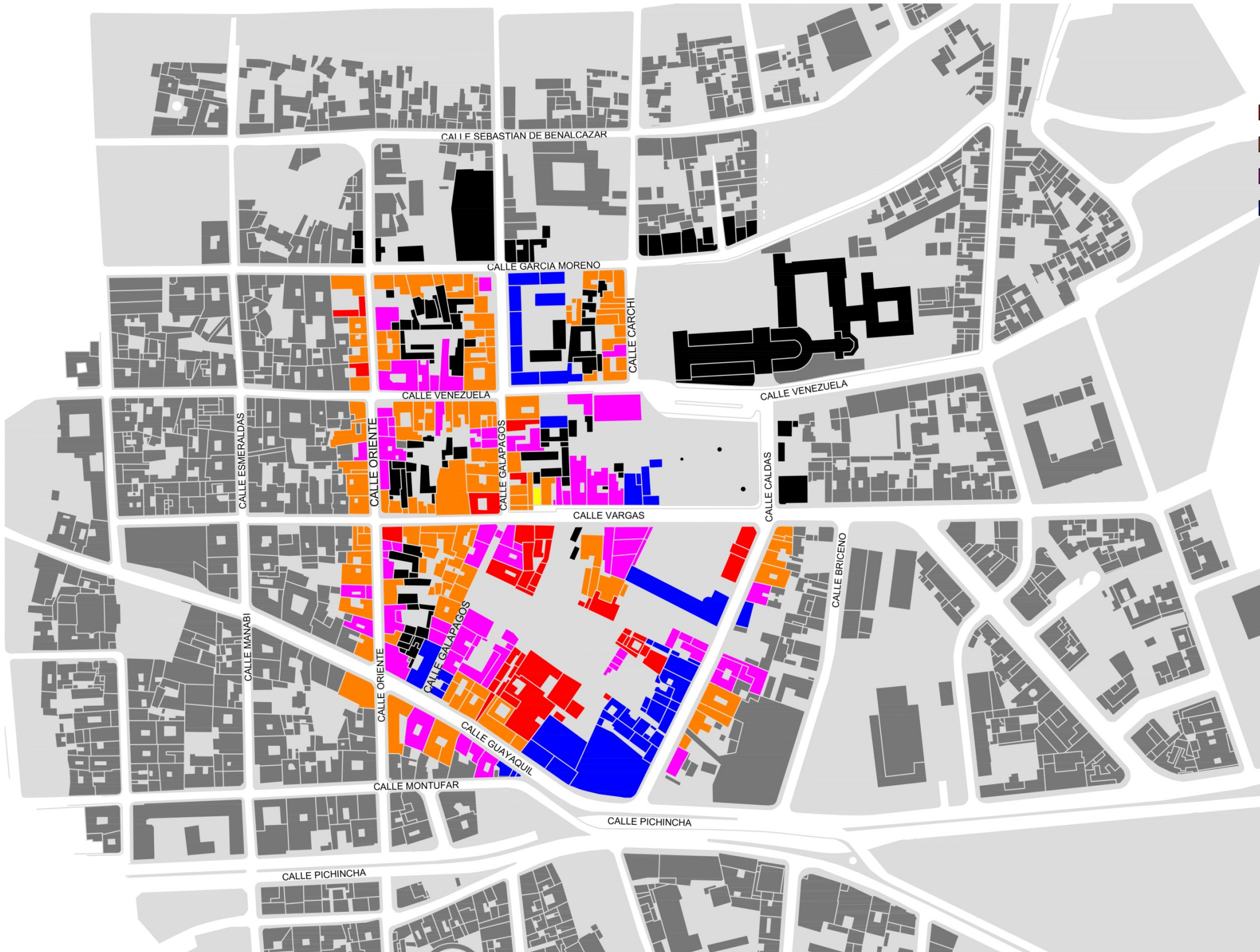
ANÁLISIS

- Las alturas de edificación son uniformes; todas la edificaciones son contrastantes una de otra, ninguna se destaca.
- La altura de 2 y 3 pisos son las características de la mayoría de los inmuebles. Las construcciones se encuentran a línea de fábrica y no dejan retiro a ninguno de sus lados.
- La Basílica del Voto Nacional es un monumento del sitio.



FUENTE: Instituto Geográfico Militar ELABORACIÓN: Propia, Información tomada en el sitio.	ANÁLISIS URBANO SITUACIÓN ACTUAL
	UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK Facultad de Arquitectura y Urbanismo

ALTURAS DE EDIFICACIÓN

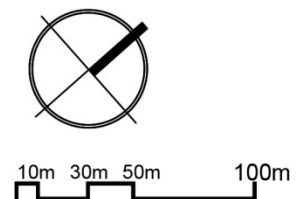


LEYENDA

- Estado 1 - Muy malo 9.25%
- Estado 2 - Malo 47.40%
- Estado 3 - Regular 29.48%
- Estado 4 - Bueno 13.87%

ANÁLISIS

- La zona denota un constante desgaste de su imagen y estructura de sus edificaciones. Se puede observar que no se ha dado un mantenimiento tanto de sus casas como de su entorno.
- Además de sus construcciones el espacio urbano no tiene un mobiliario adecuado para cada zona.



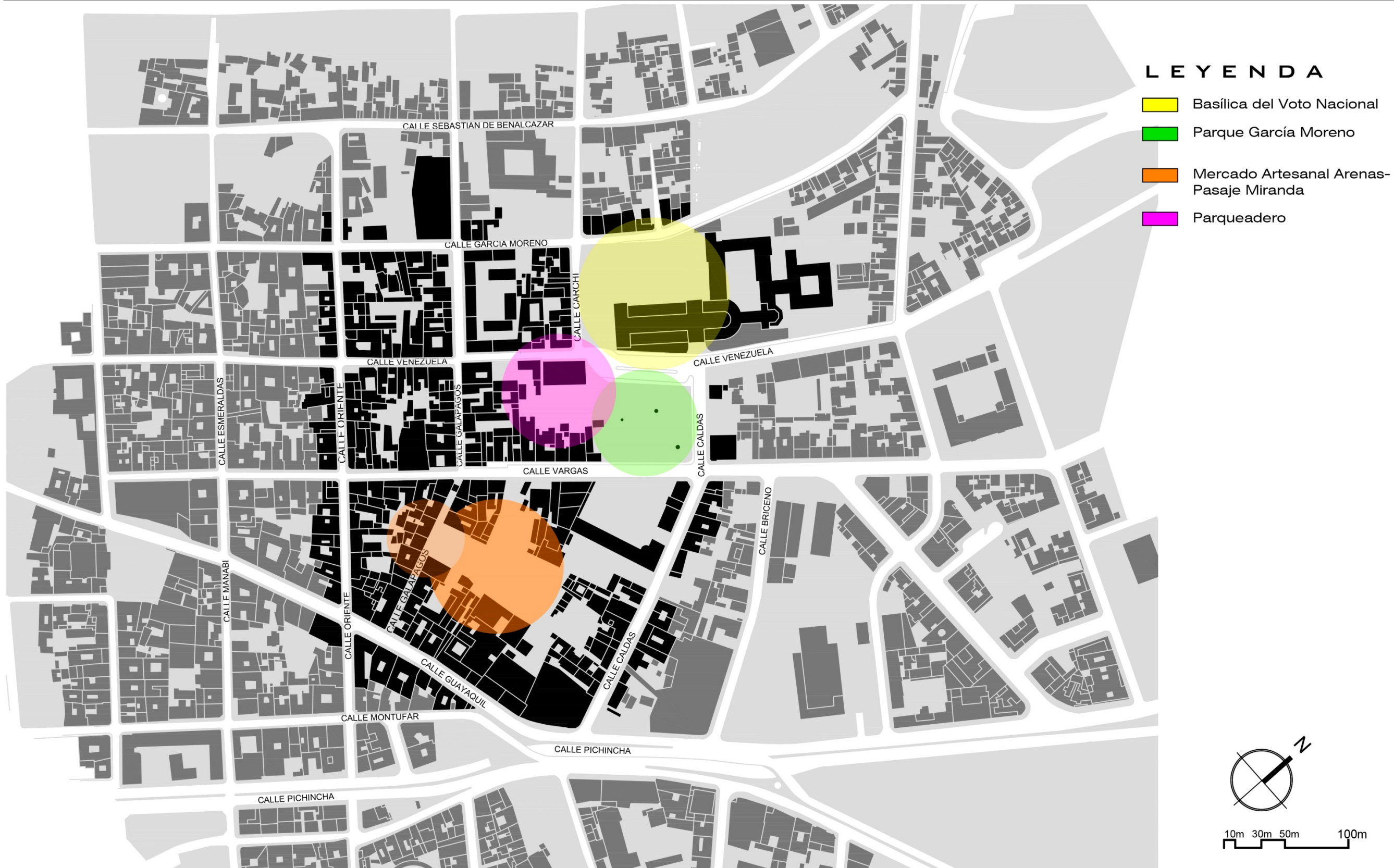
FUENTE: Instituto Geográfico Militar	ANÁLISIS URBANO SITUACIÓN ACTUAL
ELABORACIÓN: Propia, Información tomada en el sitio.	UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK Facultad de Arquitectura y Urbanismo

ESTADOS DE EDIFICACIÓN



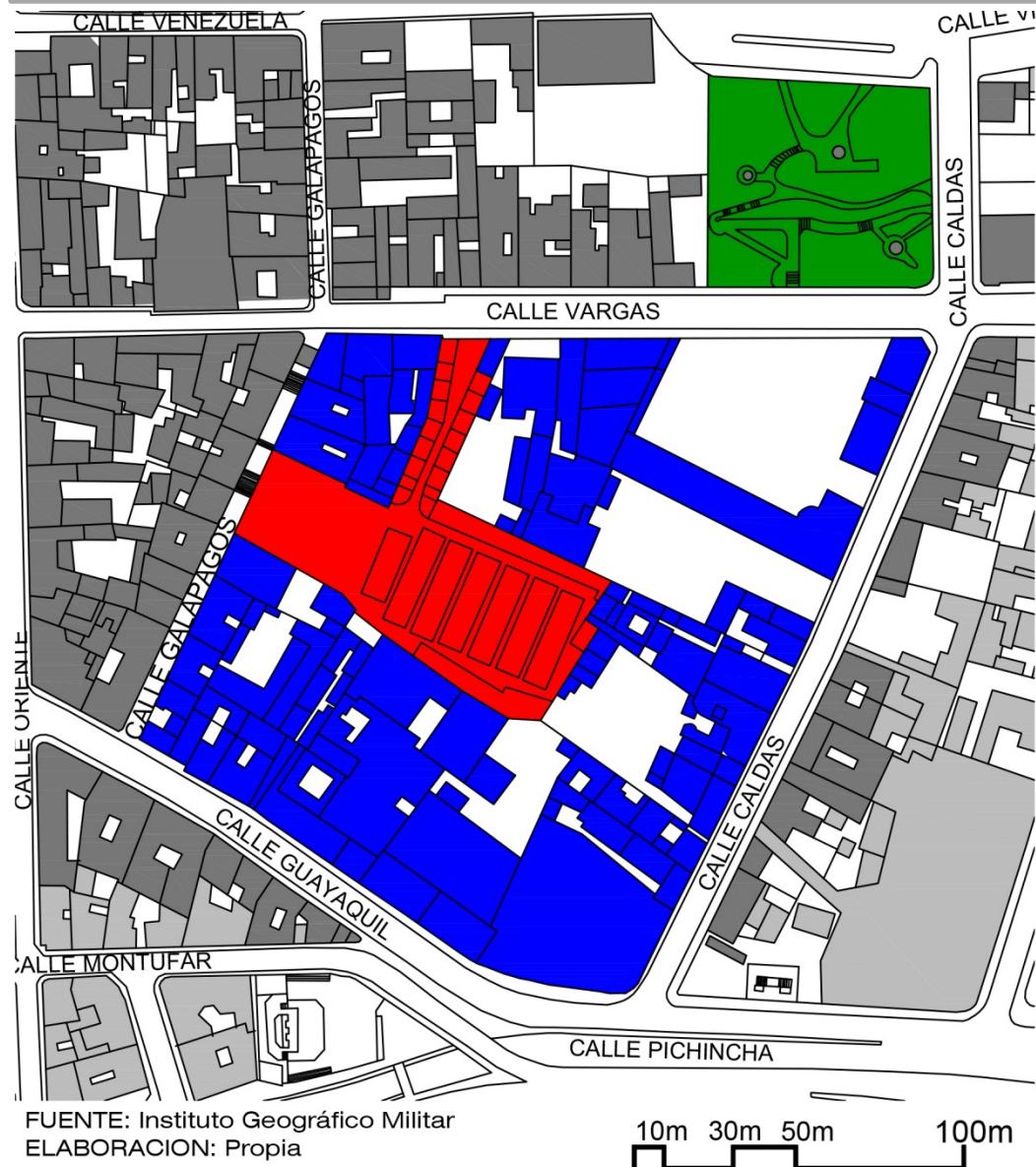
FUENTE: Instituto Geográfico Militar ELABORACIÓN: Propia, Información tomada en el sitio.	ANÁLISIS URBANO SITUACIÓN ACTUAL
	UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK Facultad de Arquitectura y Urbanismo

COSAS URBANAS



FUENTE: Instituto Geográfico Militar	ANÁLISIS URBANO SITUACIÓN ACTUAL
ELABORACIÓN: Propia, Información tomada en el sitio.	UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK Facultad de Arquitectura y Urbanismo

DIAGNÓSTICO DE OPORTUNIDADES URBANAS



LEYENDA

■ Terreno del Mercado de la PLAZA ARENAS



ANÁLISIS

- El mercado Artesanal Arenas está asentado sobre un terreno de 5287.30 m² de área.
- Consta de una entrada principal con un gran pasaje y una entrada secundaria construida por los mismos comerciantes.

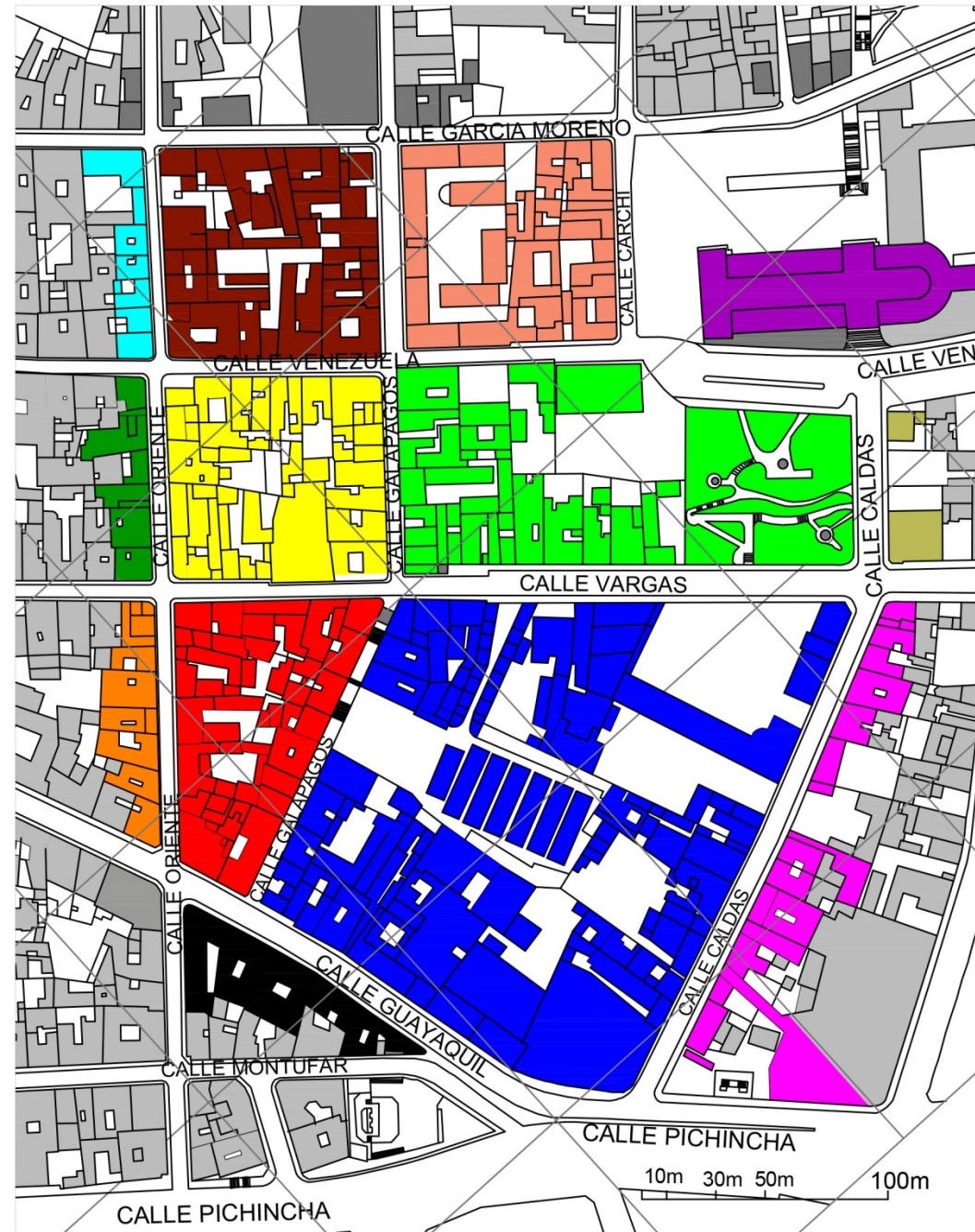


FUENTE: Instituto Geográfico Militar
 ELABORACIÓN:
 Propia, Información tomada en el sitio.

ANÁLISIS URBANO SITUACIÓN ACTUAL
 UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK

Facultad de Arquitectura y Urbanismo

**ESTADO ACTUAL TERRENO
 MERCADO PLAZA ARENAS**



LEYENDA

- Manzana 1
- Manzana 2
- Manzana 3
- Manzana 4
- Manzana 5
- Manzana 6
- Manzana 7
- Manzana 8
- Manzana 9
- Manzana 10
- Manzana 11
- Manzana 12
- Manzana 13

JUSTIFICACIÓN

El estudio de fachadas fue aplicado en las edificaciones ubicadas en el entorno del terreno del mercado Artesanal "Arenas".

DIAGNÓSTICO DE FACHADAS

PLANO CON MANZANAS DE ESTUDIO

FUENTE: Instituto Geográfico Militar
 ELABORACIÓN: Propia, Información tomada en el sitio.

ANÁLISIS DE FACHADAS
 UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK
 Facultad de Arquitectura y Urbanismo



FUENTE: Instituto Geográfico Militar
 ELABORACIÓN: Propia



① CALLE ORIENTE



Levantamiento de fachadas de la calle Oriente entre la calle García Moreno y calle Venezuela. Estado de edificación deteriorado, cubierta y aleros en mal estado, las fachadas en toda esta calle son de color durazno, con un zócalo de color gris, sin mantenimiento. Máximo dos pisos de altura. Mampostería de adobe con puertas y perfilerías de madera. Uso de suelo para vivienda.

② CALLE ORIENTE



Fachadas ubicadas en la calle Oriente entre la calle Venezuela y calle Vargas. El estado de edificación es bueno, se utiliza los colores pasteles, fachadas simétricas con tres pisos de altura. La primera planta se emplea para el uso comercial y las siguientes para vivienda.

③ CALLE ORIENTE



Fachadas ubicadas en la calle Oriente entre la calle Vargas y la calle Guayaquil. El estado de edificación se encuentra deteriorado, colores pasteles, fachadas simétricas con dos y tres pisos de altura. La primera planta se emplea para el uso comercial y las siguientes para vivienda. Todas las edificaciones de esta calle se encuentran inventariadas. Puertas y perfilerías de madera. La vivienda se caracteriza por tener balcones.

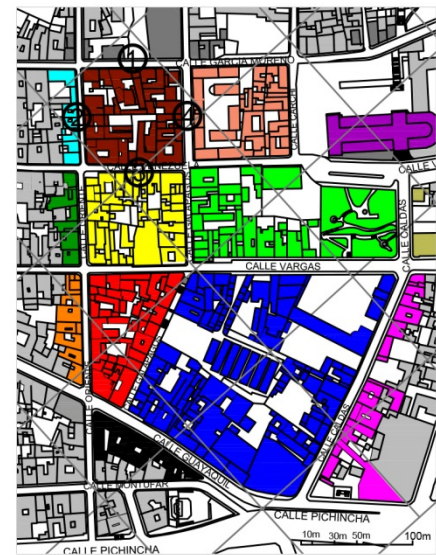
DIAGNÓSTICO DE FACHADAS

MANZANA 1,4,8

FUENTE: Instituto Geográfico Militar
 ELABORACIÓN: Propia, Información tomada en el sitio.

ANÁLISIS DE FACHADAS

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK
 Facultad de Arquitectura y Urbanismo



FUENTE: Instituto Geográfico Militar
 ELABORACIÓN: Propia



① CALLE GARCÍA MORENO



Levantamiento de fachadas de la calle García Moreno entre la calle Galápagos y la calle Oriente. Edificaciones asentadas sobre una pendiente pronunciada. Colores pasteles utilizados, con dos pisos de altura. Cubiertas a dos aguas de teja, puertas y perfilería de madera. Un constante desgaste de su imagen urbana. Las bajantes alteran la imagen de sus construcciones.

② CALLE ORIENTE



Levantamiento de fachadas de la calle Oriente entre la calle García Moreno y la calle Venezuela. Debido al gran porcentaje de pendiente que existe en esta calle alguna de sus construcciones se crean unos zocalos con gradas para lograr acceder a las viviendas. EL uso de suelo es para vivienda, con colores pasteles y balcones en sus ventanas. Se observa que no existe un mantenimiento de los inmuebles. Con dos y tres pisos de altura.

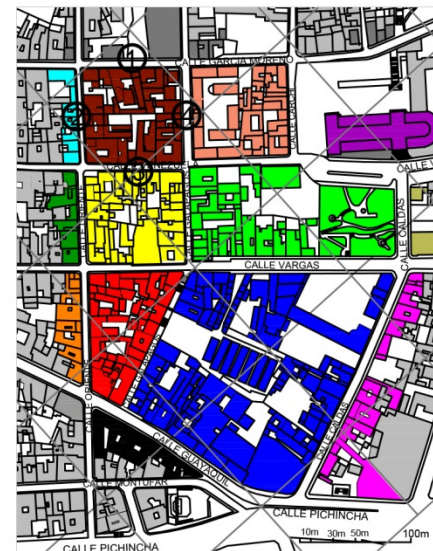
DIAGNÓSTICO DE FACHADAS

FUENTE: Instituto Geográfico Militar
 ELABORACIÓN: Propia, Información tomada en el sitio.

ANÁLISIS DE FACHADAS

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK
 Facultad de Arquitectura y Urbanismo

MANZANA 2



FUENTE: Instituto Geográfico Militar
 ELABORACIÓN: Propia



③ **CALLE VENEZUELA**



Levantamientos de fachadas de la calle Venezuela entre la calle Oriente y la calle Galápagos. Edificaciones de tres pisos, caracterizadas por sus colores pasteles y sus zócalos. Falta de mantenimiento en sus fachadas. El comercio en sus primeras plantas y la vivienda en las siguientes.

④ **CALLE GALÁPAGOS**



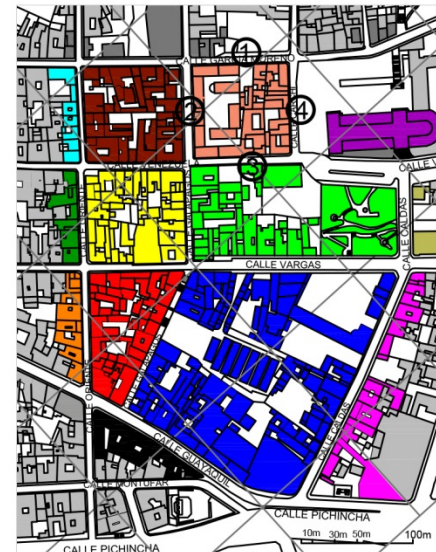
Levantamiento de fachadas de la calle Galápagos entre la calle Venezuela y la calle García Moreno. Estas edificaciones no se encuentran cerca de la calle principal de la zona por tal razón las actividades que se desarrollan son de vivienda. se conserva el espacio público en las veredas. Casas de no más de tres pisos. Cubiertas de teja con colores cálidos en sus fachadas. Desgaste en sus construcciones. Los cables y postes muestran un desorden en sus fachadas.

DIAGNÓSTICO DE FACHADAS

MANZANA 2

FUENTE: Instituto Geográfico Militar
 ELABORACIÓN: Propia, Información tomada en el sitio.

ANÁLISIS DE FACHADAS
 UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK
 Facultad de Arquitectura y Urbanismo



FUENTE: Instituto Geográfico Militar
 ELABORACIÓN: Propia



① CALLE GARCÍA MORENO



Levantamiento de fachadas de la calle García Moreno entre la calle Carchi y la calle Galápagos. En esta cuadra denota la diferencia de épocas en que se levantaron las construcciones. Las primeras casas se encuentran inventariadas pero las siguientes son edificaciones contemporáneas. Existe un cambio de pisos en los inmuebles nuevos. se incrementa la densidad de población con el aumento de pisos. Los colores utilizados son cálidos pasteles.

② CALLE GALÁPAGOS



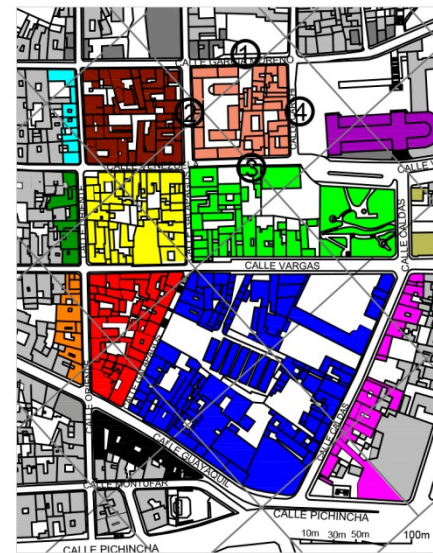
Levantamiento de fachadas de la calle Galápagos entre la calle García Moreno y la calle Venezuela. Construcciones contemporáneas con seis pisos de altura. Son las edificaciones con mayor altura de la zona. En el primer piso se desarrolla actividades de comercialización y en los siguientes para la vivienda. Trató de mimetizarse en la zona, por tal motivo se observa el uso de balcones y cubiertas de teja. Colores pálidos en sus fachadas. El estado de edificación es bueno pero con falta de mantenimiento.

DIAGNÓSTICO DE FACHADAS

MANZANA 3

FUENTE: Instituto Geográfico Militar
 ELABORACIÓN: Propia, Información tomada en el sitio.

ANÁLISIS DE FACHADAS
 UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK
 Facultad de Arquitectura y Urbanismo



FUENTE: Instituto Geográfico Militar
 ELABORACIÓN: Propia



③ **CALLE VENEZUELA**



Levantamiento de fachadas de la calle Venezuela entre la calle Galápagos y la calle Carchi . Se evidencia dos tipos de construcciones, las contemporáneas y las republicanas. Las edificaciones contemporáneas tienen seis pisos de altura con balcones, cubiertas de teja y colores cálidos en sus fachadas; con usos de suelo para el comercio en el primer piso y para la vivienda en los siguientes pisos. Las casas inventariadas se encuentran en mal estado. No existe un adecuado mantenimiento. Colores fríos en sus fachadas y tres pisos de altura.

④ **CALLE CARCHI**



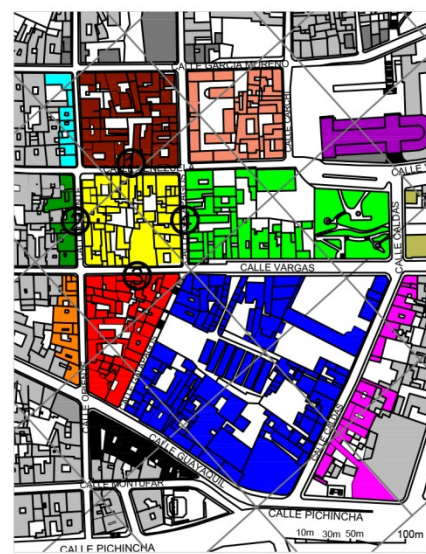
Levantamiento de fachadas en las últimas manzanas de estudio. Como se encuentran alejadas de las calles principales los usos de suelo no cambiaron con relación a las demás; se conservan las viviendas en sus edificaciones. Los colores pasteles son la característica principal de la zona. Inmuebles republicanos inventariados por el municipio. Falta de mantenimiento a pesar de que estas edificaciones están al frente de la Basílica. Solo la calzada fue intervenida.

DIAGNÓSTICO DE FACHADAS

MANZANA 3

FUENTE: Instituto Geográfico Militar
 ELABORACIÓN: Propia, Información tomada en el sitio.

ANÁLISIS DE FACHADAS
 UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK
 Facultad de Arquitectura y Urbanismo



FUENTE: Instituto Geográfico Militar
 ELABORACIÓN: Propia



① CALLE VENEZUELA



Levantamiento de fachadas de la calle Venezuela entre la calle Galápagos y calle Oriente. Presenta una pequeña pendiente en el que las casas están asentadas a línea de fábrica, a excepción de la única casa contemporánea. De dos o tres pisos de altura con colores cálidos en sus fachadas. Se visualiza poco mantenimiento en la imagen urbana. Todavía se conserva la vivienda en sus edificaciones.

② CALLE ORIENTE



Levantamiento de fachadas de la calle Oriente entre la calle Venezuela y calle Vargas. Edificaciones levantadas con tres o cuatro pisos de altura. Los colores de las fachadas siguen siendo pasteles cálidos sin nada de mantenimiento. Estos edificios son utilizados para el comercio y educación

DIAGNÓSTICO DE FACHADAS

FUENTE: Instituto Geográfico Militar
 ELABORACIÓN: Propia, Información tomada en el sitio.

ANÁLISIS DE FACHADAS

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK
 Facultad de Arquitectura y Urbanismo

MANZANA 5



FUENTE: Instituto Geográfico Militar
 ELABORACIÓN: Propia



③ CALLE VARGAS



Levantamiento de fachadas de la calle Vargas entre la calle Oriente y la calle Galápagos. Se observa un constante desgaste de su imagen urbana. No existe mantenimiento alguno en sus fachadas ni en su entorno. Por motivo que la calle Vargas es la vía de salida para los vehículos del Centro Histórico, se genera congestión en esta zona. Las veredas son angostas y algunas de sus edificaciones sobrepasan su línea de fábrica. Contrucciones de dos o tres pisos de altura. Los colores de las fachadas son utilizados sin nungún concepto.

④ CALLE GALÁPAGOS



Levantamiento de fachadas de la calle Galápagos entre la calle Vargas y la calle Venezuela. Además de la falta de mantenimiento de sus edificaciones la calle Galápagos presenta un conflicto entre el paso de los vehículos con los que se estacionan a los lados, debido a la escasez de estacionamientos. El uso es mixto, en la primera planta se utiliza para la comercialización sobre todo de ferretería. Las alturas van de dos o tres pisos.

DIAGNÓSTICO DE FACHADAS

MANZANA 5

FUENTE: Instituto Geográfico Militar
 ELABORACIÓN: Propia, Información tomada en el sitio.

ANÁLISIS DE FACHADAS

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK
 Facultad de Arquitectura y Urbanismo



FUENTE: Instituto Geográfico Militar
 ELABORACIÓN: Propia

② **CALLE GALÁPAGOS**

Levantamiento de fachadas de la calle Galápagos entre la calle Venezuela y calle Vargas. Las construcciones se mantienen en buen estado. Todavía se conserva la vivienda en las plantas superiores y se deja para el comercio la primera planta. Los colores han sido utilizados dependiendo del gusto del propietario. Las alturas varían entre uno, dos y tres pisos.



① **CALLE VENEZUELA**



Levantamiento de fachadas de la calle Venezuela entre la calle Caldas y calle Galápagos. El 40% de las construcciones son contemporáneas, con falta de mantenimiento. Se construyó un equipamiento para estacionamientos. Las alturas de edificación varían entre uno, dos y tres pisos.

DIAGNÓSTICO DE FACHADAS

MANZANA 6

FUENTE: Instituto Geográfico Militar
 ELABORACIÓN: Propia, Información tomada en el sitio.

ANÁLISIS DE FACHADAS
 UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK
 Facultad de Arquitectura y Urbanismo



FUENTE: Instituto Geográfico Militar
 ELABORACIÓN: Propia



④ CALLE CALDAS



Levantamiento de fachadas de la calle Caldas entre la calle Vargas y la calle Venezuela. Parque del mercado Artesanal Arenas. Se hizo una pequeña rehabilitación en el parque, cambiando de piso las vías peatonales, se colocó mobiliario urbano y se mejoró el área verde.

③ CALLE VARGAS



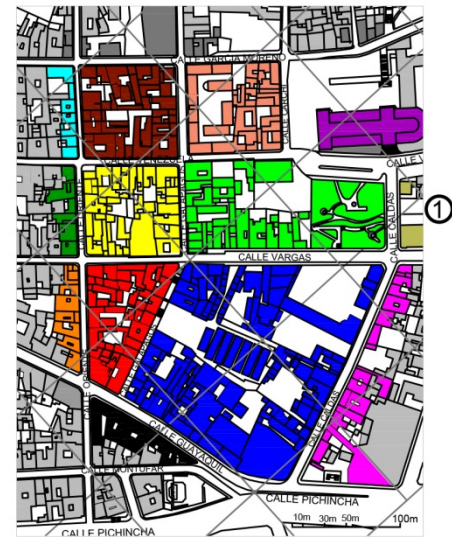
Levantamiento de fachadas de la calle Vargas entre las calles Galápagos y la Caldas. Estas fachadas se encuentran al frente de la entrada principal del mercado Artesanal Arenas. De toda la cuadra solo dos de las casas están inventariadas, las demás son construcciones contemporáneas. Las primeras casas no conservan la línea de fábrica, teniendo una vereda más angosta. La congestión vehicular y peatonal genera un caos en la zona. Debido a la falta de parqueaderos, los vehículos se estacionan en la vía obstaculizando el paso. El comercio es el principal uso del barrio. Las alturas de edificación van de tres a cuatro pisos. No existe un uso adecuado de la cromática en sus inmuebles.

DIAGNÓSTICO DE FACHADAS

MANZANA 6

FUENTE: Instituto Geográfico Militar
 ELABORACIÓN: Propia, Información tomada en el sitio.

ANÁLISIS DE FACHADAS
 UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK
 Facultad de Arquitectura y Urbanismo



FUENTE: Instituto Geográfico Militar
 ELABORACIÓN: Propia



Levantamiento de fachadas de la calle Caldas entre la calle Venezuela y la Calle Vargas . La última manzana de estudio, denota ya un cambio tipológico en sus construcciones. Casas contemporáneas a excepción de la edificación de tres pisos de color amarillo. En la esquina superior el inmueble se los utiliza para un UPC. Usos de suelo mixto con dos pisos de altura.

① CALLE CALDAS



DIAGNÓSTICO DE FACHADAS

MANZANA 7

FUENTE: Instituto Geográfico Militar
 ELABORACIÓN: Propia, Información tomada en el sitio.

ANÁLISIS DE FACHADAS

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK
 Facultad de Arquitectura y Urbanismo



FUENTE: Instituto Geográfico Militar
 ELABORACIÓN: Propia



① CALLE CALDAS



Levantamiento de fachadas de la calle Caldas entre la calle Vargas y la Calle Pichincha. 80% de sus edificaciones son inventariadas. La altura de edificación va de dos a tres pisos. El estado de los inmuebles es bueno. Se emplea colores pasteles. El 90% se lo utiliza para la vivienda.

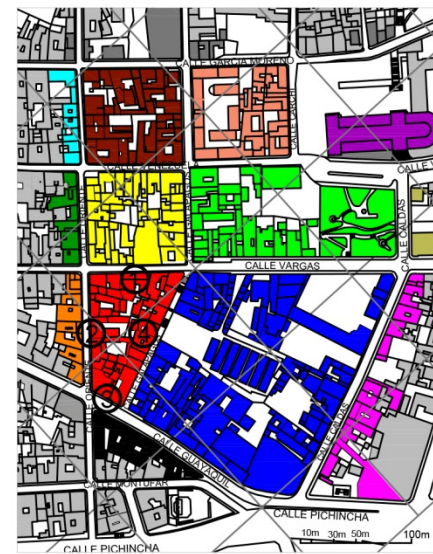
DIAGNÓSTICO DE FACHADAS

FUENTE: Instituto Geográfico Militar
 ELABORACIÓN: Propia, Información tomada en el sitio.

ANÁLISIS DE FACHADAS

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK
 Facultad de Arquitectura y Urbanismo

MANZANA 11



FUENTE: Instituto Geográfico Militar
 ELABORACIÓN: Propia



① CALLE VARGAS



Levantamiento de fachadas de la calle Vargas entre las calles Galápagos y Oriente. La calle Vargas es una vía congestionada y con unas veredas muy angostas para el paso peatonal. La imagen urbana se encuentra descuidada. Las edificaciones fueron transformando su uso; se convirtieron en el primer piso locales comerciales, también se los utiliza para educación. Construcciones de dos a tres pisos.

② CALLE ORIENTE



Levantamiento de fachadas de la calle Oriente entre las calles Vargas y Guayaquil. Edificaciones utilizadas para equipamientos de educación. Se observa un desgaste de la imagen urbana. Las alturas de edificación van de tres a cinco pisos. No existe un estudio en su cromática.

DIAGNÓSTICO DE FACHADAS

MANZANA 9

FUENTE: Instituto Geográfico Militar
 ELABORACIÓN: Propia, Información tomada en el sitio.

ANÁLISIS DE FACHADAS
 UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK
 Facultad de Arquitectura y Urbanismo



FUENTE: Instituto Geográfico Militar
 ELABORACIÓN: Propia



③ **CALLE GUAYAQUIL**



Levantamiento de fachadas de la calle Guayaquil entre la calle Oriente y el pasaje Galápagos. Es una cuadra de solo dos edificaciones. Debido a que se encuentran en la calle principal, acceso al centro de la Ciudad las alturas son de cuatro a cinco pisos. Se observa dos tipologías arquitectónicas, Se unen dos épocas de construcción. Presenta simetría en cada edificio con grandes ventanas y balcones en cada una de sus plantas. De uso comercial en la planta baja y habitacional en las siguientes.

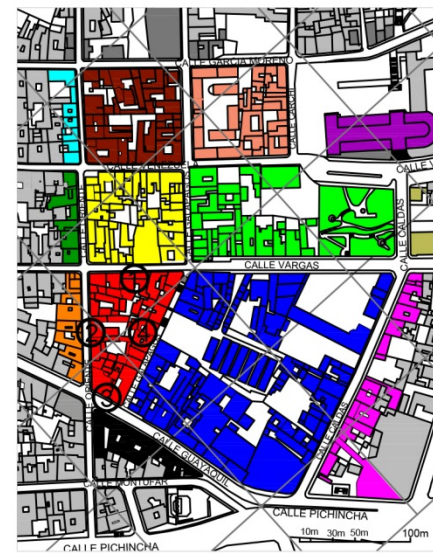
DIAGNÓSTICO DE FACHADAS

MANZANA 9

FUENTE: Instituto Geográfico Militar
 ELABORACIÓN: Propia, Información tomada en el sitio.

ANÁLISIS DE FACHADAS

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK
 Facultad de Arquitectura y Urbanismo



FUENTE: Instituto Geográfico Militar
 ELABORACIÓN: Propia



④ **CALLE GALÁPAGOS**



Levantamiento de fachadas del pasaje Galápagos entre la calle Guayaquil y la calle Vargas. Esta calle es un pasaje peatonal, con escalinatas debido a la pendiente pronunciada que tiene la zona. Construcciones Republicanas de dos a cuatro pisos de altura. Imagen urbana deteriorada; el 80% de sus inmuebles se encuentran vacíos por tal razón se vuelve una zona de alta peligrosidad. No existe mucha actividad en este pasaje.

DIAGNÓSTICO DE FACHADAS

MANZANA 9

FUENTE: Instituto Geográfico Militar
 ELABORACIÓN: Propia, Información tomada en el sitio.

ANÁLISIS DE FACHADAS
 UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK
 Facultad de Arquitectura y Urbanismo



FUENTE: Instituto Geográfico Militar
 ELABORACIÓN: Propia



① CALLE VARGAS



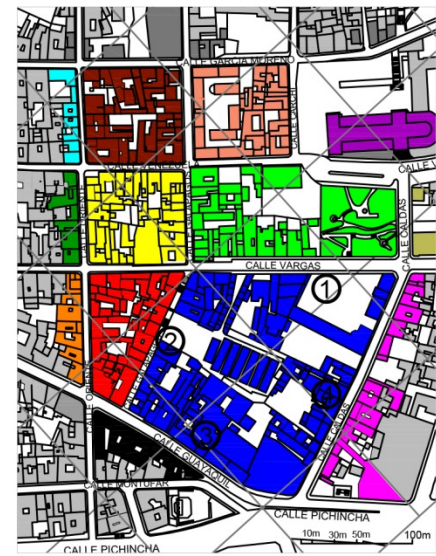
Levantamiento de fachadas de la calle Vargas entre la calle Caldas y el pasaje Galápagos. En la edificación de cuatro pisos funciona el Colegio Hermano Miguel "La Salle". La única construcción en la que denota un constante mantenimiento. La entrada del mercado Artesanal Arenas nunca se cambió, se conservó la fachada de la anterior Plaza de toros Arenas. La imagen urbana del mercado y sus alrededores muestran la falta de atención de las autoridades por mejorar los espacios en los que se generan las actividades de comercialización. Al igual el edificio del pasaje con su gran arco se encuentra en mal estado, desocupado en sus plantas superiores y habitado en la primera planta para locales comerciales.

DIAGNÓSTICO DE FACHADAS

MANZANA 10

FUENTE: Instituto Geográfico Militar
 ELABORACIÓN: Propia, Información tomada en el sitio.

ANÁLISIS DE FACHADAS
 UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK
 Facultad de Arquitectura y Urbanismo



FUENTE: Instituto Geográfico Militar
 ELABORACIÓN: Propia



② **CALLE GALÁPAGOS**



Levantamiento de fachadas de la calle Galápagos entre las calles Vargas y Guayaquil. Estas edificaciones se encuentran en un pasaje peatonal con escalinatas. Sus construcciones van de dos a cuatro pisos de altura. La imagen urbana está deteriorada. Se mantiene el uso habitacional, solo las casas que se acercan a las vías principales en las primeras plantas su uso es para el comercio. El mercado Artesanal Arenas tiene un acceso secundario por este pasaje, construido por sus propios habitantes. Existe un alto nivel de delincuencia en esta zona.

DIAGNÓSTICO DE FACHADAS

MANZANA 10

FUENTE: Instituto Geográfico Militar
 ELABORACIÓN: Propia, Información tomada en el sitio.

ANÁLISIS DE FACHADAS

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK
 Facultad de Arquitectura y Urbanismo



FUENTE: Instituto Geográfico Militar
 ELABORACIÓN: Propia



Levantamiento de fachadas de la calle Guayaquil entre las calles Caldas y Galápagos. Debido a que las edificaciones se encuentran en la vía principal de acceso al Centro Histórico las alturas son mayores, se observa que van desde los dos hasta los cuatros pisos. Ocupan el 100% de ocupación del suelo. El uso comercial se evidencia en las primeras plantas de sus construcciones para dar paso al uso habitacional en las siguientes. En esta zona además del comercio existen equipamientos culturales y parqueaderos. Es la última manzana del Centro Histórico motivo por el cual existen ya edificaciones contemporáneas.

③ CALLE GUAYAQUIL



⑤ CALLE GUAYAQUIL



DIAGNÓSTICO DE FACHADAS

MANZANA 10,13

FUENTE: Instituto Geográfico Militar
 ELABORACIÓN: Propia, Información tomada en el sitio.

ANÁLISIS DE FACHADAS

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK
 Facultad de Arquitectura y Urbanismo



FUENTE: Instituto Geográfico Militar
 ELABORACIÓN: Propia



④ CALLE CALDAS



④ CALLE CALDAS



Levantamiento de fachadas de la calle Caldas entre las calles Guayaquil y Vargas. Tipología arquitectónica Republicana a excepción del parqueadero de San Blas. Las alturas de edificación varían entre los dos y cuatro pisos. Existen varios tipos de equipamientos en esta cuadra como son; educación, culto, y estacionamientos.

DIAGNÓSTICO DE FACHADAS

MANZANA 10

FUENTE: Instituto Geográfico Militar
 ELABORACIÓN: Propia, Información tomada en el sitio.

ANÁLISIS DE FACHADAS
 UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK
 Facultad de Arquitectura y Urbanismo

3. CAPÍTULO III: PROPUESTA

3.1. MODELO CONCEPTUAL.

Los Centros Históricos son espacios públicos en su máxima expresión, representan la historia desde que se formó la colonia hasta los tiempos modernos. En los años 40 la urbanización se dedicó a expandirse a la periferia; el Centro Histórico se convierte en el núcleo de la ciudad y por tal razón el más relevante pero cambia de naturaleza.

Debido a la expansión de la ciudad el Centro Histórico deja de ser el lugar elegido para vivir, ya que las personas prefieren tener edificaciones y espacios modernos.

Los migrantes que empiezan a llegar a la ciudad se sitúan en los espacios urbanos desechados, donde las rentas son más baratas pero los estados de las edificaciones se van deteriorando.

El Centro Histórico se convierte en espacios para “el mundo popular urbano” (Fernando Carrión).

Las actividades del centro empiezan a cambiar pero de una forma acelerada y desordenada. Las personas buscan una manera de sobrevivir; de ahí parte los comercios informales, la mendicidad; la degradación de las personas, como del espacio que se habita.

“Los Centros Históricos viven una contradicción estructural. Por una parte se concentra una riqueza de historia-cultura y

por otra parte se vivencia la pobreza socio-económica de la población”. (Fernando Carrión).

Con el paso del tiempo la tasa de urbanización de la región se reduce a la mitad: pasa de 4.6% anual en 1950, a 2.3% en el año 2000. La ciudad deja de crecer en forma acelerada; se reduce la migración a las ciudades, pero se empieza una migración internacional. Las ciudades empiezan a concentrar culturas no solo de otro pueblo sino de otros países. Así como las ciudades reciben nuevas vivencias, los Centros históricos se vuelven patrimonio del mundo, no solo del país.

Lo único de los Centros Históricos que no cambian son sus estructuras pero el significado varía dependiendo en la época que se encuentre. Es el lugar que más cambia.

Estamos en una época en donde se vive la revaloración de la ciudad construida, la expansión deja de tener importancia. En donde se piensa en una ciudad de menos cantidad pero más calidad.

En estos tiempos se debe ver más allá de una simple conservación de los monumentos históricos o conjuntos históricos, se regresa a la ciudad construida pero en un contexto de internacionalidad. Los espacios se deben readecuar a los momentos que se viven en la actualidad.

El Centro Histórico debe ser la base para la innovación de la ciudad. Por algo se lo llama centro. Se comienza desde el corazón de la ciudad. Lo existente es la suma de tiempos por tal razón no se debe quedar estancado en un tiempo sino que se debe continuar con nuevas ideas pero siempre respetando la línea de la historia. Es la integración del

pasado y el futuro, la conexión de diferentes tiempos representados en un solo conjunto.

La rehabilitación está encaminada a sumar valor al conjunto, no solo conservarlo sino actualizarlo. Las bases fundamentales para el desarrollo de la intervención es tomar en cuenta la socialización, la mezcla de las identidades no solo del país sino de Latinoamérica, ya que cada país vivió los mismos cambios. Un claro ejemplo son los Centros Históricos de cada región que tienen muchas similitudes entre sí.

El Centro histórico es el que representa el espacio público de la ciudad; esto no quiere decir que se debe tener un gran espacio con áreas abiertas. No solo se refiere al espacio sino al significado que se da a cada espacio. No deben existir piezas sueltas sino que cada pieza forme un conjunto interrelacionado.

En los orígenes de las ciudades no se puede negar que existe el mestizaje de las culturas indias con las culturas europeas. Los españoles en sus conquistas quisieron edificar ciudades muy parecidas a las que tenían en sus países pero gracias a la cultura prehispánica se creó una nueva arquitectura; la colonial.

Los artistas de América aportaron nuevos conocimientos. El uso de la tierra, la piedra los materiales provenientes de la naturaleza, que transformaban a una edificación en monumentos.

Una aportación indígena muy importante fue que las ceremonias religiosas las celebraban en espacios abiertos, a diferencia de los cristianos que construían grandes templos

cerrados para compartir sus creencias. El uso de la plaza vendría a representar las costumbres americanas y la iglesia que se construía cerca a estas las costumbres cristianas.

Los colores de América representan una parte fundamental de su historia. No solo por las diversas culturas de Latinoamérica sino también por sus majestuosos paisajes, donde encontramos los colores más puros y fuertes del mundo. Las vestimentas utilizadas eran con materiales naturales que mantenían los colores provenientes de estos.

CONCEPTO.

Los Centros Históricos representan el núcleo de las ciudades. Debe ser la base para la expansión y avance tecnológico para que las ciudades sigan creciendo, y no se habla de cantidad sino de calidad.

Las ciudades no se deben quedar estancadas en un tiempo sino se debe continuar con la innovación de tecnología y cultura.

Concepto de Sistema.

El concepto de sistema comienza de la "*Crítica de la Razón Pura*" de Immanuel Kant quien definía a la arquitectura como el "arte de construir sistemas".

G.W.F. Hegel se refería al sistema como una articulación de cada cosa en un todo.

El sociólogo alemán Niklas Luhman crea una relación entre sistema y entorno; esto quiere decir que se analiza las capacidades que cada sistema tiene para estructurarse e interactuar con el contexto.

El autor Josep María Montaner basado en las ideas anteriores entiende como "Sistema a un conjunto heterogéneo (materiales o no), de distintas escalas, que están relacionadas entre sí, con una organización interna que intenta estratégicamente adaptarse con el entorno y que forma un todo. Cada parte del sistema está en función de otra, no existen elementos aislados".

Esto demuestra que todos los elementos de un conjunto deben estar articulados entre sí para que el conjunto logre funcionar.

Utilizar el concepto de sistema está relacionado directamente a la importancia de una completa interrelación del contexto.

Por tal motivo se emplea el uso de conceptos sobre los fragmentos, que se basan en la formación de un todo y no solo en la jerarquización del objeto aislado.

Sistema Beaux Arts.

Sistema basado en una composición rígida, simétrica, jerárquica y con lenguaje historicista (grandes monumentos).

Crisis del sistema Beaux Arts.

Con la aparición de nuevos complejos como son las instituciones, edificios de vivienda colectiva el sistema Beaux entró en crisis.

Con las nuevas necesidades la arquitectura moderna intenta integrar un sistema flexible, con libertad de nuevas tecnologías y nuevos espacios.

Las nuevas propuestas tienen la intención de formar sistemas que se puedan adaptar con el entorno.

.La arquitectura contemporánea entra en la búsqueda constante de diversas opciones, conseguir con formas abstractas una mayor complejidad y diversidad, aspirando a una nueva monumentalidad.

La preeminencia del vacío.

La aportación de la arquitectura contemporánea se ha basado en descubrir los espacios exteriores que se forman entre los objetos que configuran los espacios internos.

Se hace posible entender la importancia del vacío; el espacio vital que se crea entre los edificios.

Aparece el Park System que consiste en cadenas secuenciales de espacios libres que forman un conjunto, a la manera de sistema de parques. Se basa en la articulación de los espacios abiertos.

Dispersión y fragmentación.

La aceptación de una realidad formada de dispersión y diferencia, de la suma, superposición y choque de piezas y fenómenos conduce a los sistemas como recomposición de fragmentos. (Josep María Montaner, *Sistemas arquitectónicos contemporáneos*, p 148.)

Al instante que se abandona la tentación de unidad se recurre a mecanismos que repongan un cierto todo como es el collage. Se potencia la complejidad general y la individualización de cada parte.

Se aprovecha todo lo que se encuentra a nuestro alrededor, diferentes materiales, objetos, residuos y antecedentes.

Unión de diferentes fragmentaciones. “El vacío es el protagonista frente a la masa”. (Rem Koolhaas).

En el paisaje urbano el espacio público se convierte en el actor principal del sistema.

Teoría y práctica de lo fragmentario.

Claude Levi- Strauss escribió en su libro “El pensamiento salvaje” sobre los dos métodos culturales principales en la creación de objetos y obras; la del ingeniero o científico que utiliza la razón y la del bricoleur, aprovecha los materiales y objetos encontrados, residuos de obras y acontecimientos humanos para reciclarlos o ensamblarlos para conformar nuevos objetos con partes encontradas.

El progreso artístico reinventó y conceptualizó estos mecanismos compositivos. El collage de un artista bricoleur nace a partir de objetos usados.

La fragmentación está dirigida a la interacción de sus partes. A partir de la conciencia del fragmento se utiliza el mecanismo del collage.

Revive la arquitectura racionalista: la articulación; esta no tiene un orden específico, ni rectilíneo; está constituido por el montaje de piezas distintas, en tamaño y grosor.

El protagonista ya no es el objeto aislado, sino las relaciones que se pueden dar entre las piezas que determinan un espacio.

“El collage es una expresión artística que unifica diferentes elementos y lo convierte en un todo.

INTENCIÓN.

- Crear un sistema con objetos heterogéneos, con formas simples conectadas a espacios abiertos.
- Los espacios abiertos son los principales actores de las actividades.
- Cadena secuencial de espacios abiertos, que forman un conjunto relacionados entre sí.
- Combinar las características de la arquitectura moderna y antigua.
- Incorporar elementos de diferentes épocas y culturas.
- Fragmentar la unidad y crear conectores en cada espacio que vuelvan a formar un todo.
- Reciclar los objetos y transformarlos en nuevos.

PLAN.

- Desarrollar un proyecto urbano-arquitectónico destinado al comercio para repotenciar el barrio de la Plaza Arenas e intervenir en la situación urbana de su entorno inmediato.

PROGRAMA.

- Existen edificaciones construidas desde los años 40 que rompen con la imagen urbana y crean saturación no solo en el movimiento sino en lo visual. Derrocar edificaciones contemporáneas sin ningún valor tanto en lo histórico como en el valor visual. Creando conexiones entre el espacio público y privado.

- Su arquitectura se basa en casas coloniales construidas a base de tierra y madera con grandes patios centrales La intención es conectar las calles del sector con estos grandes patios para que las actividades también se desarrollen al interior de sus edificaciones. Donde existan locales comerciales y viviendas.
- Conectar actividades como la vivienda, el comercio, el descanso y lo cultural.
- La densificación de las viviendas en esta zona es muy alta y como las viviendas son inventariadas se propone que la edificaciones se abran al público.
- Calles destinadas al peatón.
- Áreas verdes y espacios para la exposición de trabajos realizados en el mercado.
- Mantener los materiales originarios de las viviendas.
- Retirar bajantes, cables,
- Descomponer a las viviendas extrayendo los elementos que no son originarios.
- Crear una zona de parqueaderos.
- Proponer un mercado que además de desarrollar actividades de comercio, se pueda acceder a un centro de educación, cultura y comunicación.
- La característica principal del mercado se basa en recoger artículos usados o con valor histórico para luego ser vendidos al público. Por esta razón los materiales utilizados para su construcción deben contrastar con el concepto que tiene este mercado para los usuarios.
- Diseñar espacios que tengan como actividad talleres en donde se transforme los objetos usados y se den un nuevo uso.

- Utilizar materiales reciclables que se puedan acoplar con los nuevos.

PROYECTO:

- Propuesta arquitectónica para el mercado ARTESANAL DE LA PLAZA ARENAS.

La propuesta arquitectónica para este proyecto es el diseño de un mercado que sea la conexión principal de las actividades que se desarrollan en su entorno.

Este mercado se destaca por ser el único en la ciudad de Quito que comercializa artículos de segunda mano a precios muy bajos. Es decir se reutiliza una o más veces sus productos.

La idea primordial en el diseño del proyecto es repotenciar la historia de las cosas que se venden en el lugar, reutilizarlas y darlas un nuevo valor. Muchos de los productos son reliquias que las personas utilizan para crear nuevas cosas. Implementar actividades que potencialicen y se reutilicen los materiales que comercializan en el lugar.

La base para el diseño del mercado es reutilizar materiales para su construcción; una de las alternativas de materiales reciclados es el uso de contenedores de carga.

Estos contenedores son modulares que permiten ser ensamblados de maneras distintas; además que son de fácil transporte, ahorrando tiempo y energía.

El reciclaje en la arquitectura sostenible ha promovido el uso de contenedores debido a que estos son autoportantes,

resistentes y económicos como módulo y base estructural de un sistema constructivo.

CONTENEDORES.

Hace más de 10 años se comenzó a emplear contenedores de transporte marítimo, aéreo o terrestre para la construcción de espacios arquitectónicos como una reacción contra la contaminación ambiental.

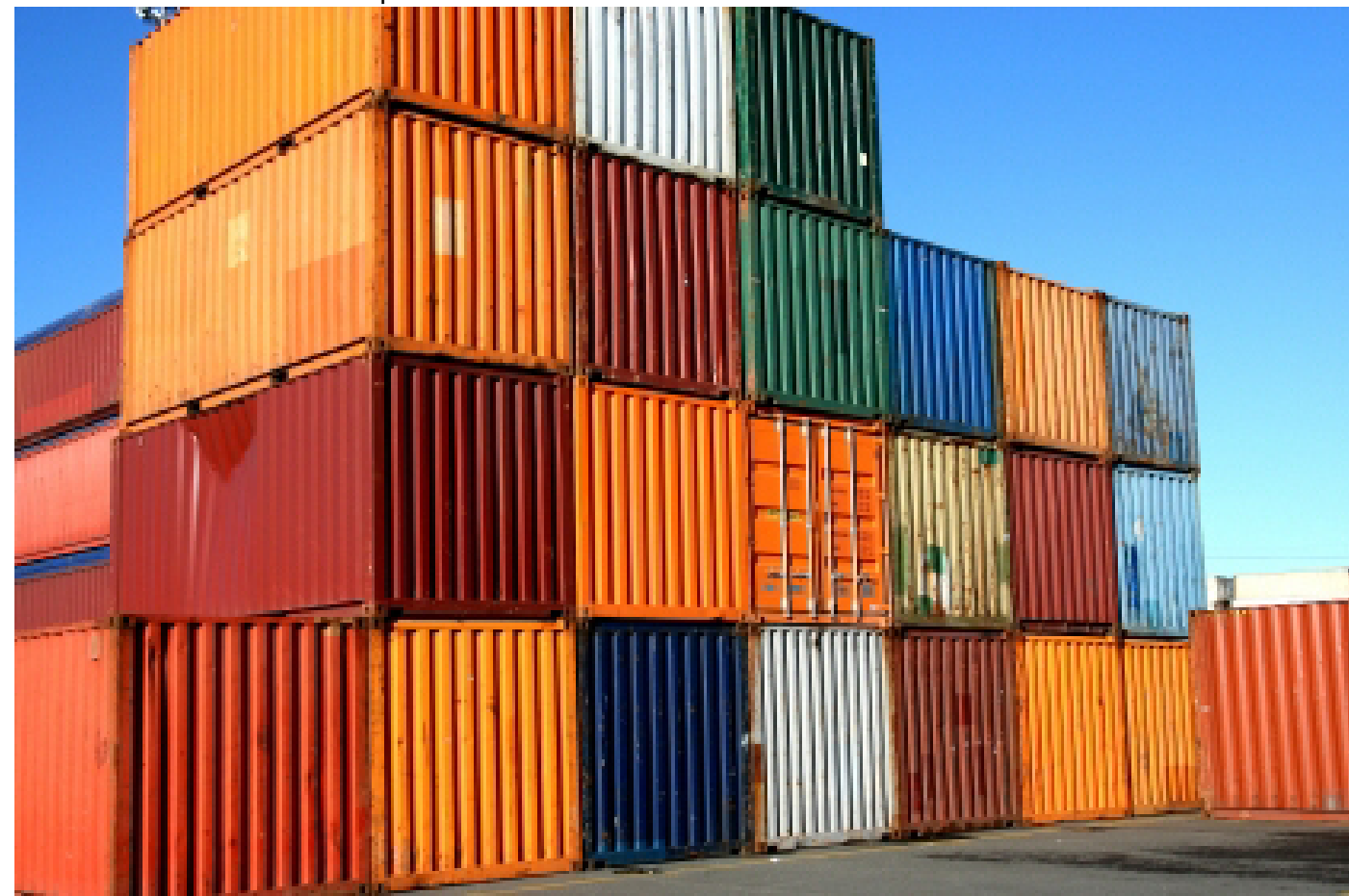
Estos contenedores son utilizados para transportar bienes de un continente a otro, comúnmente son provenientes del continente asiático. Muchos de estos contenedores al llegar a una nueva tierra son apilados por el alto costo que conlleva regresarlos a Asia.

La vida útil de un contenedor es de 12 años según reglas internacionales; por este motivo se quedan varados en los puertos.

Pueden ser utilizados como estructuras portantes, apilados cuando están llenos hasta en ocho niveles.

Materialidad: Están fabricados principalmente de acero corten cuya placa tiene un espesor de 2mm, aluminio y madera contrachapada reforzada con vidrio.

Gráfico 60: Contenedores apilados.

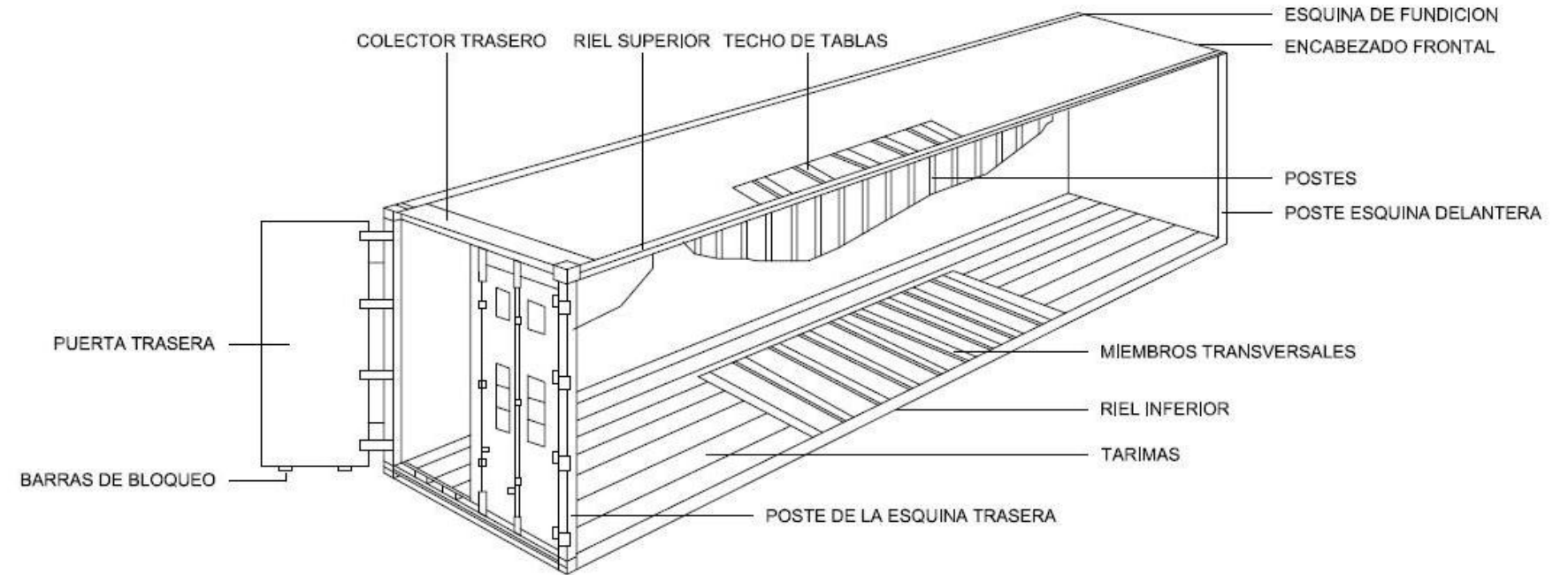


Fuente: www.sebenzaworld.com/services/shipping-and-containers/

Las partes de un contenedor son:

- Pilares, postes: Elementos portantes ubicados en las esquinas del contenedor.
- Esquineros: Molduras situadas en las esquinas del contenedor. Se las utiliza para la manipulación del contenedor.
- Travesaño y solera: es el elemento que forma un marco en la puerta principal.
- Marco frontal: Se encuentra frente a la puerta principal del contenedor, se forma por los travesaños superiores e inferiores.
- Travesaño Superior: son las vigas superiores que forman la estructura.
- Travesaño inferior: Son las vigas inferiores ubicados en los costados del contenedor.
- Travesaños de piso: Ubicadas dentro del marco del soporte del piso, son las vigas transversales que soportan el contenedor.
- Piso: conformado por tablonos o madera lamina dura o suave.
- Costados y Frente: Paneles de acero corrugado, los mismos que se apoyan en los durmientes longitudinales.
- Puertas: Por lo general estos elementos son de metal y enchapado, corrugado.
- Sello de seguridad: Es un código propio del contenedor, el mismo que se coloca en la puerta principal como información del mismo.

Gráfico 61: Partes de un contenedor.



Fuente: [www. http://maslogpanama.net/partes-de-contenedores/](http://maslogpanama.net/partes-de-contenedores/).

Existen más de 8 tipos de contenedores; con distintas características;

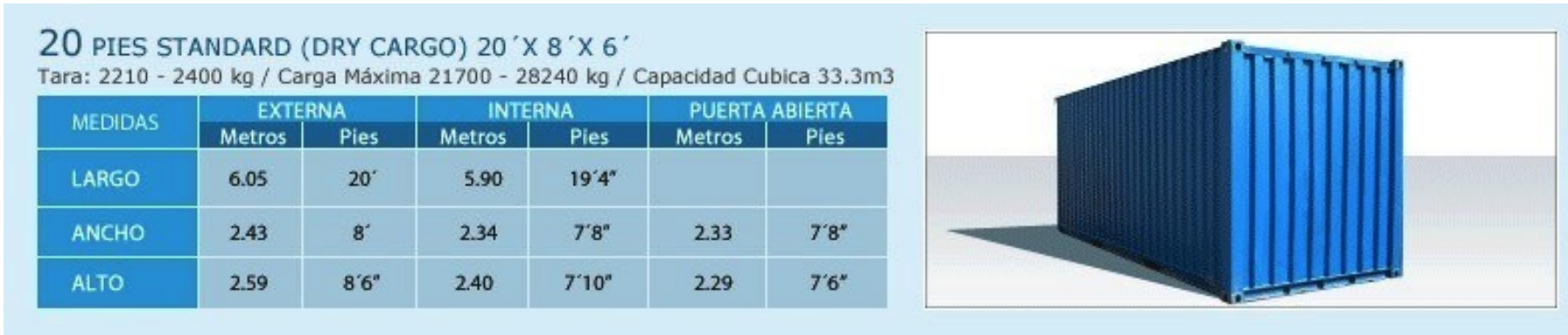
Los contenedores estándar son los Dry Cargo herméticos y sin ventilación. Otros son refrigerados y tienen sistemas de conservación de frío o calor, mientras que otros son abiertos en varias de sus caras para llevar cargas atípicas y de mayor tamaño (Open Top / Flat Rack).

El modelo de contenedor que se utilizará para el proyecto es el Dry Cargo para carga sólida. Contenedor modular de 6m. de largo y 2.4m. de ancho; de 20 pies.

En el Ecuador existen varias empresas como Container Sudamérica especializadas en la comercialización de los contenedores. Ofrecen una alta calidad de producto con una alta demanda de estos y transporte terrestre.

El precio del contenedor es de 2600 más el impuesto a la renta.

Gráfico 62: Medidas contenedor Dry Cargo.



Fuente: <http://riquetransitos.com/formacion/tipos-de-contenedor>.

3.2. PROPUESTA URBANA.



PROPUESTA URBANA

FUENTE: Instituto Geográfico Militar
 ELABORACIÓN:
 Propia, Información tomada en el sitio.

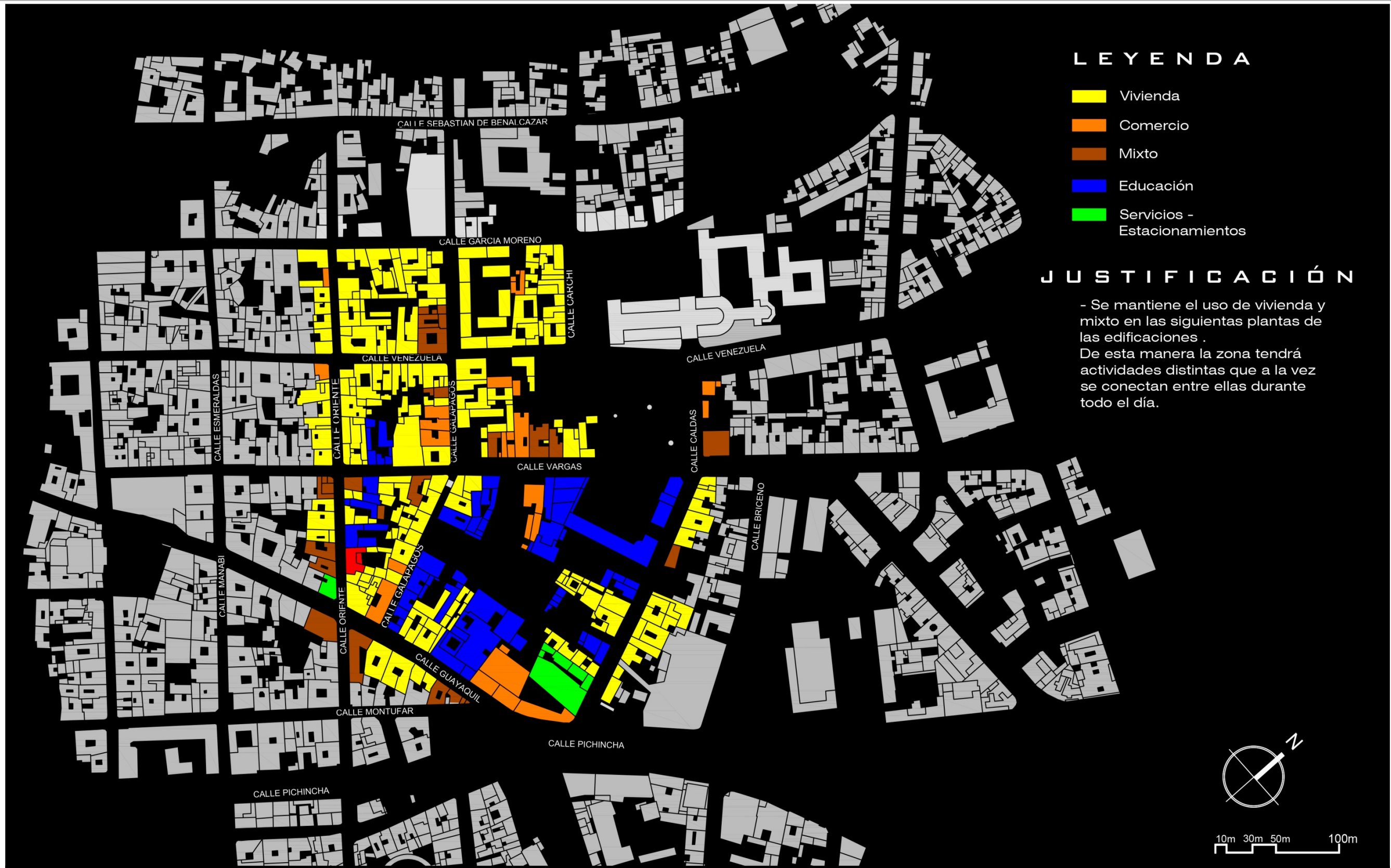
PROPUESTA URBANA
 UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK

Facultad de Arquitectura y Urbanismo

SISTEMA DE MOVILIDAD PROPUESTO



PROPUESTA URBANA		FUNCIONALIDAD EN PLANTA BAJA
FUENTE: Instituto Geográfico Militar ELABORACIÓN: Propia, Información tomada en el sitio.	PROPUESTA URBANA UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK Facultad de Arquitectura y Urbanismo	



PROPUESTA URBANA	
FUENTE: Instituto Geográfico Militar	PROPUESTA URBANA
ELABORACIÓN: Propia, Información tomada en el sitio.	UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK Facultad de Arquitectura y Urbanismo

FUNCIONALIDAD EN PLANTA ALTA



LEYENDA

- Plaza Garcia Moreno-
- Parque García Moreno-
Exposiciones de las
artesanias realizadas en
el mercado.
- Mercado Artesanal Arenas
- Pasaje- Actividades al aire libre
- Nueva Plaza
- Conexión Peatonal

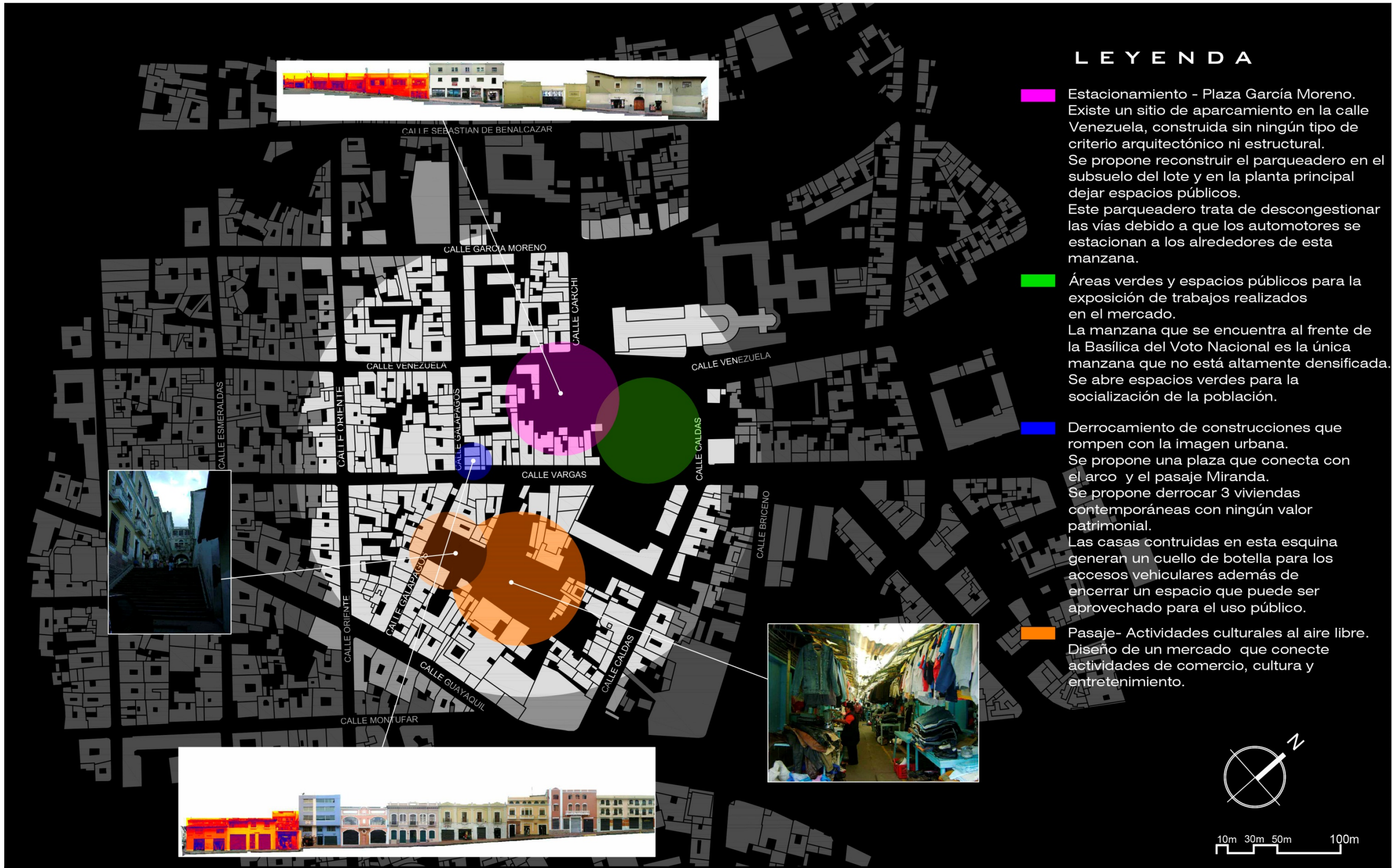
PROPUESTA URBANA

SISTEMA DE ESPACIO PÚBLICO PROPUESTO

FUENTE: Instituto Geográfico Militar
 ELABORACIÓN:
 Propia, Información tomada en el sitio.

PROPUESTA URBANA
 UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK

Facultad de Arquitectura y Urbanismo



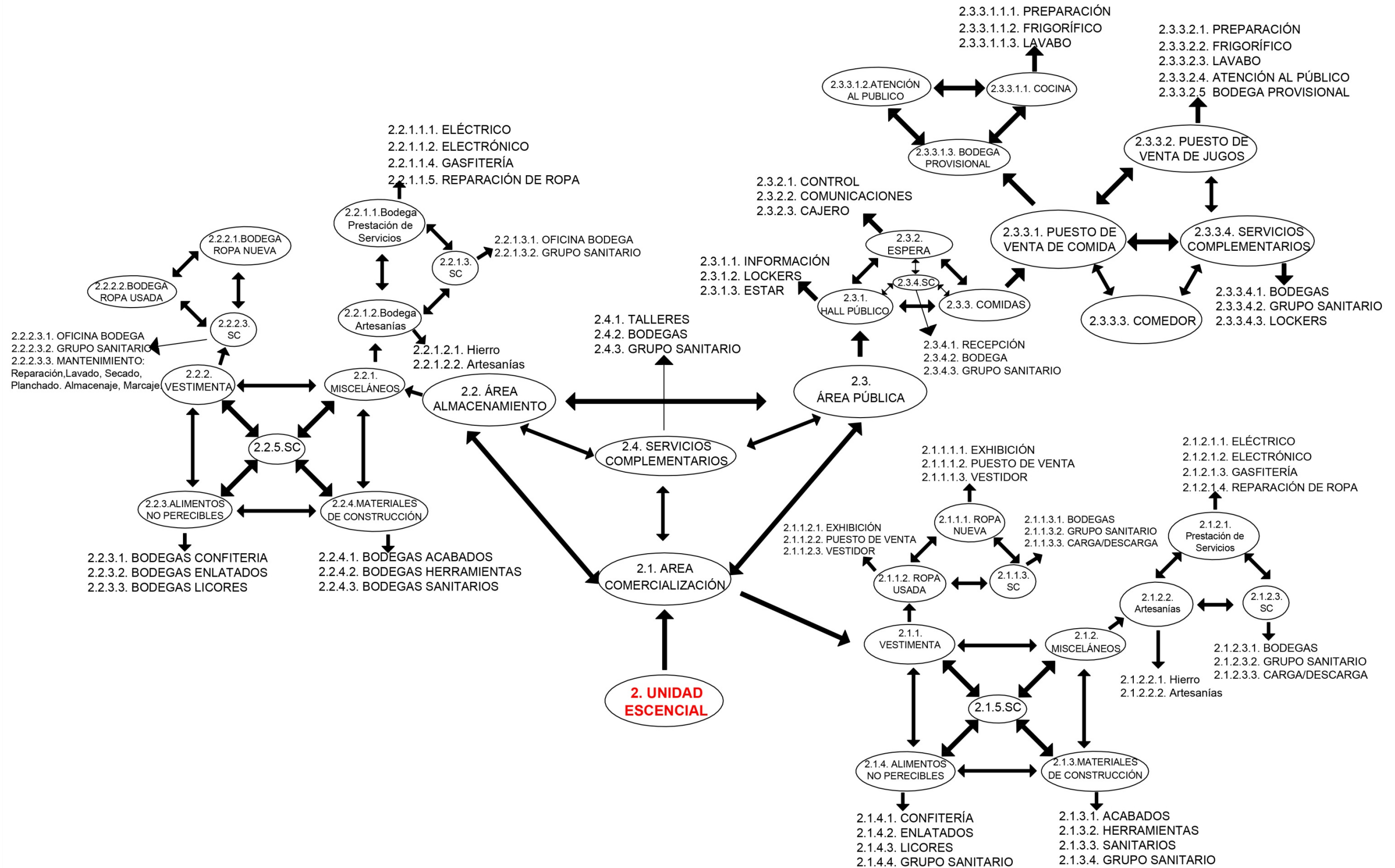
PROPUESTA URBANA

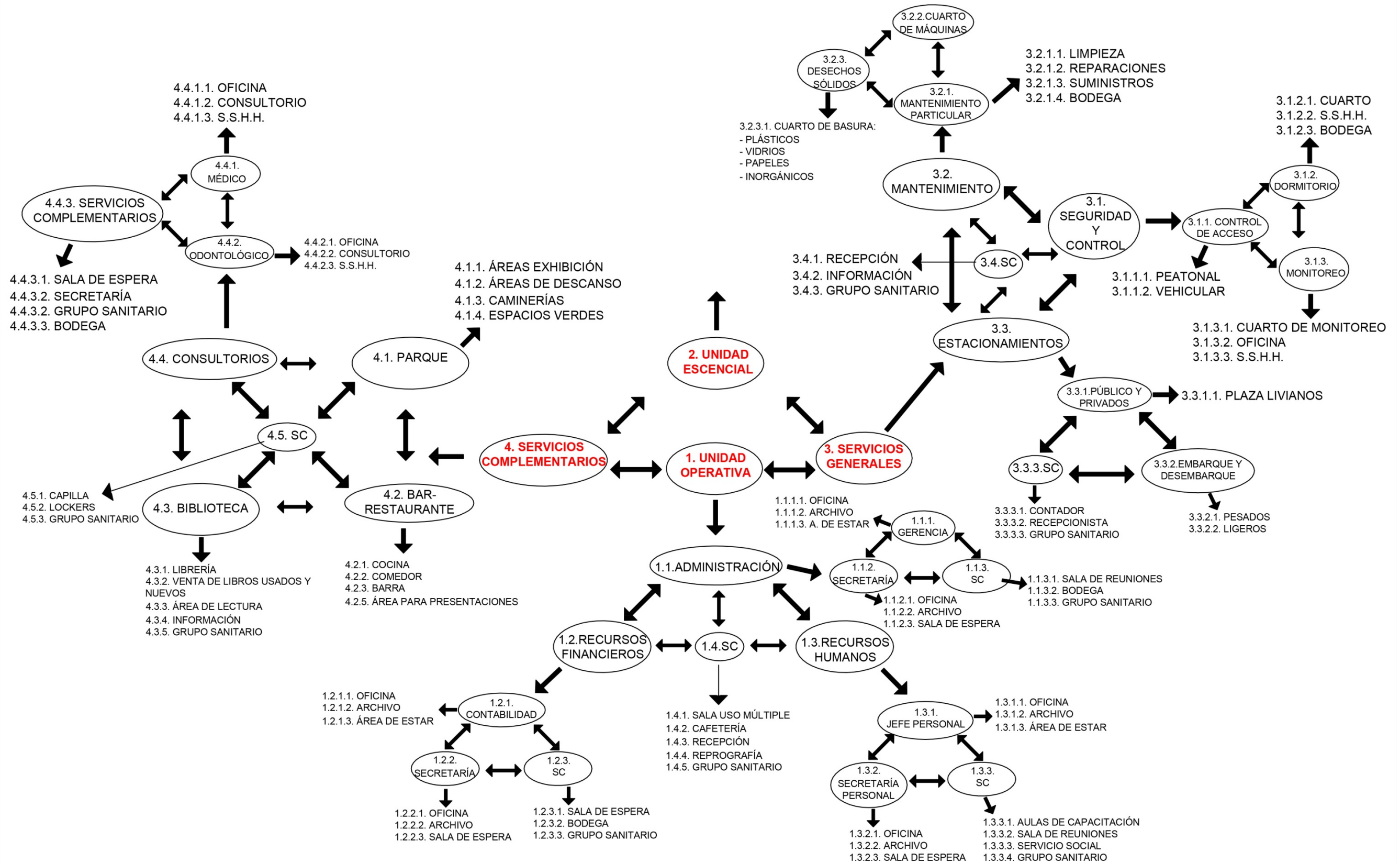
INTERVENCIONES PROPUESTAS

FUENTE: Instituto Geográfico Militar
 ELABORACIÓN:
 Propia, Información tomada en el sitio.

PROPUESTA URBANA
 UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK
 Facultad de Arquitectura y Urbanismo

3.3. MODELO TEÓRICO.





3.4. MODELO DIMENSIONAL.

NECESIDAD	ACTIVIDAD	ESPACIO	SUBACTIVIDAD	CONCEPTUALIZACIÓN			DIMENSIONAMIENTO														
				SUBACTIVIDADES			# Usuarios	X	Y	ML	M2	M2 envol	m2 trib	# espacios	Σm2						
RECUPERACIÓN AMPLIADA DE LA FUERZA DE TRABAJO	COMERCIALIZAR	UNIDAD ESPACIAL PARA COMERCIALIZAR	- ADMINISTRAR - ARCHIVAR - ALMACENAR - ATENDER - CAPACITAR - AYUDAR - TOMAR CAFÉ - SACAR COPIAS - REUNIRSE	1	UNIDAD OPERATIVA	1.1. ADMINISTRACIÓN	1.1.1. GERENCIA	1.1.1.1. Oficina	3	3,2	3	12,4	9,6	2,48	0,84	1	12,92				
								1.1.1.2. Archivo	2	1,8	1,8	7,2	3,24	1,44	0,56	1	5,24				
								1.1.1.3. Área de Espera	3	2,4	3,2	11,2	7,68	2,24	0,84	1	10,76				
											8					7,6	2,21			9,81	
																					38,73
							1.1.2. SECRETARÍA	1.1.2.1. Oficina	3	2,4	2	8,8	4,8	1,76	0,84	1	7,40				
								1.1.2.2. Archivo	2	1,8	1,8	7,2	3,24	1,44	0,56	1	5,24				
								1.1.2.3. Sala de Espera	5	3,4	3,2	13,2	10,88	2,64	1,4	1	14,92				
											10				9,5	2,47					11,97
																					39,53
							1.1.3. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	1.1.3.1. Sala de Reuniones	6	4,6	4,6	18,4	21,16	3,68	1,68	1	26,52				
								1.1.3.2. Bodega	2	2,4	1,8	8,4	4,32	1,68	0,56	1	6,56				
						1.1.3.3. Grupo Sanitario		2	1,5	1,6	6,2	2,4	1,24	0,56	2	8,40					
										10				9,5	2,47					11,97	
																				53,45	
						1.2. RECURSOS FINANCIEROS	1.2.1. CONTABILIDAD	1.2.1.1. Oficina	3	3,2	3	12,4	9,6	2,48	0,84	1	12,92				
								1.2.1.2. Archivo	2	1,8	1,8	7,2	3,24	1,44	0,56	1	5,24				
								1.2.1.3. Área de Espera	3	2	1,8	7,6	3,6	1,52	0,84	1	5,96				
											8				7,6	2,21					9,81
																					33,93
							1.2.2. SECRETARÍA	1.2.2.1. Oficina	3	2,4	2	8,8	4,8	1,76	0,84	1	7,40				
								1.2.2.2. Archivo	2	1,8	1,8	7,2	3,24	1,44	0,56	1	5,24				
								1.2.2.3. Sala de Espera	5	3,4	3,2	13,2	10,88	2,64	1,4	1	14,92				
											10				9,5	2,47					11,97
																					39,53
							1.2.3. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	1.2.3.1. Sala de Espera	5	3,4	3,2	13,2	10,88	2,64	1,4	1	14,92				
								1.2.3.2. Bodega	2	1,8	1,8	7,2	3,24	1,44	0,56	1	5,24				
						1.2.3.3. Grupo Sanitario		2	1,5	1,6	6,2	2,4	1,24	0,56	2	8,40					
										9				8,55	2,34					10,89	
																				39,45	
						1.3. RECURSOS HUMANOS	1.3.1. JEFE DE PERSONAL	1.3.1.1. Oficina	3	3,2	3	12,4	9,6	2,48	0,84	1	12,92				
								1.3.1.2. Archivo	2	1,8	1,8	7,2	3,24	1,44	0,56	1	5,24				
								1.3.1.3. Área de Espera	3	2	1,8	7,6	3,6	1,52	0,84	1	5,96				
											8				7,6	2,21					9,81
																					33,93
							1.3.2. SECRETARÍA PERSONAL	1.3.2.1. Oficina	3	2,4	2	8,8	4,8	1,76	0,84	1	7,40				
								1.3.2.2. Archivo	2	1,8	1,8	7,2	3,24	1,44	0,56	1	5,24				
								1.3.2.3. Sala de Espera	5	3,4	3,2	13,2	10,88	2,64	1,4	1	14,92				
											10				9,5	2,47					11,97
																					39,53
							1.3.3. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	1.3.3.1. A. de Capacitación	11	5	4,2	18,4	21	3,68	3,08	2	55,52				
								1.3.3.2. Sala de Reuniones	6	4,6	3	15,2	13,8	3,04	1,68	1	18,52				
						1.3.3.3. Servicio Social		3	2,4	2	8,8	4,8	1,76	0,84	1	7,40					
						1.3.3.4. Grupo Sanitario		2	1,5	1,6	6,2	2,4	1,24	0,56	2	8,40					
										22				20,9	3,66					24,56	
														114,40							
1.4. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	1.4.1. Sala de Uso Múltiple	30	5	6	22	30	4,4	8,4	1	42,80											
	1.4.2. Cafetería	4	2,4	1,6	8	3,84	1,6	1,12	1	6,56											
	1.4.3. Recepción	2	2,4	2	8,8	4,8	1,76	0,56	1	7,12											
	1.4.4. Reprografía	2	2	1,5	7	3	1,4	0,56	1	4,96											
	1.5. Grupo Sanitario	4	1,8	2,6	8,8	4,68	1,76	1,12	2	15,12											
				42				39,9	5,05					44,95							
														121,51							
SUBTOTAL M2															553,96						

CONCEPTUALIZACIÓN					DIMENSIONAMIENTO								
SUBACTIVIDADES					# Usuarios	X	Y	ML	M2	M2 envol	m2 trib	# espacios	Σm2
2 · U N I D A D E S C E N C I A L	2.1. AREA DE COMERCIALIZACIÓN	2.1.1. VESTIMENTA	2.1.1.1. ROPA NUEVA	2.1.1.1.1. Exhibición	4	0,6	1,8	4,8	1,08	0,96	1,12	25	79,00
				2.1.1.1.2. Puesto de Venta	4	2,4	2	8,8	4,8	1,76	1,12	25	192,00
				2.1.1.1.3. Vestidor	1	1	1	4	1	0,8	0,28	25	52,00
				28				26,6	4,13				30,73
													353,73
		2.1.1.2. ROPA USADA	2.1.1.2.1. Exhibición	4	0,6	1,8	4,8	1,08	0,96	1,12	25	79,00	
			2.1.1.2.2. Puesto de Venta	4	2,4	2	8,8	4,8	1,76	1,12	25	192,00	
			2.1.1.2.3. Vestidor	1	1	1	4	1	0,8	0,28	25	52,00	
			28				26,6	4,13				30,73	
												353,73	
		2.1.1.3. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	2.1.1.3.1. Bodegas	1	1,8	1,8	7,2	3,24	1,44	0,28	2	9,92	
			2.1.1.3.2. Grupo Sanitario	2	1,6	1,5	6,2	2,4	1,24	0,56	2	8,4	
			2.1.1.3.3. Carga/ Descarga	5	2	3	10	6	2	1,4	1	9,4	
				8				7,6	2,21				9,81
											37,53		
	2.1.2. MISCELÁNEOS	2.1.2.1. PRESTACIÓN DE SERVICIOS	2.1.2.1.1. ELÉCTRICO	2.1.2.1.1.1. Puesto de Trabajo	1	1,8	1,8	7,2	3,24	1,44	0,28	3	14,88
				2.1.2.1.1.2. Puesto de Venta	2	2,4	3	10,8	7,2	2,16	0,56	3	29,76
				2.1.2.1.1.3. Bodega	1	1,8	1,8	7,2	3,24	1,44	0,28	3	14,88
				2.1.2.1.1.4. Lavabo	1	1	1	4	1	0,8	0,28	3	6,24
				5				4,75	1,74				6,49
													72,25
			2.1.2.1.2. ELECTRÓNICO	2.1.2.1.2.1. Puesto de Trabajo	1	1,8	1,8	7,2	3,24	1,44	0,28	3	14,88
				2.1.2.1.2.2. Puesto de Venta	2	2,4	3	10,8	7,2	2,16	0,56	3	29,76
				2.1.2.1.2.3. Bodega	1	1,8	1,8	7,2	3,24	1,44	0,28	3	14,88
				2.1.2.1.2.4. Lavabo	1	1	1	4	1	0,8	0,28	3	6,24
				5				4,75	1,74				6,49
													72,25
		2.1.2.1.3. GASFITERÍA	2.1.2.1.3.1. Puesto de Trabajo	1	1,8	1,8	7,2	3,24	1,44	0,28	3	14,88	
			2.1.2.1.3.2. Puesto de Venta	2	2,4	3	10,8	7,2	2,16	0,56	3	29,76	
			2.1.2.1.3.3. Bodega	1	1,8	1,8	7,2	3,24	1,44	0,28	3	14,88	
			2.1.2.1.3.4. Lavabo	1	1	1	4	1	0,8	0,28	3	6,24	
			5				4,75	1,74				6,49	
												72,25	
		2.1.2.1.4. REPARACIÓN DE ROPA	2.1.2.1.4.1. Puesto de Trabajo	2	2,4	3	10,8	7,2	2,16	0,56	3	29,76	
			2.1.2.1.4.2. Bodega	1	1,8	1,8	7,2	3,24	1,44	0,28	3	14,88	
			2.1.2.1.4.3. Lavabo	1	1	1	4	1	0,8	0,28	3	6,24	
				4				3,8	1,56				5,36
												56,24	
		2.1.2.2. ARTESANÍAS	2.1.2.2.1. HIERRO	2.1.2.2.1.1. Exhibición	2	1	1,8	5,6	1,8	1,12	0,56	5	17,40
2.1.2.2.1.2. Puesto de Venta				3	2,4	3	10,8	7,2	2,16	0,84	5	51,00	
				5				4,75	1,74				6,49
												74,89	
2.1.2.2.2. ARTESANÍAS			2.1.2.2.2.1. Exhibición	2	1	1,8	5,6	1,8	1,12	0,56	5	17,40	
			2.1.2.2.2.2. Puesto de Venta	3	2,4	3	10,8	7,2	2,16	0,84	5	51,00	
			5				4,75	1,74				6,49	
										74,89			
2.1.2.3. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	2.1.2.3.1. Bodegas	1	1,8	1,8	7,2	3,24	1,44	0,28	2	9,92			
	2.1.2.3.2. Grupo Sanitario	2	1,6	1,5	6,2	2,4	1,24	0,56	2	8,4			
	2.1.2.3.3. Carga/ Descarga	5	2	3	10	6	2	1,4	1	9,4			
		8				7,6	2,21				9,81		
										37,53			

2 · U N I D A D E S C E N C I A L	2.1. AREA DE COMERCIALIZACIÓN	2.1.3. MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN	2.1.3.1. ACABADOS	2.1.3.1.1. Puesto de Venta	4	2,4	3	10,8	7,2	2,16	1,12	5	52,40
				2.1.3.1.2. Bodega	1	1,8	1,8	7,2	3,24	1,44	0,28	5	24,80
				2.1.3.1.3. Lavabo	1	0,8	1	3,6	0,8	0,72	0,28	5	9,00
					20				19	3,49			22,49
												108,69	
			2.1.3.2. HERRAMIENTAS	2.1.3.2.1. Puesto de Venta	4	2,4	3	10,8	7,2	2,16	1,12	5	52,40
				2.1.3.2.2. Bodega	1	1,8	1,8	7,2	3,24	1,44	0,28	5	24,80
				2.1.3.2.3. Lavabo	1	0,8	1	3,6	0,8	0,72	0,28	5	9,00
					20				19	3,49			22,49
												108,69	
			2.1.3.3. SANITARIOS	2.1.3.3.1. Puesto de Venta	4	2,4	3	10,8	7,2	2,16	1,12	3	31,44
				2.1.3.3.2. Bodega	1	1,8	1,8	7,2	3,24	1,44	0,28	3	14,88
		2.1.3.3.3. Lavabo		1	0,8	1	3,6	0,8	0,72	0,28	3	5,40	
				12				11,4	2,70			14,10	
											65,82		
		2.1.3.4. GRUPO SANITARIO		2	1,6	1,5	6,2	2,4	1,24	0,56	2	8,4	
				2				1,9	1,10			3,00	
												11,40	
		2.1.4. ALIMENTOS NO PERECIBLES	2.1.4.1. CONFITERÍA	2.1.4.1.1. Puesto de Venta	4	2,4	2	8,8	4,8	1,76	1,12	3	23,04
				2.1.4.1.2. Bodega	1	1,8	1,8	7,2	3,24	1,44	0,28	3	14,88
				2.1.4.1.3. Lavabo	1	0,8	1	3,6	0,8	0,72	0,28	3	5,40
					12				11,4	2,70			14,10
												57,42	
			2.1.4.2. ENLATADOS	2.1.4.2.1. Puesto de Venta	4	2,4	2	8,8	4,8	1,76	1,12	3	23,04
				2.1.4.2.2. Bodega	1	1,8	1,8	7,2	3,24	1,44	0,28	3	14,88
				2.1.4.2.3. Lavabo	1	0,8	1	3,6	0,8	0,72	0,28	3	5,40
					12				11,4	2,70			14,10
												57,42	
			2.1.4.3. LICORES	2.1.4.3.1. Puesto de Venta	4	2,4	2	8,8	4,8	1,76	1,12	3	23,04
				2.1.4.3.2. Bodega	1	1,8	1,8	7,2	3,24	1,44	0,28	3	14,88
				2.1.4.3.3. Lavabo	1	0,8	1	3,6	0,8	0,72	0,28	3	5,40
					12				11,4	2,70			14,10
												57,42	
			2.1.4.4. GRUPO SANITARIO		2	1,6	1,5	6,2	2,4	1,24	0,56	2	8,4
					2				1,9	1,10			3,00
												11,40	

2 · U N I D A D E S C E N C I A L	2.2. AREA ALMACENAMIENTO	2.2.1. MISCELÁNEOS	2.2.1.1. BODEGA PRESTACIÓN DE SERVICIOS	2.2.1.1.1. Eléctrico	3	2	1,8	7,6	3,6	1,52	0,84	3	17,88	
				2.2.1.1.2. Electrónico	3	2	1,8	7,6	3,6	1,52	0,84	3	17,88	
				2.2.1.1.4. Gasfitería	3	2	1,8	7,6	3,6	1,52	0,84	3	17,88	
				2.2.1.1.5. Reparación de Ropa	3	2	1,8	7,6	3,6	1,52	0,84	3	17,88	
					12				11,4	2,70				14,10
													85,62	
			2.2.1.2. BODEGA ARTESANÍAS	2.2.1.2.1. Hierro	3	2	1,8	7,6	3,6	1,52	0,84	1	5,96	
				2.2.1.2.2. Artesanías	3	2	1,8	7,6	3,6	1,52	0,84	1	5,96	
					6				5,7	1,91			7,61	
													19,53	
		2.2.1.3.SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	2.2.1.3.1. Oficina Bodega	3	2	2,4	8,8	4,8	1,76	0,84	1	7,40		
			2.2.1.3.2. Grupo Sanitario	2	1,5	1,6	6,2	2,4	1,24	0,56	2	8,40		
				5				4,75	1,74			6,49		
												22,29		
		2.2.2. VESTIMENTA	2.2.2.1. BODEGA ROPA NUEVA		3	2	1,8	7,6	3,6	1,52	0,84	25	149,00	
					3				2,85	1,35			4,20	
													153,20	
			2.2.2.2. BODEGA ROPA USADA		3	2	1,8	7,6	3,6	1,52	0,84	25	149,00	
					3				2,85	1,35			4,20	
													153,20	
			2.2.2.3. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	2.2.2.3.1. Oficina Bodega	3	2	2,4	8,8	4,8	1,76	0,84	1	7,40	
				2.2.2.3.2. Grupo Sanitario	2	1,5	1,6	6,2	2,4	1,24	0,56	2	8,40	
				2.2.2.3.4. Mantenimiento	2.2.2.3.4.1. Reparacion	1	1,8	2	7,6	3,6	1,52	0,28	2	10,80
					2.2.2.3.4.2. Lavado	1	1,8	2	7,6	3,6	1,52	0,28	2	10,80
		2.2.2.3.4.3. Secado			1	1,8	2	7,6	3,6	1,52	0,28	2	10,80	
		2.2.2.3.4.4. Planchado			1	1,8	2	7,6	3,6	1,52	0,28	2	10,80	
		2.2.2.3.4.5. Almacenaje			1	1,8	2	7,6	3,6	1,52	0,28	2	10,80	
		2.2.2.3.4.6. Marcaje	1	1,8	2	7,6	3,6	1,52	0,28	2	10,80			
			11				10,45	2,59				13,04		
												93,64		
		2.2.3. ALIMENTOS NO PERECIBLES	2.2.3.1. Bodega Confitería	3	2	1,8	7,6	3,6	1,52	0,84	3	17,88		
			2.2.3.2. Bodega Enlatados	3	2	1,8	7,6	3,6	1,52	0,84	3	17,88		
2.2.3.3. Bodega Licores	3		2	1,8	7,6	3,6	1,52	0,84	3	17,88				
	9					8,55	2,34			10,89				
										53,64				
2.2.4. MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN	2.2.4.1. Bodega Acabados	3	2	2,4	8,8	4,8	1,76	0,84	5	37,00				
	2.2.4.2. Bodega Herramientas	3	2	2,4	8,8	4,8	1,76	0,84	5	37,00				
	2.2.4.3. Bodega Sanitarios	3	2	2,4	8,8	4,8	1,76	0,84	3	22,20				
		9				8,55	2,34			10,89				
										84,89				

2 · U N I D A D E S C E N C I A L	2.3. ÁREA PÚBLICA	2.3.1. HALL PÚBLICO	2.3.1.1. Información				2	1,8	1,2	6	2,16	1,2	0,56	1	3,92			
			2.3.1.2. Lockers				5	0,6	2	5,2	1,2	1,04	1,4	1	3,64			
			2.3.1.3. Estar				5	3,5	3,2	13,4	11,2	2,68	1,4	1	15,28			
							12				11,4	2,70				14,10		
																	36,94	
		2.3.2. ESPERA	2.3.2.1. Control					1	1,5	1,8	6,6	2,7	1,32	0,28	3	12,90		
			2.3.2.2. Comunicaciones					5	2	3,2	10,4	6,4	2,08	1,4	1	9,88		
			2.3.2.3. Cajero					1	0,9	1,2	4,2	1,08	0,84	0,28	2	4,40		
								7				6,65	2,06				8,71	
																	35,89	
		2.3.3. COMIDAS	2.3.3.1. PUESTO DE VENTA DE COMIDA	2.3.3.1.1. COCINA	2.3.3.1.1.1. Preparación				1	1,5	1,8	6,6	2,7	1,32	0,28	10	43,00	
					2.3.3.1.1.2. Frigorífico				1	1	1	4	1	0,8	0,28	10	20,80	
					2.3.3.1.1.3. Lavabo				1	0,9	0,9	3,6	0,81	0,72	0,28	10	18,10	
					2.3.3.1.2. Atención al Público				1	1,2	1,2	4,8	1,44	0,96	0,28	10	26,80	
				2.3.3.1.3. Bodega Provisional				1	0,9	1,2	4,2	1,08	0,84	0,28	10	22,00		
								5				4,75	1,74		10	64,94		
																		195,64
			2.3.3.2. PUESTO DE VENTA DE JUGOS	2.3.3.2.1. Preparación					1	1,5	1,8	6,6	2,7	1,32	0,28	4	17,20	
				2.3.3.2.2. Frigorífico					1	1	1	4	1	0,8	0,28	4	8,32	
				2.3.3.2.3. Lavabo					1	0,9	0,9	3,6	0,81	0,72	0,28	4	7,24	
				2.3.3.2.4. Atención al Público					1	1,2	1,2	4,8	1,44	0,96	0,28	4	10,72	
				2.3.3.2.5. Bodega Provisional					1	0,9	1,2	4,2	1,08	0,84	0,28	4	8,80	
								5				4,75	1,74		4	25,97		
																		78,25
			2.3.3.3. COMEDOR						48	4,2	5	18,4	21	3,68	13,44	1	38,12	
									48				45,6	5,40		1	51,00	
																		89,12
		2.3.3.4. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	2.3.3.4.1. Bodegas					1	1,8	1,8	7,2	3,24	1,44	0,28	5	24,80		
			2.3.3.4.2. Grupo Sanitario					4	1,8	2,6	8,8	4,68	1,76	1,12	2	15,12		
			2.3.3.4.3. Lockers					10	0,6	2	5,2	1,2	1,04	2,8	1	5,04		
								15				14,25	3,02				17,27	
																	62,23	
		2.3.4. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	2.3.4.1. Recepción					2	1,8	1,2	6	2,16	1,2	0,56	1	3,92		
2.3.4.2. Bodega						2	2,4	2,4	9,6	5,76	1,92	0,56	1	8,24				
2.3.4.3. Grupo Sanitario						2	1,5	1,6	6,2	2,4	1,24	0,56	2	8,40				
						6				5,7	1,91				7,61			
															28,17			
2.4. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	2.4.1. Talleres					11	6,4	5	22,8	32	4,56	3,08	2	79,28				
	2.4.2. Bodegas					1	1,8	1,8	7,2	3,24	1,44	0,28	1	4,96				
	2.4.3. Grupo Sanitario					2	1,5	1,6	6,2	2,4	1,24	0,56	2	8,40				
						14				13,3	2,92				16,22			
															108,86			
													SUBTOTAL M2	2984,67				

CONCEPTUALIZACIÓN				DIMENSIONAMIENTO									
SUBACTIVIDADES				# Usuarios	X	Y	ML	M2	M2 envol	m2 trib	# espacios	Σm2	
3 SERVICIOS GENERALES	3.1. SEGURIDAD Y CONTROL	3.1.1. Control de acceso	3.1.1.1. Peatonal	1	1,5	1,5	6	2,25	1,2	0,28	2	7,46	
			3.1.1.2. Vehicular	1	0,9	1	3,8	0,9	0,76	0,28	2	3,88	
				2				1,9	1,10				3,00
													14,34
		3.1.2. Dormitorio	3.1.2.1. Cuarto	1	3	2,6	11,2	7,8	2,24	0,28	1	10,32	
			3.1.2.2. S.S.H.H.	1	1,6	2,4	8	3,84	1,6	0,28	1	5,72	
			3.1.2.3. Bodega	1	1,8	1,8	7,2	3,24	1,44	0,28	1	4,96	
				3				2,85	1,35				4,20
												25,20	
		3.1.3. Monitoreo	3.1.3.1. Cuarto Monitoreo	1	1,8	2	7,6	3,6	1,52	0,28	1	5,40	
			3.1.3.2. Oficina	3	3,2	2	10,4	6,4	2,08	0,84	1	9,32	
			3.1.3.3. S.S.H.H.	1	1,5	1,5	6	2,25	1,2	0,28	1	3,73	
			5				4,75	1,74				6,49	
											24,94		
	3.2. MANTENIMIENTO	3.2.1. Mantenimiento particular	3.2.1.1. Limpieza	1	1,35	1,4	5,5	1,89	1,1	0,28	1	3,27	
			3.2.1.2. Reparaciones	1	1,5	1,8	6,6	2,7	1,32	0,28	1	4,30	
			3.2.1.3. Suministros	1	1,5	1,8	6,6	2,7	1,32	0,28	1	4,30	
			3.2.1.4. Bodegas	1	1,8	1,8	7,2	3,24	1,44	0,28	2	9,92	
				4				3,8	1,56				5,36
												27,15	
		3.2.2. Cuarto de Máquinas		2	2	2	8	4	1,6	0,56	1	6,16	
				2				1,9	1,10				3,00
												9,16	
		3.2.3. Desechos Sólidos	3.2.3.1. Cuarto de Basura	3.2.3.1.1. Plásticos	1	1,8	1,8	7,2	3,24	1,44	0,28	2	9,92
				3.2.3.1.2. Vidrios	1	1,8	1,8	7,2	3,24	1,44	0,28	2	9,92
				3.2.3.1.3. Papeles	1	1,8	1,8	7,2	3,24	1,44	0,28	2	9,92
				3.2.3.1.4. Inorgánicos	1	1,5	1,8	6,6	2,7	1,32	0,28	2	8,60
				4				3,8	1,56				5,36
												43,72	
		3.3. ESTACIONAMIENTOS	3.3.1. Públicos y Privados	3.3.1.1. Plaza Livianos	5	3	5	16	15	3,2	1,4	35	686,00
	3.3.1.2. Circulación			0	10	6	32	60	6,4	0	5	332,00	
				5				4,75	1,74				6,49
													1024,49
3.3.2. Embarque y Desembarque	3.3.2.1. Pesados		3	4,5	7	23	31,5	4,6	0,84	2	73,88		
	3.3.2.2. Ligeros		1	3	5	16	15	3,2	0,28	2	36,96		
			4				3,8	1,56				5,36	
											116,20		
3.3.3. Servicios Complementarios	3.3.4.2. Contador		3	2	2,4	8,8	4,8	1,76	0,84	1	7,40		
	3.3.4.3. Recepcionista		1	1,8	1,2	6	2,16	1,2	0,28	1	3,64		
	3.3.4.4. Grupo Sanitario		1	1,5	1,5	6	2,25	1,2	0,28	2	7,46		
		5				4,75	1,74				6,49		
										24,99			
3.4. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	3.4.1. Recepción	1	1,8	1,2	6	2,16	1,2	0,28	1	3,64			
	3.4.2. Información	1	1,8	1,2	6	2,16	1,2	0,28	1	3,64			
	3.4.3. Grupo Sanitario	1	1,5	1,5	6	2,25	1,2	0,28	2	7,46			
		3				2,85	1,35				4,20		
										18,94			
SUBTOTAL M2											1329,15		

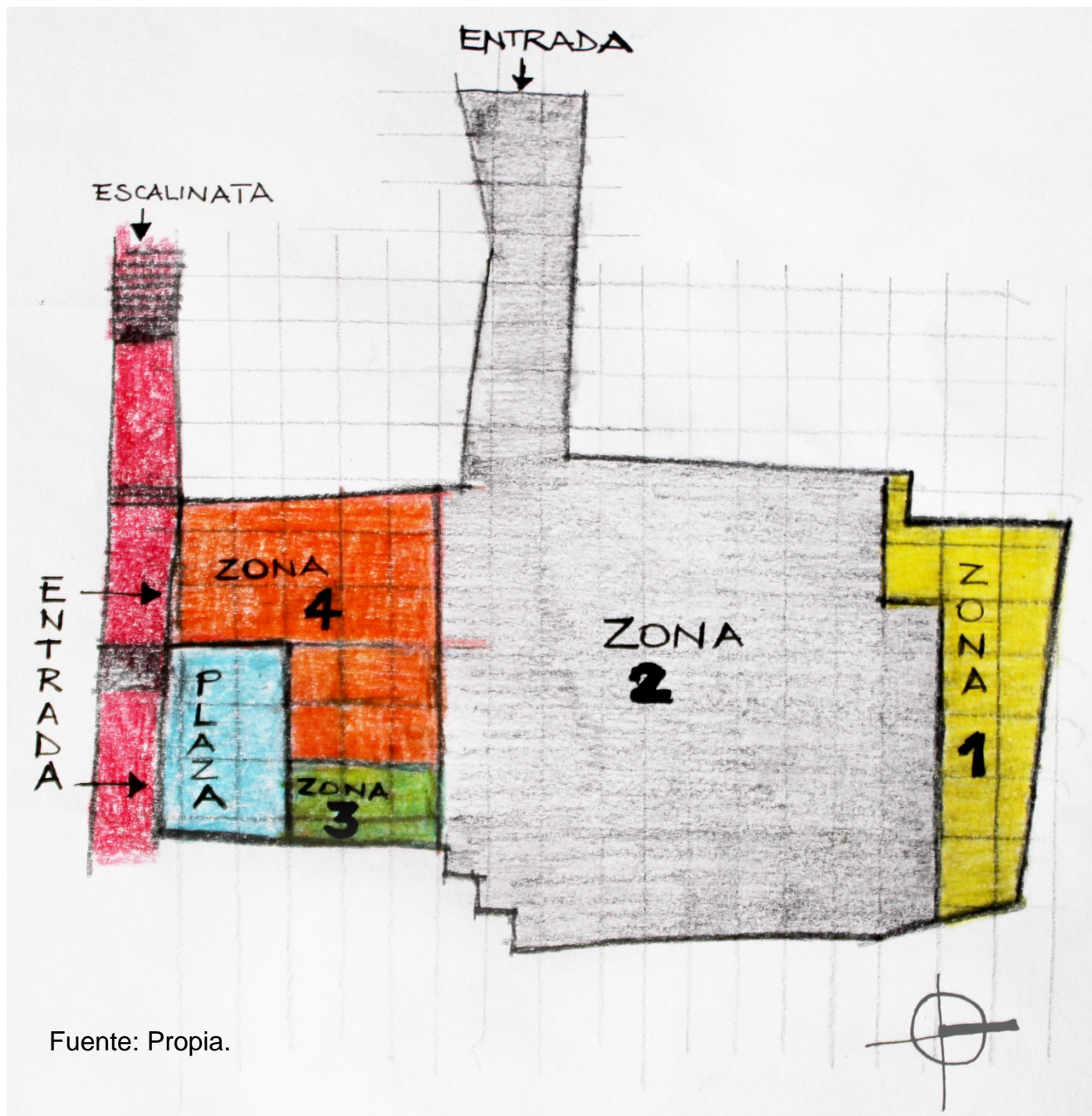
CONCEPTUALIZACIÓN				DIMENSIONAMIENTO										
SUBACTIVIDADES				# Usuarios	X	Y	ML	M2	M2 envol	m2 trib	# espacios	Σm2	Σm2 Área abierta	
4 · S E R V I C I O S C O M P L E M E N T A R I O S	4.1. PARQUE	4.1.1. Áreas exhibición		15	2	1,8	7,6	3,6	1,52	4,2	5	46,60	0	
		4.1.2. Áreas de descanso		20							10	0	9	
		4.1.3. Caminerías		50							1	0	1150	
		4.1.4. Espacios Verdes		50							1	0	3304	
				120				114				0,00	114,00	
												46,60	4463	
	4.2. BAR-RESTAURANTE	4.2.1. Cocina		6	3	3,6	13,2	10,8	2,64	1,68	1	15,12		
		4.2.2. Comedor		60	9	7,2	32,4	64,8	6,48	16,8	1	88,08		
		4.2.3. Barra		3	3,6	2,4	12	8,64	2,4	0,84	1	11,88		
		4.2.4. A. para presentaciones		5	3,4	3	12,8	10,2	2,56	1,4	1	14,16		
				68				64,6	6,43			71,03		
												200,27		
	4.3. BIBLIOTECA	4.3.1. Librería		15	0,45	2	4,9	0,9	0,98	4,2	8	48,64		
		4.3.2. Venta de libros		6	3	3,6	13,2	10,8	2,64	1,68	1	15,12		
		4.3.3. Area de lectura		25	6	7	26	42	5,2	7	1	54,20		
		4.3.4. Información		2	2	1,8	7,6	3,6	1,52	0,56	1	5,68		
		4.3.5. Grupo Sanitario		2	1,5	1,5	6	2,25	1,2	0,56	2	8,02		
				29				27,55	4,20			31,75		
												163,41		
	4.4. CONSULTORIOS	4.4.1. MÉDICO	4.4.1.1. Oficina		3	2,4	2	8,8	4,8	1,76	0,84	1	7,40	
			4.4.1.2. Consultorio		3	3	3	12	9	2,4	0,84	1	12,24	
			4.4.1.3. S. S.H.H.		1	1,5	1,5	6	2,25	1,2	0,28	1	3,73	
					7				6,65	2,06			8,71	
													32,08	
		4.4.2. ODONTÓLOGO	4.4.2.1. Oficina		3	2,4	2	8,8	4,8	1,76	0,84	1	7,40	
4.4.2.2. Consultorio				3	3	3	12	9	2,4	0,84	1	12,24		
4.4.2.3. S. S.H.H.				1	1,5	1,5	6	2,25	1,2	0,28	1	3,73		
				7				6,65	2,06			8,71		
												32,08		
4.4.3. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS		4.4.3.1. Sala de espera		5	3,4	3,2	13,2	10,88	2,64	1,4	1	14,92		
		4.4.3.2. Grupo Sanitario		2	1,5	1,5	6	2,25	1,2	0,56	2	8,02		
		4.4.3.3. Bodega		1	1,8	1,8	7,2	3,24	1,44	0,28	2	9,92		
			8				7,6	2,21			9,81			
											42,67			
4.5. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	4.3.1. Capilla		15	3,5	4	15	14	3	4,2	1	21,20			
	4.3.2. Lockers		5	0,6	2	5,2	1,2	1,04	1,4	1	3,64			
	4.3.3. Grupos Sanitarios		2	1,5	1,5	6	2,25	1,2	0,56	2	8,02			
			22				20,9	3,66			24,56			
											57,42			
											SUBTOTAL M2	574,53	4463	
											TOTAL M2	5442,30	4463	

3.5. MODELO PROPOSITIVO:

El proyecto tiene dos entradas, una entrada principal que esta formada por un gran arco, y la entrada secundaria que da a la escalinata construida por los mismos trabajadores. Se propone nuevas actividades en la entrada secundaria rodeadas por una gran plaza que conecte con la escalinata,

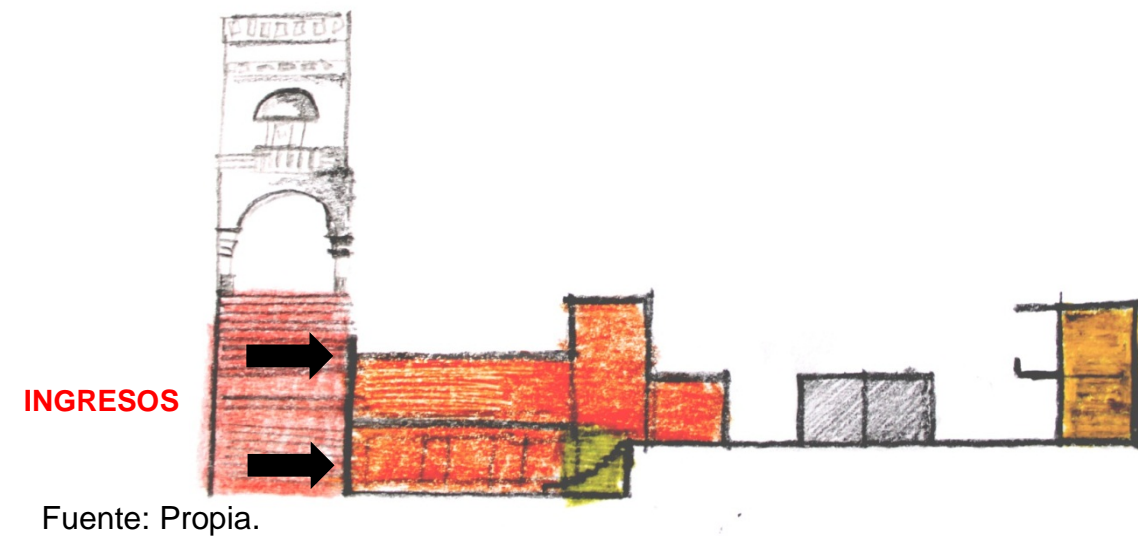
- ESCALINATA
- PLAZA
- ZONA 1 - U. OPERATIVA
- ZONA 2 - U. ESCENCIAL
- ZONA 3 - SERVICIOS GENERALES
- ZONA 4 - SERVICIOS COMPLEMENTARIOS

Gráfico 63. IMPLANTACIÓN MERCADO



Fuente: Propia.

Gráfico 64. SECCIÓN IDEA GENERAL.



Fuente: Propia.

Se utilizará módulos para generar actividades alrededor de espacios vacíos (plazas).

Recorridos de espacios diferentes que forman un todo.

Gráfico 65. Imagen maqueta conceptual.



Fuente: Propia

Gráfico 66. Imagen maqueta conceptual.

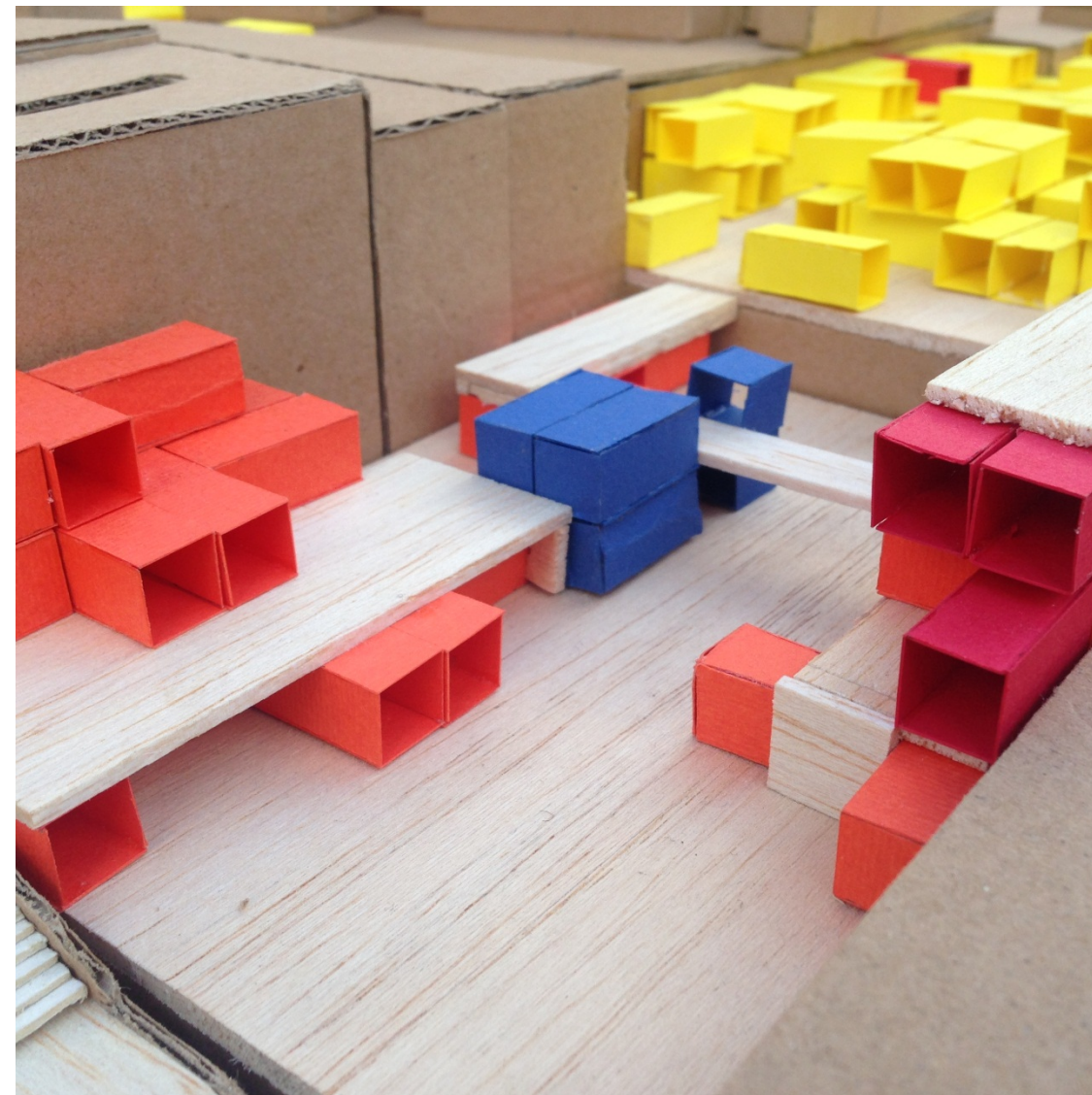
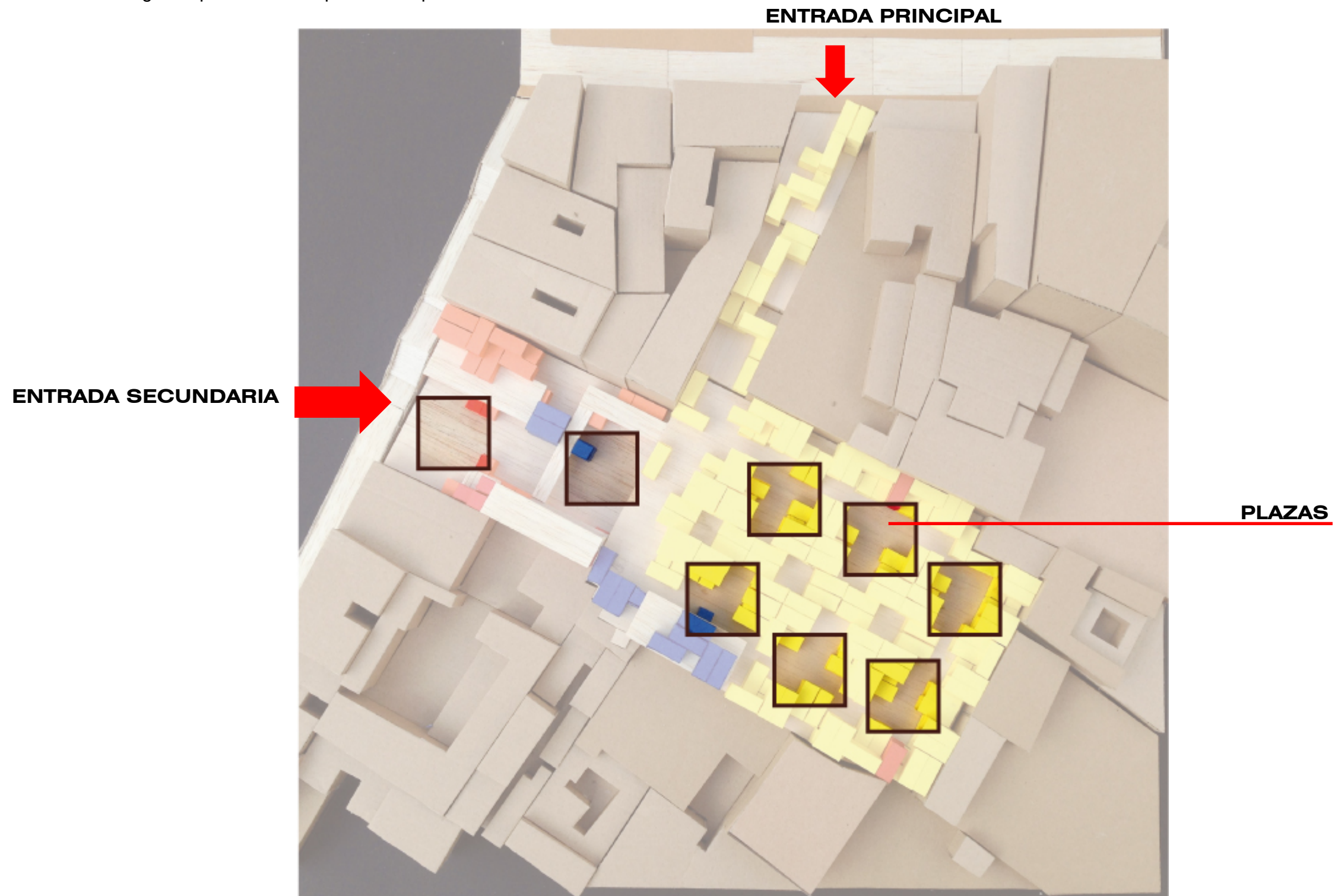


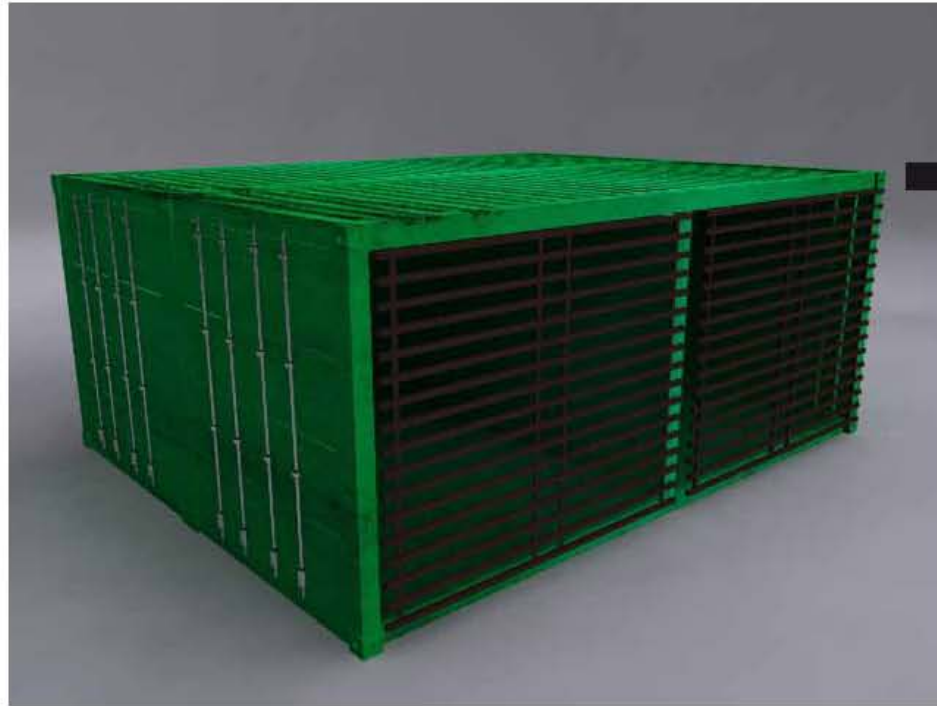
Gráfico 67. Imagen Implantación maqueta conceptual.



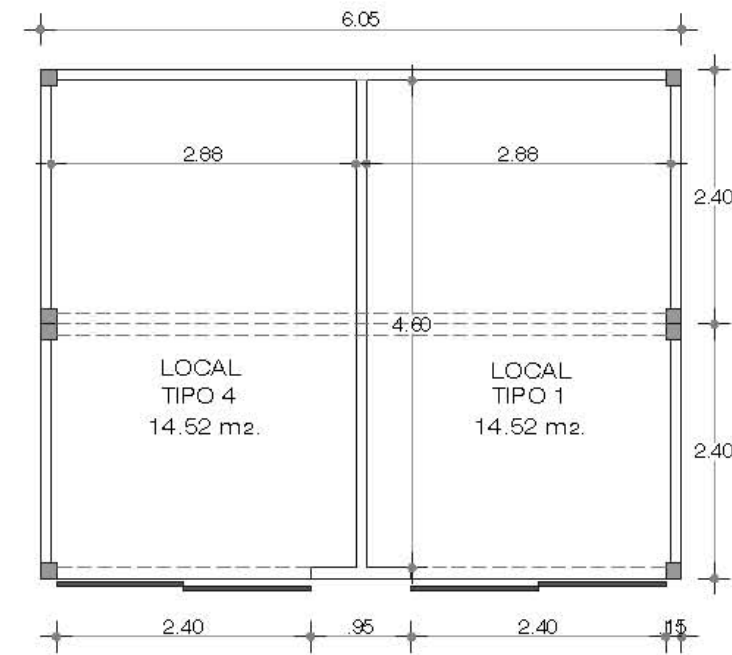
Fuente: Propia

MÓDULOS UTILIZADOS EN EL DISEÑO
ARQUITECTÓNICO DEL MERCADO.

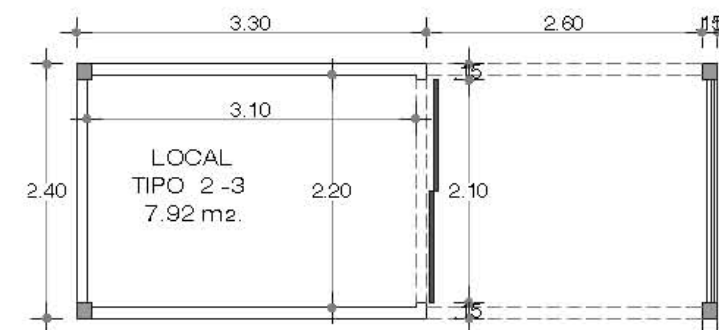
- Se crean 4 tipos de módulos con los contenedores.



Tipo 1-4

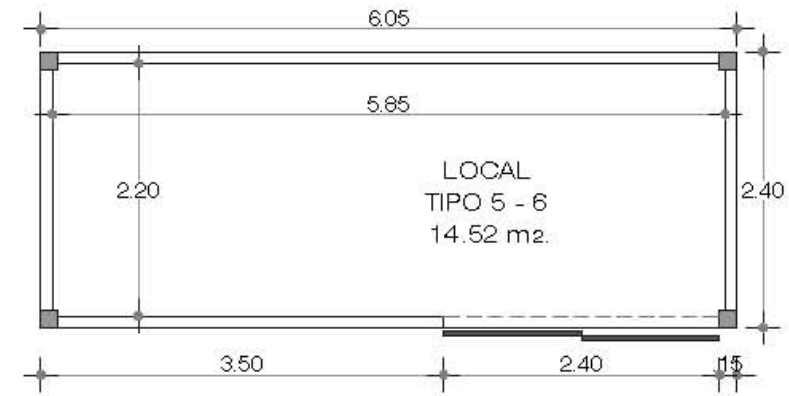


Tipo 2-3

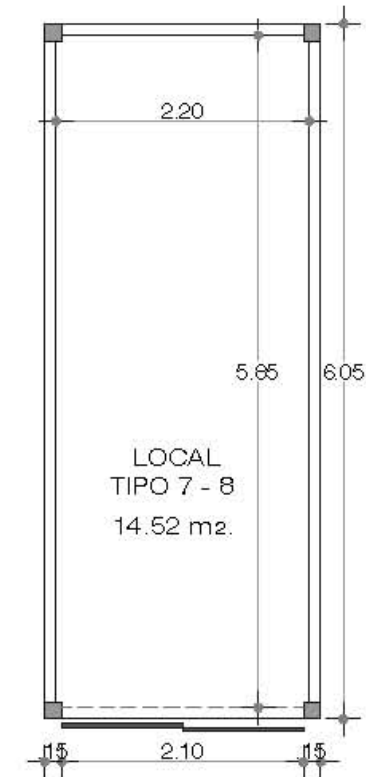




Tipo 5-6



Tipo 7-8

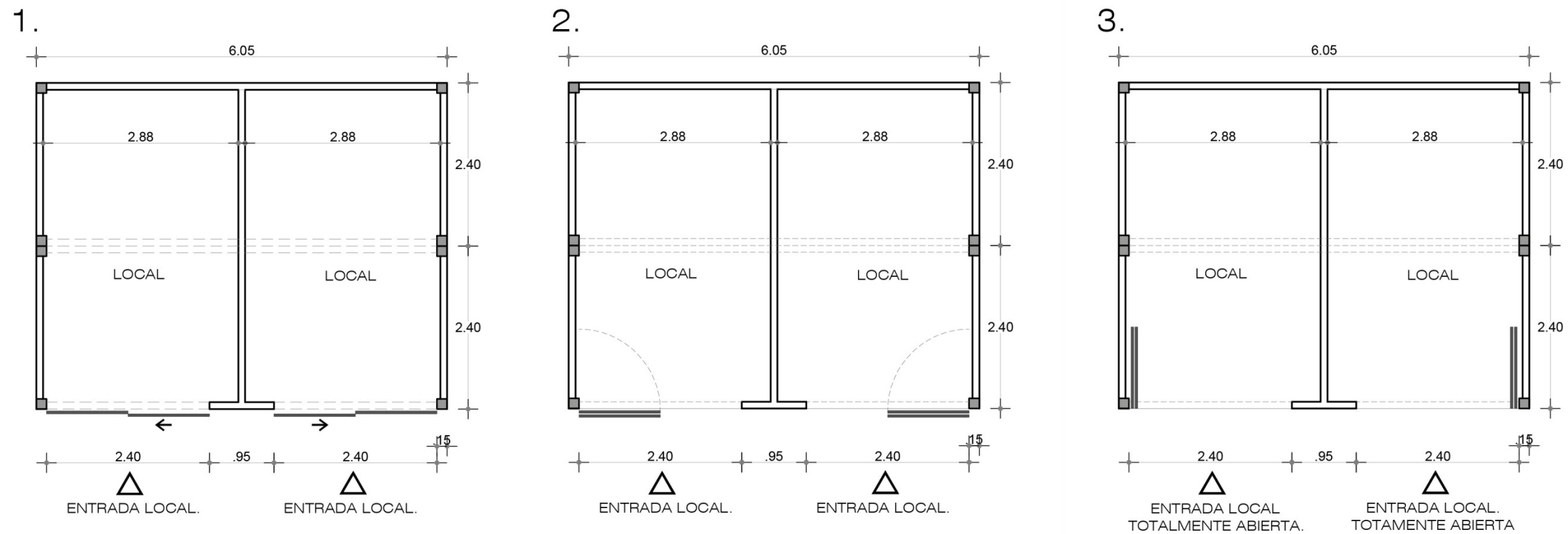


PUERTAS DE LOS LOCALES.

- Son dos puertas corredizas por cada local.
- Las medidas de las puertas son: ancho=1.20m. y alto= 2.35m.
- El material utilizado es metálico. Pequeñas vigas que permiten ver el interior del local aunque éste se encuentre cerrado.
- El local se abre totalmente al exterior.



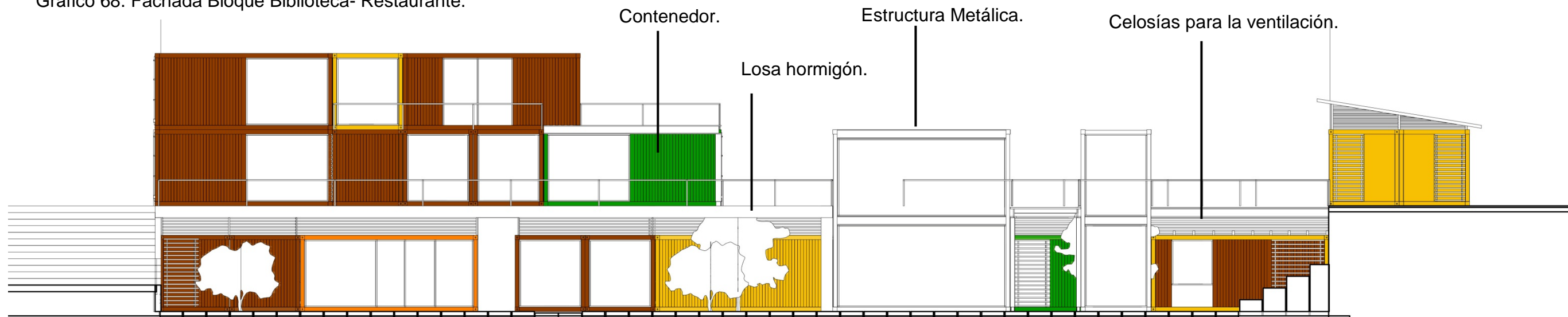
MOVIMIENTO DE LA PUERTA.



3.6. ESTRUCTURA.

El sistema constructivo propuesto es mixto; principalmente se utiliza módulos de contenedores anclados a una losa de hormigón. Además de esto se emplea losas de hormigón y puentes con estructura metálica.

Gráfico 68. Fachada Bloque Biblioteca- Restaurante.



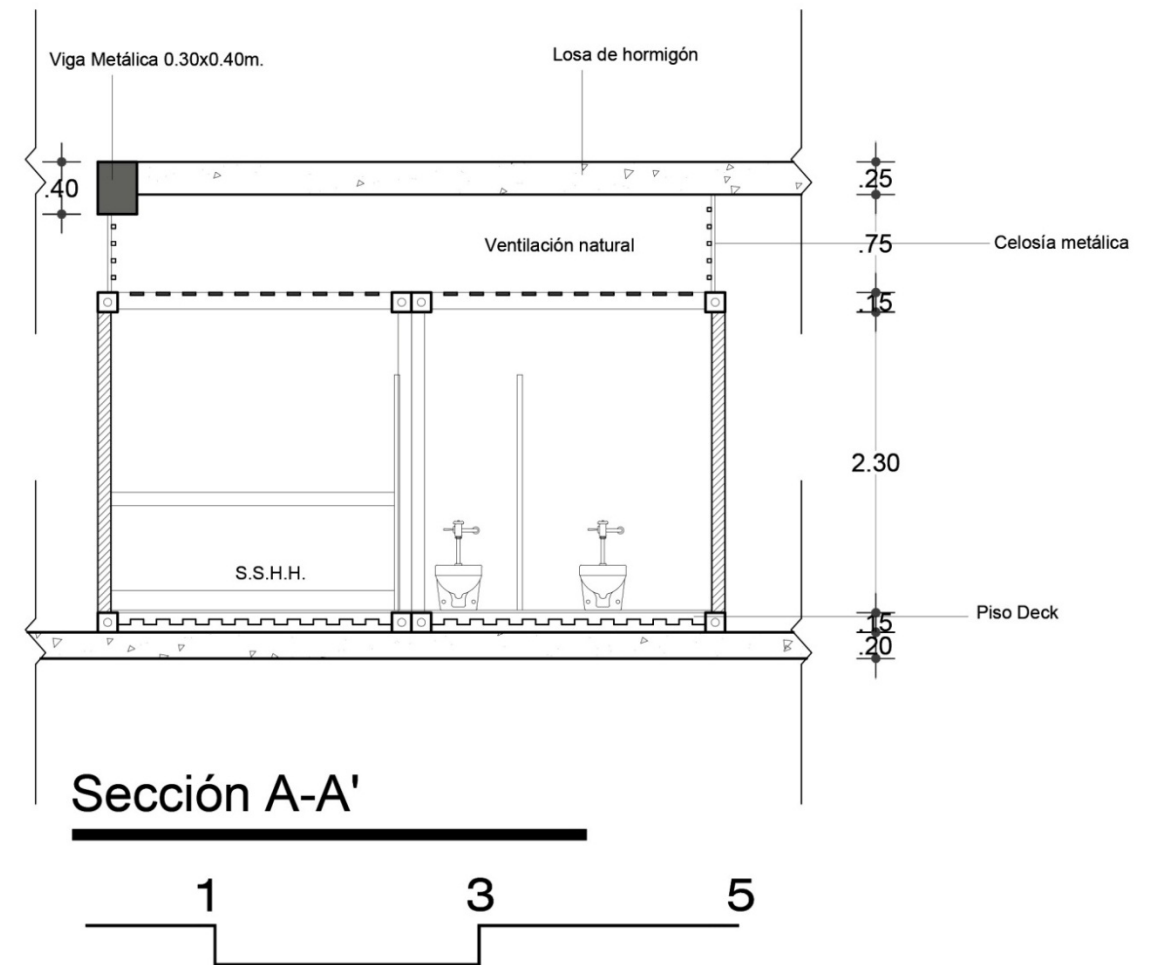
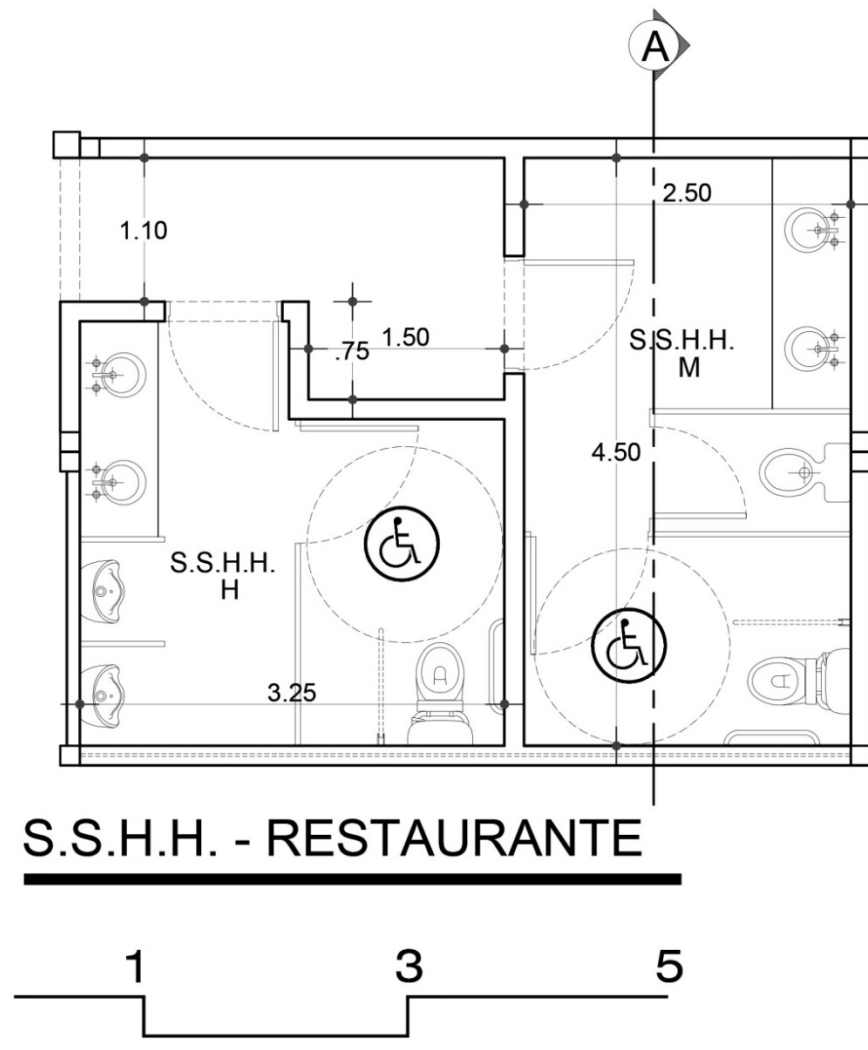
Fuente: Propia

Gráfico 69. Fachada Bloque Talleres.



Fuente: Propia

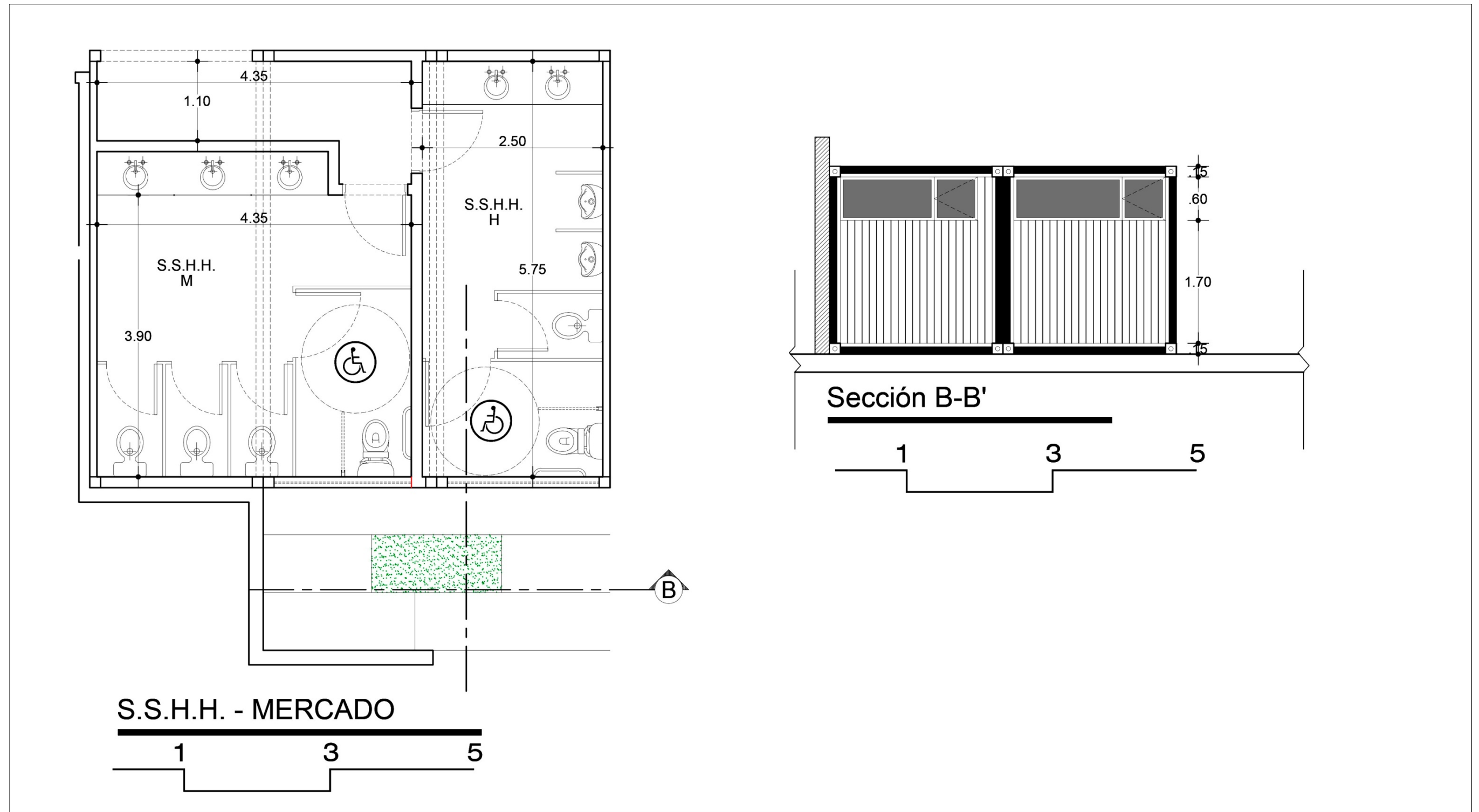
DETALLE CONSTRUCTIVO VENTILACIÓN SERVICIOS
 HIGIÉNICOS.



PROYECTO DE FIN DE CARRERA:
**MERCADO ARTESANAL ARENAS Y PROPUESTA DEL
 MEJORAMIENTO URBANO DE SU ENTORNO INMEDIATO.**

NOMBRE:
ANDREA CRISTINA ARIAS YÁNEZ.

CONTENIDO:
DETALLE CONSTRUCTIVO VENTILACIÓN



PROYECTO DE FIN DE CARRERA:

**MERCADO ARTESANAL ARENAS Y PROPUESTA DEL
MEJORAMIENTO URBANO DE SU ENTORNO INMEDIATO.**

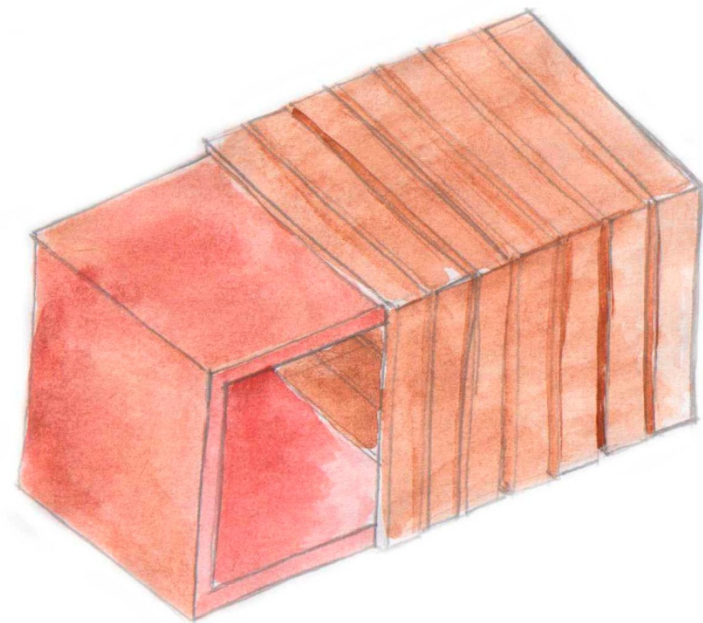
NOMBRE:

ANDREA CRISTINA ARIAS YÁNEZ.

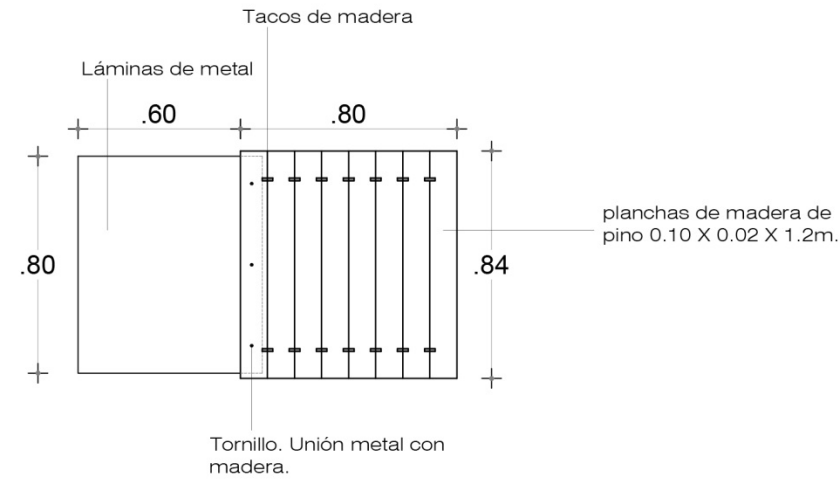
CONTENIDO:

**DETALLE VENTILACIÓN NATURAL
S.S.H.H.**

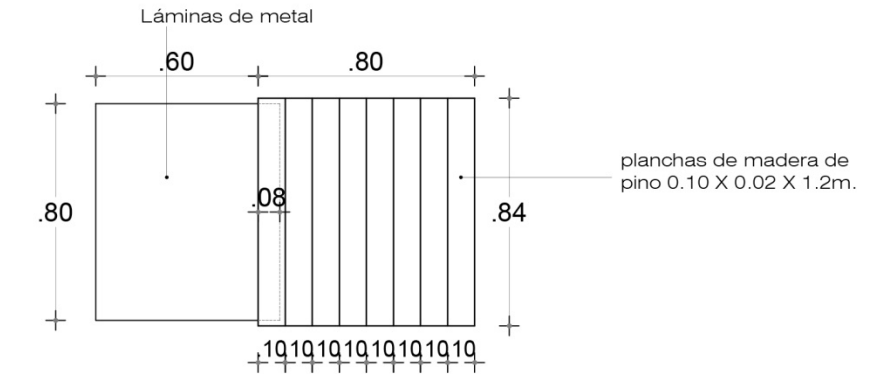
3.7. MOBILIARIO.



BOCETO MESA EXPOSICIÓN



DETALLE MESA EXPOSICIÓN



PLANTA MESA EXPOSICIÓN

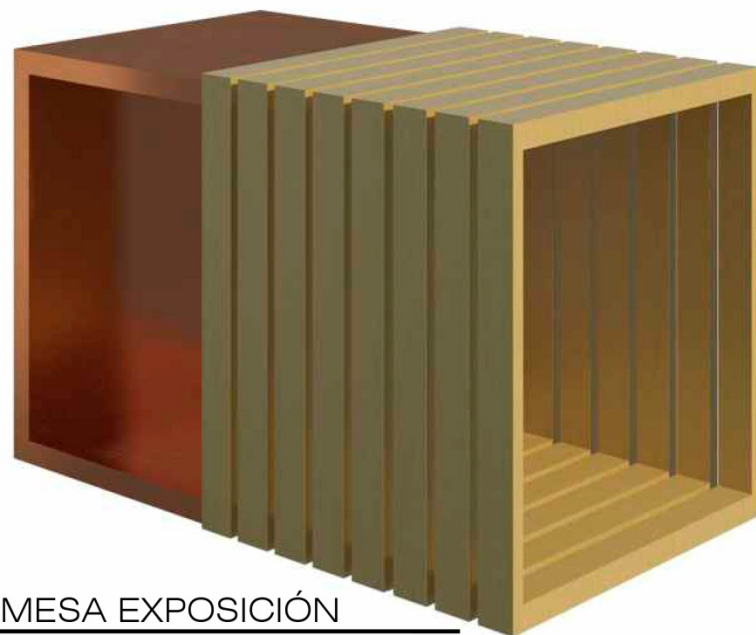
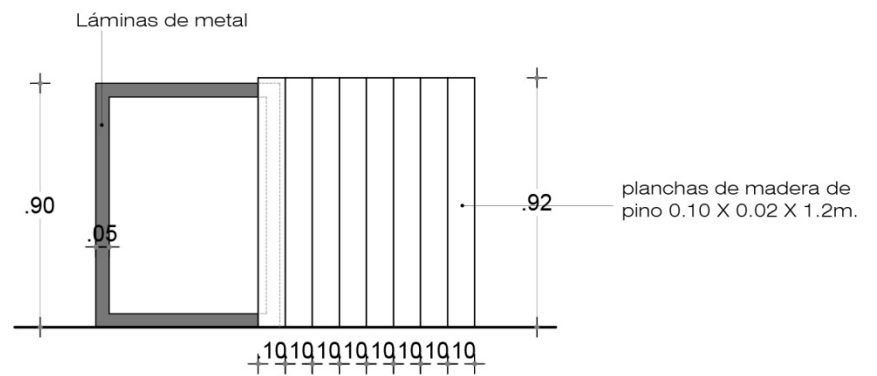


IMAGEN MESA EXPOSICIÓN



FACHADA MESA EXPOSICIÓN



PROYECTO DE FIN DE CARRERA:

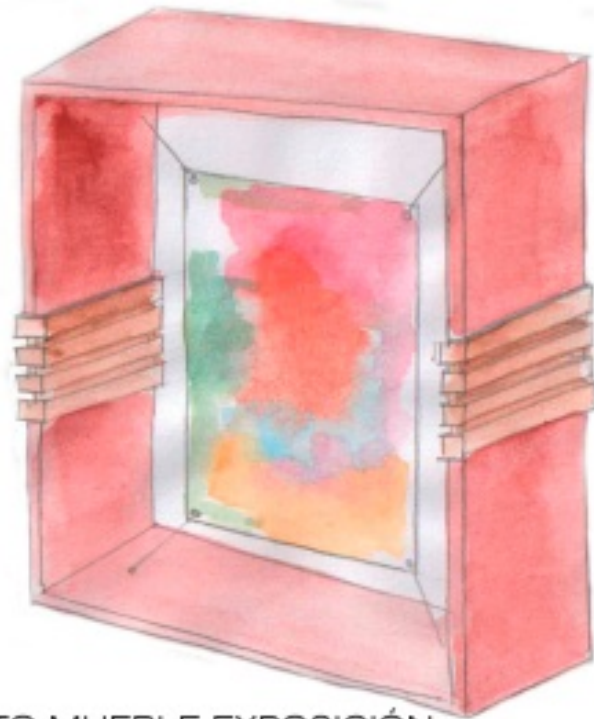
MERCADO ARTESANAL ARENAS Y PROPUESTA DEL MEJORAMIENTO URBANO DE SU ENTORNO INMEDIATO.

NOMBRE:

ANDREA CRISTINA ARIAS YÁNEZ.

CONTENIDO:

MOBILIARIO. Mesa exposición.



BOCETO MUEBLE EXPOSICIÓN



IMAGEN MUEBLE EXPOSICIÓN

PROYECTO DE FIN DE CARRERA:

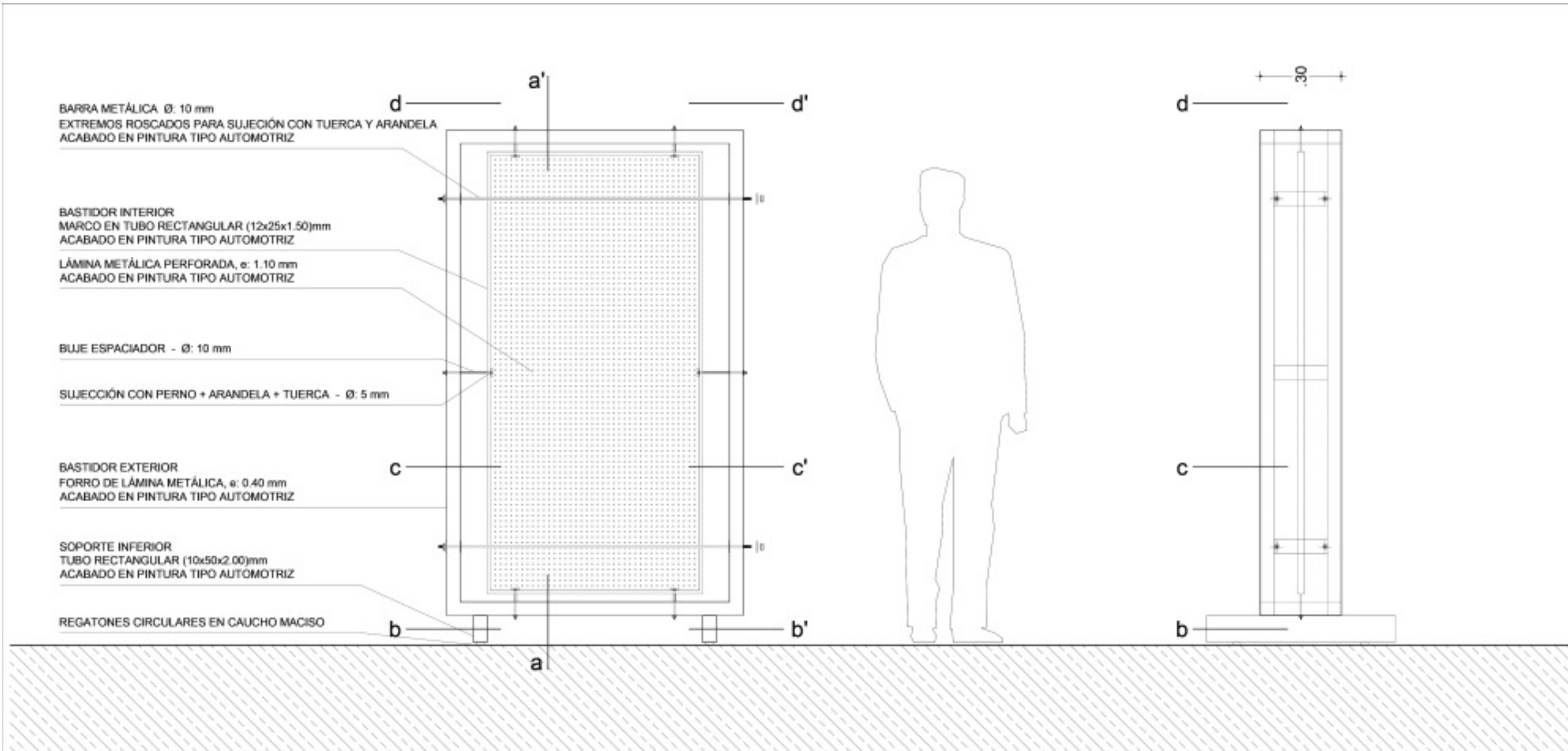
**MERCADO ARTESANAL ARENAS Y PROPUESTA DEL
MEJORAMIENTO URBANO DE SU ENTORNO INMEDIATO.**

NOMBRE:

ANDREA CRISTINA ARIAS YÁNEZ.

CONTENIDO:

MOBILIARIO. Mueble exposición.



BARRA METÁLICA Ø: 10 mm
 EXTREMOS ROSCADOS PARA SUJECIÓN CON TUERCA Y ARANDELA
 ACABADO EN PINTURA TIPO AUTOMOTRIZ

BASTIDOR INTERIOR
 MARCO EN TUBO RECTANGULAR (12x25x1.50)mm
 ACABADO EN PINTURA TIPO AUTOMOTRIZ

LÁMINA METÁLICA PERFORADA, e: 1.10 mm
 ACABADO EN PINTURA TIPO AUTOMOTRIZ

BLUJE ESPACIADOR - Ø: 10 mm

SUJECIÓN CON PERNO + ARANDELA + TUERCA - Ø: 5 mm

BASTIDOR EXTERIOR
 FORRO DE LÁMINA METÁLICA, e: 0.40 mm
 ACABADO EN PINTURA TIPO AUTOMOTRIZ

SOPORTE INFERIOR
 TUBO RECTANGULAR (10x50x2.00)mm
 ACABADO EN PINTURA TIPO AUTOMOTRIZ

REGATONES CIRCULARES EN CAUCHO MACISO

FACHADA MUEBLE EXPOSICIÓN

VISTA FRONTAL

Escala: 1/10

VISTA LATERAL

Escala: 1/10



PROYECTO DE FIN DE CARRERA:

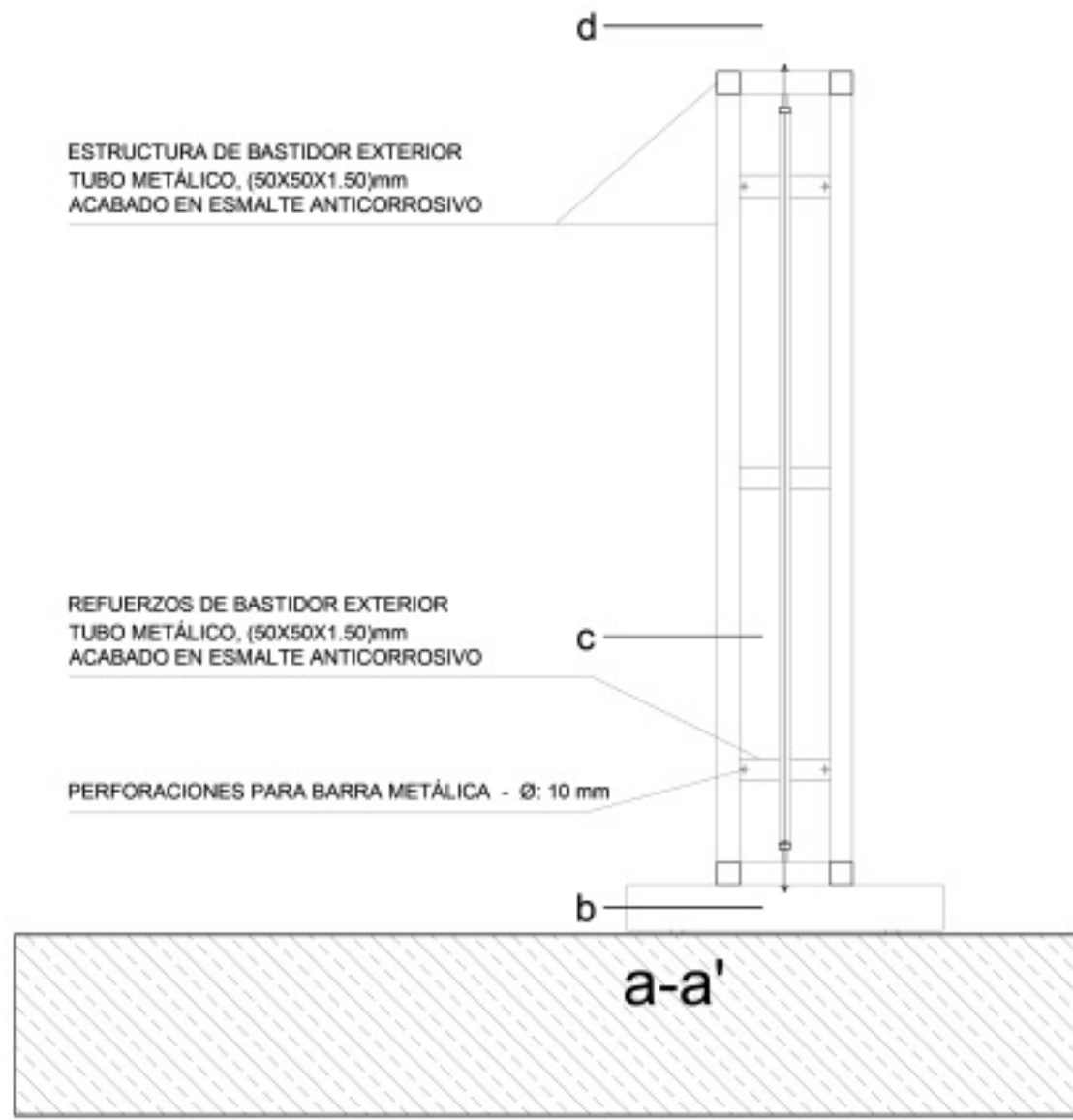
**MERCADO ARTESANAL ARENAS Y PROPUESTA DEL
 MEJORAMIENTO URBANO DE SU ENTORNO INMEDIATO.**

CONTENIDO:

MOBILIARIO. Mueble exposición.

NOMBRE:

ANDREA CRISTINA ARIAS YÁNEZ.



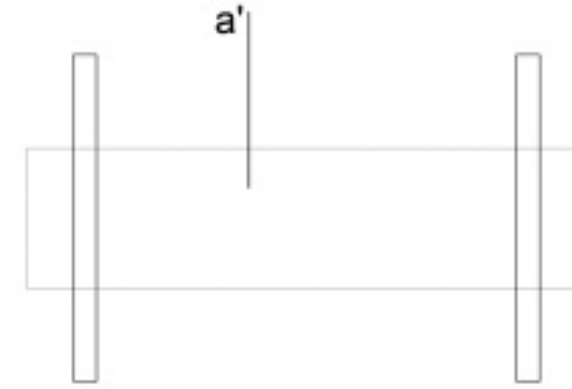
ESTRUCTURA DE BASTIDOR EXTERIOR
 TUBO METÁLICO, (50X50X1.50)mm
 ACABADO EN ESMALTE ANTICORROSIVO

REFUERZOS DE BASTIDOR EXTERIOR
 TUBO METÁLICO, (50X50X1.50)mm
 ACABADO EN ESMALTE ANTICORROSIVO

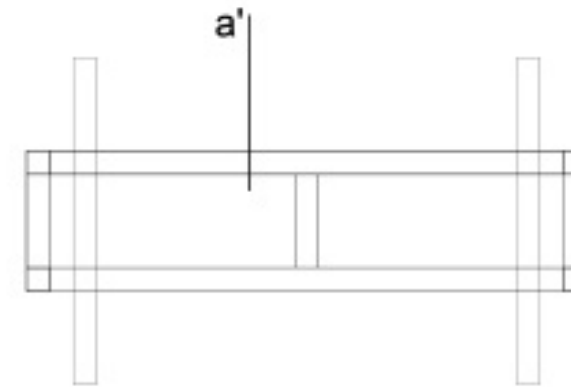
PERFORACIONES PARA BARRA METÁLICA - Ø: 10 mm

Sección a-a'

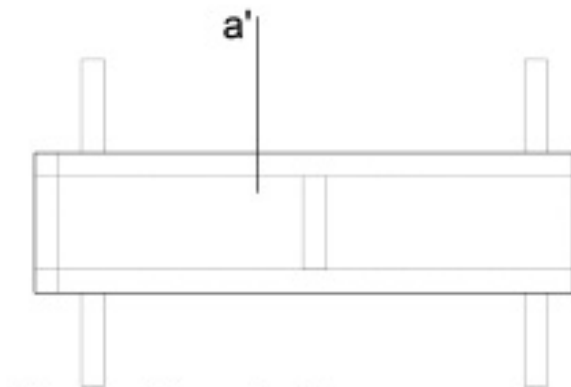
Escala: 1/10



Sección c-c'



Sección c-c'



Sección d-d'

PROYECTO DE FIN DE CARRERA:

MERCADO ARTESANAL ARENAS Y PROPUESTA DEL
 MEJORAMIENTO URBANO DE SU ENTORNO INMEDIATO.

CONTENIDO:

MOBILIARIO. Mueble exposición.

NOMBRE:

ANDREA CRISTINA ARIAS YÁNEZ.

3.8. MATERIALIDAD.

Uno de los aportes de los artistas Americanos fue el uso de colores provenientes de la naturaleza. Colores tierra que ornamentan las edificaciones del Centro Histórico.

De la misma manera este nuevo proyecto utiliza los colores plasmados en estas edificaciones. Por lo cual se obtiene algunas paletas de colores del levantamiento de fachadas realizadas anteriormente, para colocarlas en el proyecto.

Gráfico 70. Fachadas calle Galápagos y Guayaquil/ Paleta de color.



Fuente: Propia

Gráfico 71. Fachadas calle García Moreno y Galápagos/ Paleta de color.



Fuente: Propia

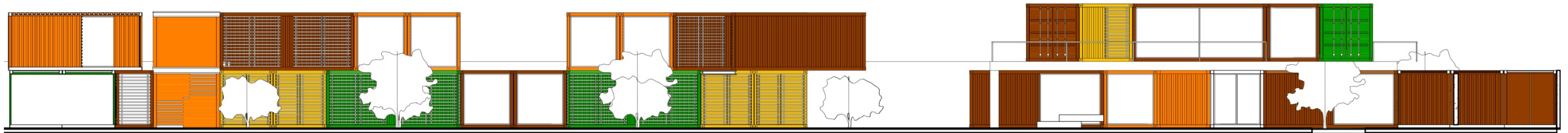
Gráfico 72. Fachadas calle Vargas y Galápagos/ Paleta de color.



Fuente: Propia

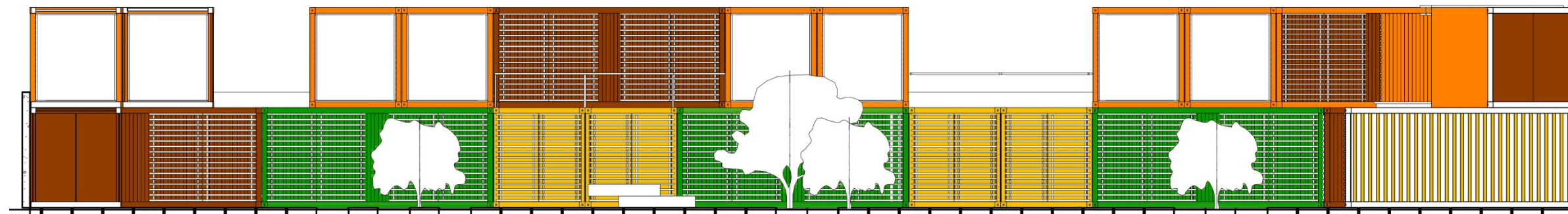
Los colores que se utilizan en el nuevo proyecto son: el verde, anaranjado, amarillo mostaza y el café que está representado por el metal oxidado.

Gráfico 73. Fachada Locales, volumen administración.



Fuente: Propia

Gráfico 74. Fachada Locales comerciales.



Fuente: Propia

3.9. INTEGRACIÓN CON EL ENTORNO.

El proyecto consta de dos entradas;

La entrada principal que da a la calle Vargas está formada por un arco al ingreso, este arco se construyó para una plaza de toros. Como es parte de la historia y cultura de la ciudad se propone mantenerlo.

Gráfico 75. Fachada Frontal calle Vargas.



La entrada secundaria que da a la escalinata crea una gran plaza, con construcciones menores a tres pisos, para que no rompa con la imagen urbana del sector.



Gráfico 76. Fachada Frontal calle Galápagos.

Fuente: Propia

3.10. ANEXOS:

Anexo 1

Plan para la plaza Arenas. (27/05/2014)

Disponible en URL:

<http://www.ultimasnoticias.ec/noticias/21189-Plan-para-la-plaza-Arenas.html>

Hace cerca de medio siglo que el **Mercado Arenas** abrió sus puertas. Está en espera la ejecución del proyecto planteado por los comerciantes para **reestructurar el espacio comercial** y hacerlo más funcional y atractivo.

Hay quienes han visto el pasar del tiempo en el establecimiento, toda una vida de acudir diariamente al lugar, donde, actualmente, **trabajan 240 personas**.

Uno de ellos es Jorge Franco, un artesano que desde hace 40 años elabora zapatos. Cada detalle es hecho a mano y a la medida del cliente. La especialidad son los zapatos de cuero para diabéticos. Él es uno de los usuarios que espera que el proyecto de construir un nuevo mercado se concrete. Como cuenta Alexandra Beltrán, secretaria de la Asociación del Mercado Arenas, el proyecto se planteó hace 10 años y luego se volvió a presentar hace dos, en la administración de **Augusto Barrera**. Sin embargo, aún no se ha concretado.

En el lugar laboran **vendedores de ropa, artesanos, cerrajeros, sastres**, entre otros. Allí alguna vez fue una **plaza de toros**, recuerda el sastre Rafael Espinosa, quien lleva 30 de sus 76 años laborando en el centro.

Espinosa rememora que por allí pasaron varios reconocidos toreros. Las **anécdotas** se combinan con el malestar de la disminución de clientes. Ya nadie se manda a confeccionar un terno, solo arreglos.

En el mercado, más conocido como plaza Arenas, hay reconocidos forjadores, cuyas obras se destacan en la ciudad, comenta Marco Aguilar, presidente de la Asociación. El dirigente asegura que en la administración anterior ya se aprobó el **presupuesto** para la obra e incluso ya tienen la maqueta. No obstante, aún no se han realizado las obras. Insistirán en la actual gestión municipal para que el plan se ejecute.

Anexo 2

La Plaza Arenas, el mercado que se renueva con lo antiguo. (23/03/2014)

Disponible en URL:

<http://www.telegrafo.com.ec/noticias/quito/item/la-plaza-arenas-el-mercado-que-se-renueva-con-lo-antiguo.html>

Convertido en centro de negocios hace 44 años, el lugar guarda parte de la historia de Quito. Emplazado en La Guaragua, abrió sus puertas en el sitio donde hasta finales de la década del sesenta había una plaza de toros.

En la actualidad, el espacio es visitado por personas de escasos recursos.



En el sitio de comercio es posible encontrar una combinación de cosas nuevas y usadas. Así mismo, en el espacio perduran actividades como la forja de metales y la costura que tienden a desaparecer en la ciudad. FOTO: ANDRES DARQUEA

Pensar que su abuelita fue la pionera de la venta de ropa usada en Quito, las llena de orgullo. No existe un registro histórico de aquello, pero las medio hermanas Martha Cadena y Elsa Guerra se alegran cada vez que cuentan las historias que les relató su antecesora.

En medio de estas historias creció el Mercado Municipal Plaza Arenas, uno de los centros de expendio más emblemáticos de la capital. Ubicado entre las calles Vargas y Galápagos, antes de ser mercado era plaza de toros, pero a partir de enero de 1970 abrió sus puertas como feria.

Manuel Beltrán (72 años), quien tiene un puesto para el negocio de ropa usada, dice que la demolición del 'coso' no solo sacó lágrimas a los amantes de la 'tauromaquia'; también lloraron los aficionados al boxeo y al baile, ya que el complejo contaba con instalaciones destinadas a estas actividades.

De la construcción original solo quedan 2 muros. El más simbólico es el que da a la calle Vargas. Allí todavía se notan los arcos de los establos de la plaza de toros. Al otro lado de la pared, la calle conserva el empedrado original, las gradas y el arco que inspiró a muchos artistas de los

años veinte y dio tanta fama a ‘La Guaragua’ como el barrio perfecto. Tanto, que se lo menciona en la canción ‘El Chulla Quiteño’.

Pero los primeros mercaderes de la Plaza Arenas no comenzaron sobre lo que quedó de la plaza de toros. Sus primeras ventas se hicieron en el mercado 24 de Mayo (hoy bulevar), desde donde se los trasladó a la plaza de San Blas para, posteriormente, ser reubicados en el actual sitio hace 44 años.

Una de las primeras comerciantes fue Carmen Moreno, abuelita de Martha Cadena (67 años) y Elsa Guerra (60 años). Carmen atendió a sus clientes desde el puesto que tuvo en la 24 de Mayo hasta el lugar que le asignaron en el exescenario taurino.

“Mamá (María Luisa Guerra) nos conversaba que mi abuelita, sin pensarlo, se convirtió en la primera persona de la ciudad que vendió ropa usada. Eso sucedió hace más de 70 años cuando falleció mi abuelito. Sin tener qué hacer con la ropa del difunto, la abuelita la empacó y la sacó a vender en la 24 de Mayo. Días después, otras personas hicieron lo mismo”, narró Elsa, quien trabaja junto a su hermana en el quiosco 117.

Herencia y tradición

Pero Martha y Elsa no son las únicas que heredaron el negocio de sus antepasados. Según Marco Aguilar (48 años), presidente de la Asociación de Pequeños Comerciantes del Mercado Plaza Arenas, en el 50% de los puestos laboran los hijos o nietos de los propietarios originales.

“Esto es una concesión que consta como normativa municipal, no solo en este mercado, sino en todos los de la capital. Este reglamento dice que en caso de muerte del titular, el puesto pasa a un familiar, sea por consanguinidad o afinidad”, detalló.

En el establecimiento existen 253 locales, distribuidos en comercios de ropa, calzado, ferretería, bazares, discografía. En todos los casos existen sitios de artículos nuevos y usados. También hay almacenes con libros usados y otros dedicados a las antigüedades.

A estos se suman los talleres de artesanías — especialmente de forja en metal y costura—, mecánica industrial y los salones de comida o bebida.

Anita Pacheco Proaño (45 años), oferta antigüedades. Entre los objetos más curiosos que vende constan muñecas y otros juguetes, así como candelabros y adornos de metal. Un viejo muñeco del vaquero Johnny West y otro de Man-E-Faces (de la serie infantil de TV Los Amos del Universo), se confunden con personajes nuevos como Buzz Lightyear, de Toy Story, o Ben 10.

“Acá tenemos cosas para todos los gustos y edades, para jugar o coleccionar”, comentó Anita, al tiempo que acomodaba una de las tortugas ninja junto al demonio de Tasmania.

Ella administra la tienda desde hace 7 años, un año antes de que su madre (María Proaño) falleciera. El puesto 18 resultó el mejor legado que recibió. Con el producto de las ventas ayuda a su esposo (Juan Farinango) a educar a los 3 retoños que procrearon y que estudian en la actualidad.

“No creo que ninguno de mis hijos siga con el negocio. Ellos deben ser profesionales. Yo seguiré aquí mientras pueda”, aseguró.

Otro atractivo del lugar son los talleres artesanales, especialmente de forja y costura; oficios ya poco comunes en la globalizada y creciente urbe quiteña.

Gracias a eso, el bramar de las máquinas de coser o el de las sierras para cortar metal se confunden en extraña armonía con los golpes sobre los yunques y las chispas de las soldaduras.

Conciencia social

Marco Aguilar sostiene que la Plaza Arenas además de ser patrimonial es única. No solamente por la variedad de lo que expende o los servicios que ofrece, sino por las buenas prácticas que difunde.

“Estamos acorde con el boom de la conciencia ecológica. Nuestras prácticas están relacionadas con las 3R: reciclar, reutilizar y reducir”, afirmó.

De hecho, los comerciantes de este centro mercantil reciclan o adquieren ropa y zapatos que personas de clase alta, media alta y media dejan de usar y se las venden a ciudadanos de clase media baja y baja. A la vez, los forjadores compran chatarra y la convierten en artesanías. “Alargar la vida útil de las prendas de vestir o darle otro uso a lo que parece basura es reducir el gasto de recursos”, reflexionó el directivo.

El propósito de los comerciantes para este año es consolidar el proyecto de reconstrucción del mercado, con la adaptación de locales más amplios y estéticos, que atraigan a los turistas; la instalación de cafeterías y de entradas con rampas para el acceso de personas con discapacidad física. La idea es mejorar la infraestructura, sin dañar los 2 muros que formaban parte de la plaza de toros.

De la propuesta tiene conocimiento la administración de Augusto Barrera, alcalde saliente, pero se quiere que alcalde electo (Mauricio Rodas) desarrolle el planteamiento. El objetivo es que la obra vincule a entidades municipales como la Agencia de Coordinación Distrital del Comercio, el Instituto Metropolitano de Patrimonio y Quito Turismo, que de manera conjunta pueden llevar adelante el mejoramiento de esta feria.



IMPLANTACIÓN
1 5 10 15



Facultad de
Arquitectura y
Urbanismo.

PROYECTO DE FIN DE CARRERA:

MERCADO ARTESANAL ARENAS Y PROPUESTA DEL MEJORAMIENTO URBANO DE SU ENTORNO INMEDIATO.

NOMBRE:

ANDREA CRISTINA ARIAS YÁNEZ.

CONTENIDO:

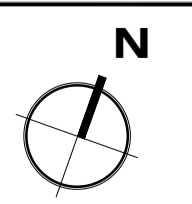
IMPLANTACIÓN.

FECHA:

MARZO 2015

ESCALA:

1:200

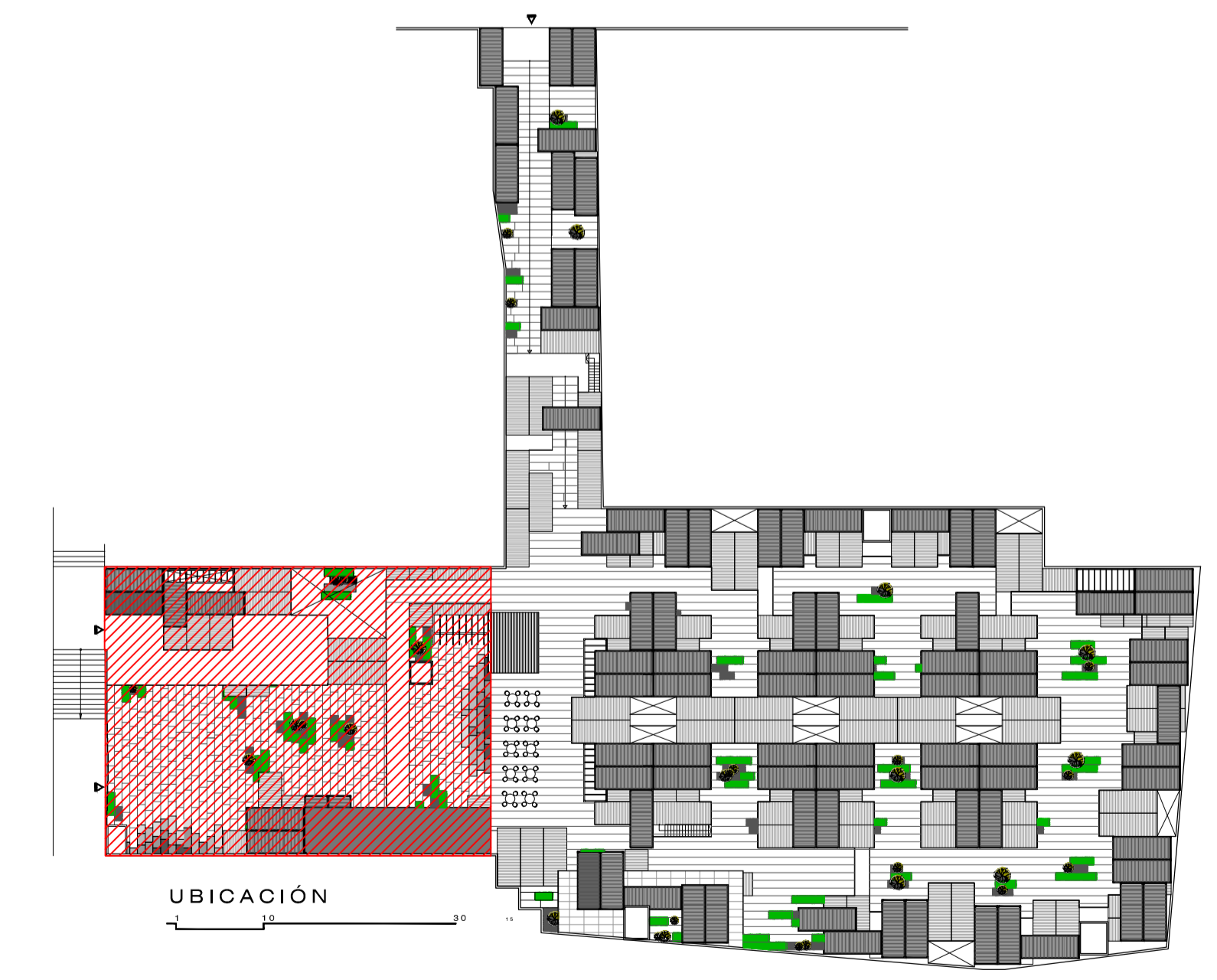
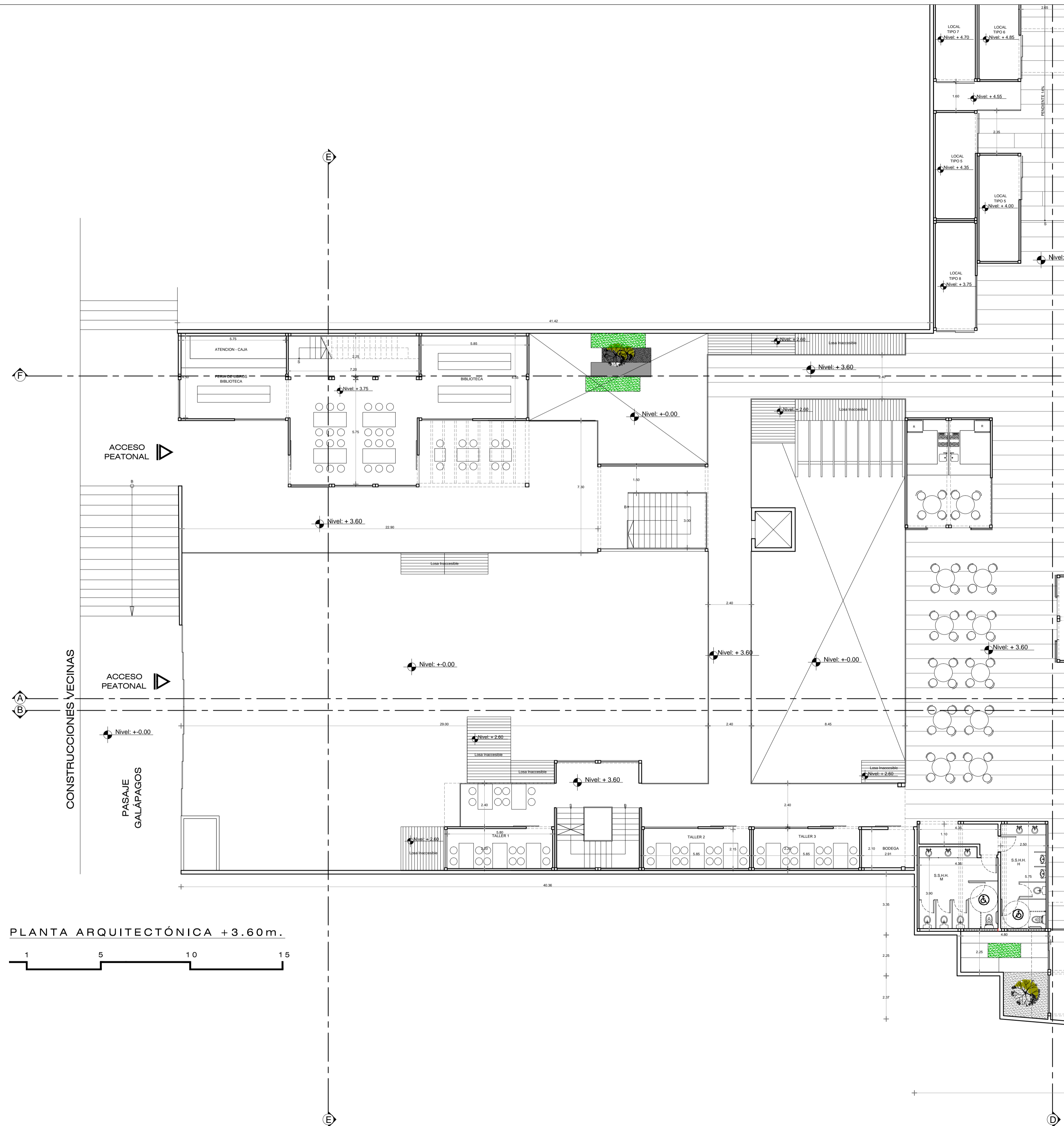


LAM 1/12



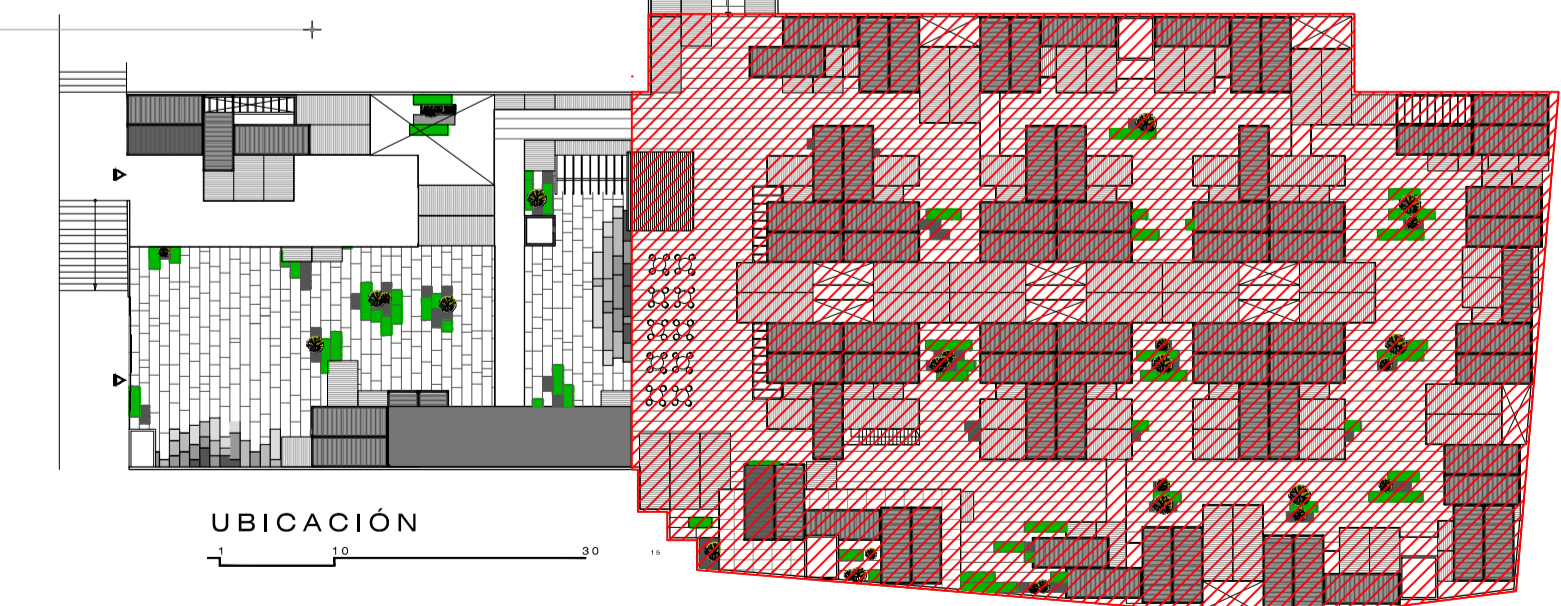
PLANTA ARQUITECTÓNICA +/-0.00m.







PLANTA ARQUITECTÓNICA +3.60m.



Facultad de
Arquitectura y
Urbanismo.

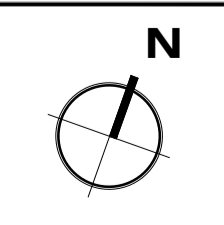
PROYECTO DE FIN DE CARRERA:
**MERCADO ARTESANAL ARENAS Y PROPUESTA DEL
MEJORAMIENTO URBANO DE SU ENTORNO INMEDIATO.**

NOMBRE:
ANDREA CRISTINA ARIAS YÁNEZ.

CONTENIDO:
PLANTA ARQUITECTÓNICA + 3.60m.

FECHA:
MARZO 2015

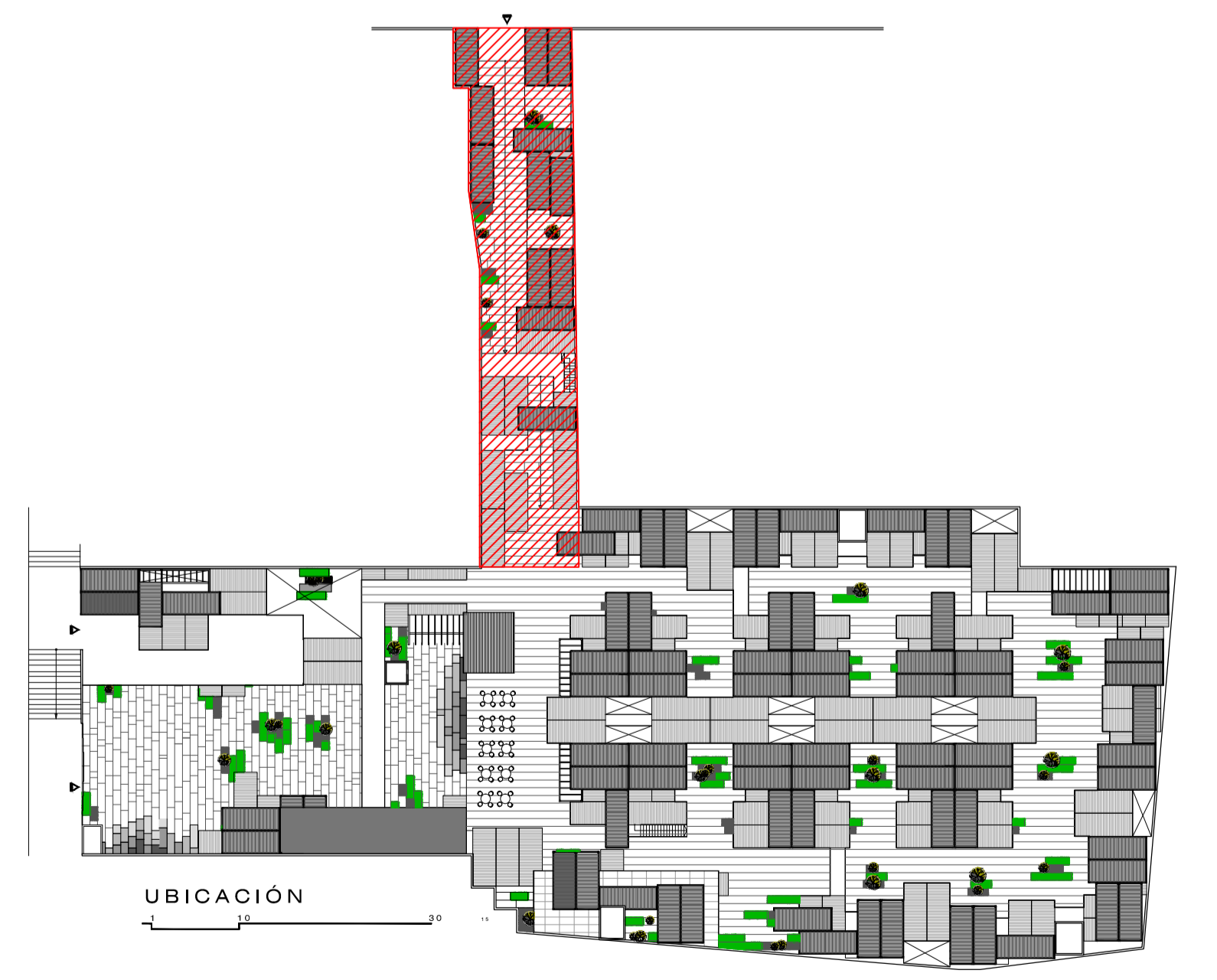
ESCALA:
1:125



LAM 4/12



PLANTA ARQUITECTÓNICA +3.60m.

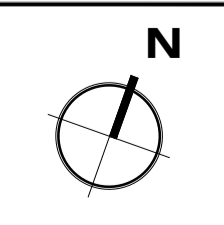


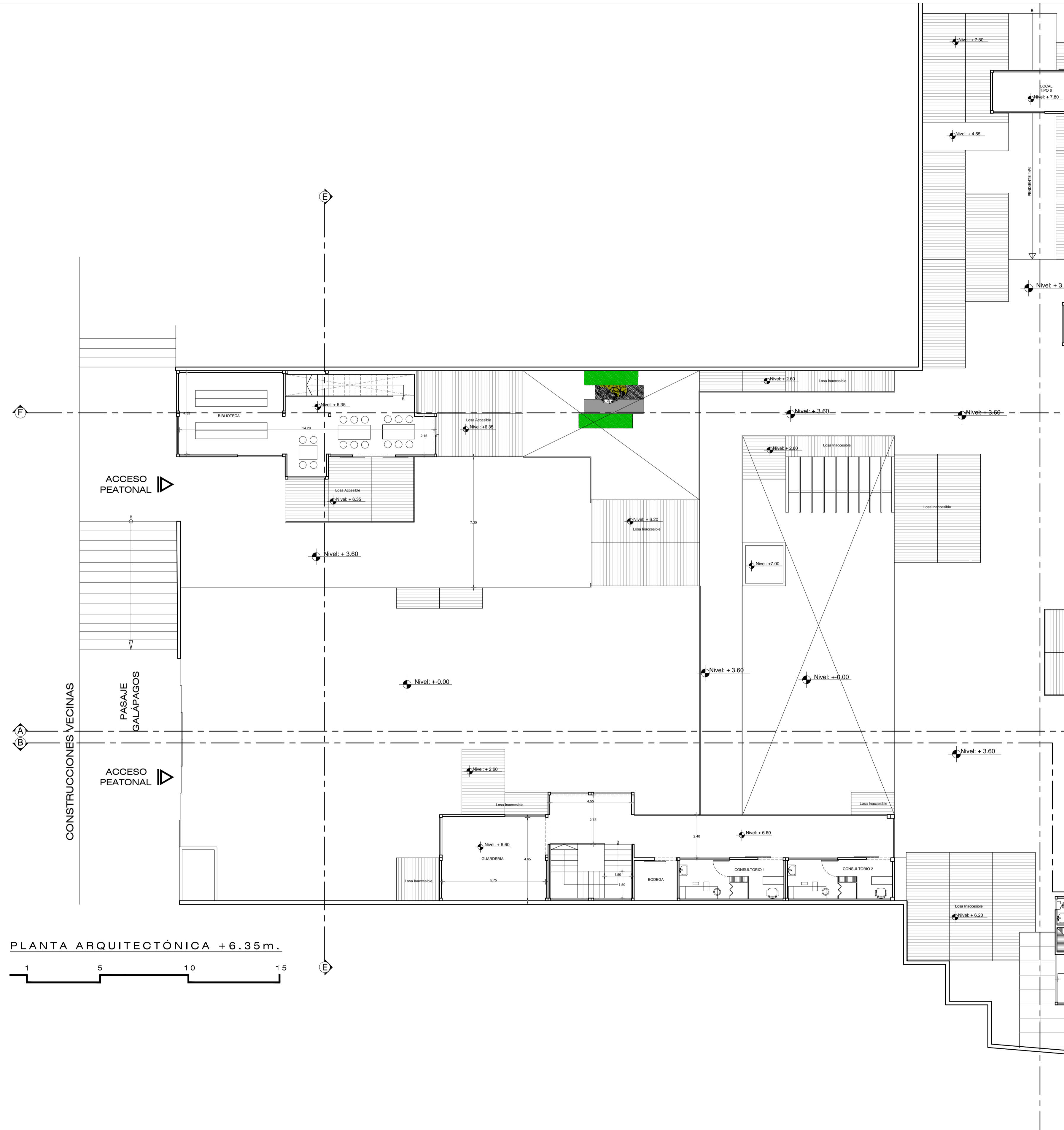
UNIVERSIDAD INTERNACIONAL
SEK
Facultad de
Arquitectura y
Urbanismo.

PROYECTO DE FIN DE CARRERA:
MERCADO ARTESANAL ARENAS Y PROPUESTA DEL MEJORAMIENTO URBANO DE SU ENTORNO INMEDIATO.
NOMBRE: **ANDREA CRISTINA ARIAS YÁNEZ.**

CONTENIDO:
PLANTA ARQUITECTÓNICA + 3.60m.

FECHA: **MARZO 2015**
ESCALA: **1:125**







PLANTA ARQUITECTÓNICA + 6.35m.



Facultad de
Arquitectura y
Urbanismo.

PROYECTO DE FIN DE CARRERA:

MERCADO ARTESANAL ARENAS Y PROPUESTA DEL
MEJORAMIENTO URBANO DE SU ENTORNO INMEDIATO.

NOMBRE:

ANDREA CRISTINA ARIAS YÁNEZ.

CONTENIDO:

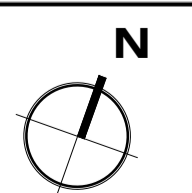
PLANTA ARQUITECTÓNICA + 6.35m.

FECHA:

MARZO 2015

ESCALA:

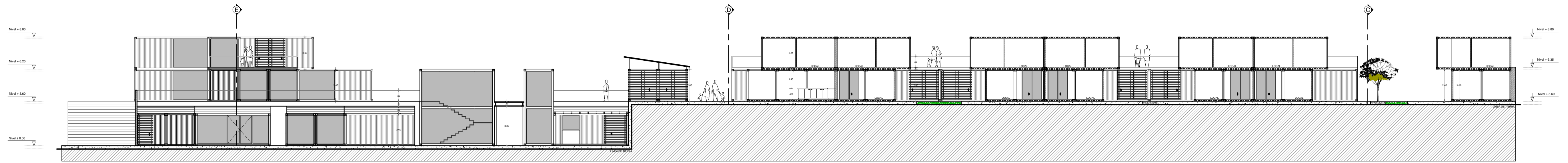
1:125



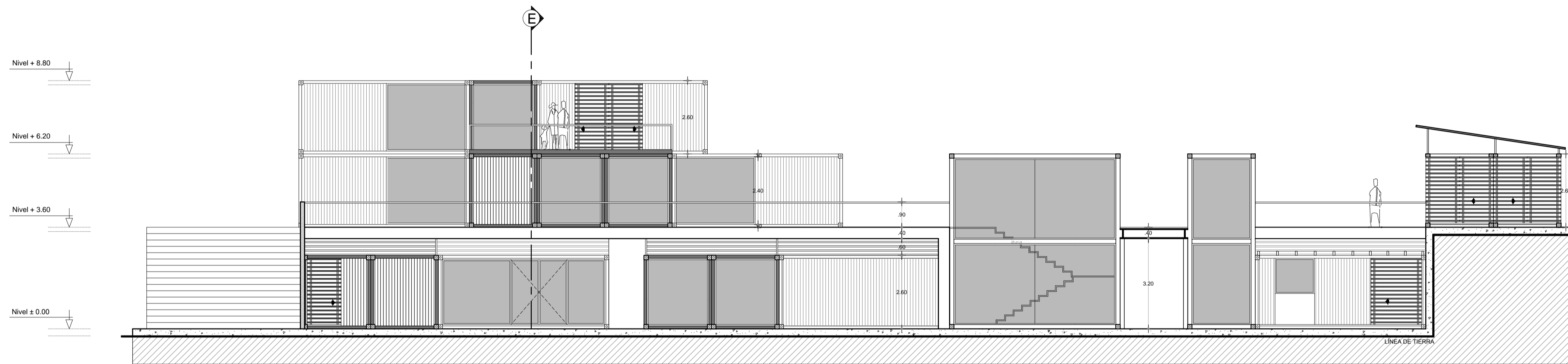


PLANTA ARQUITECTÓNICA +6.35m.

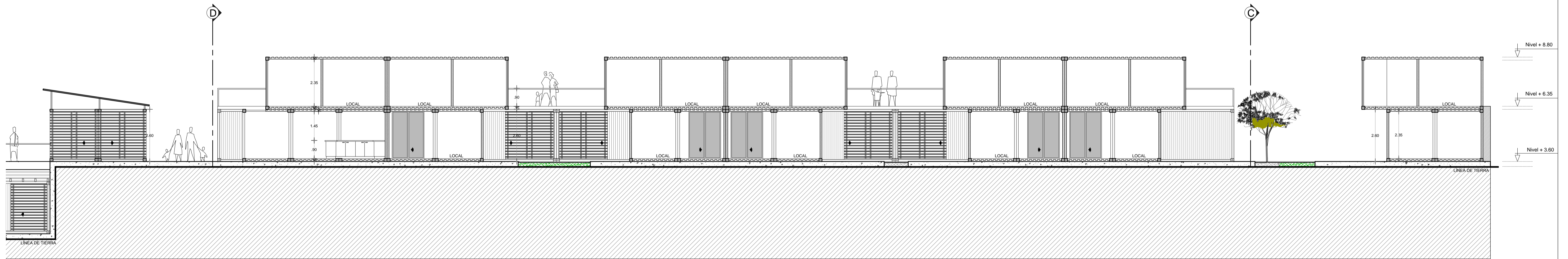




SECCIÓN - FACHADA A - A'
Escala : 1 / 175

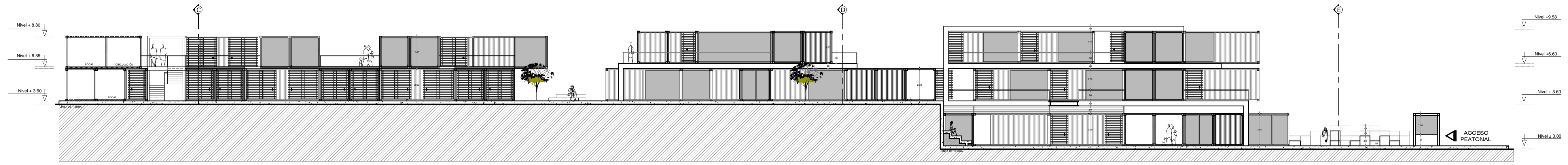


TRAMO 1- SECCION FACHADA A-A'



TRAMO 2- SECCION FACHADA A-A'

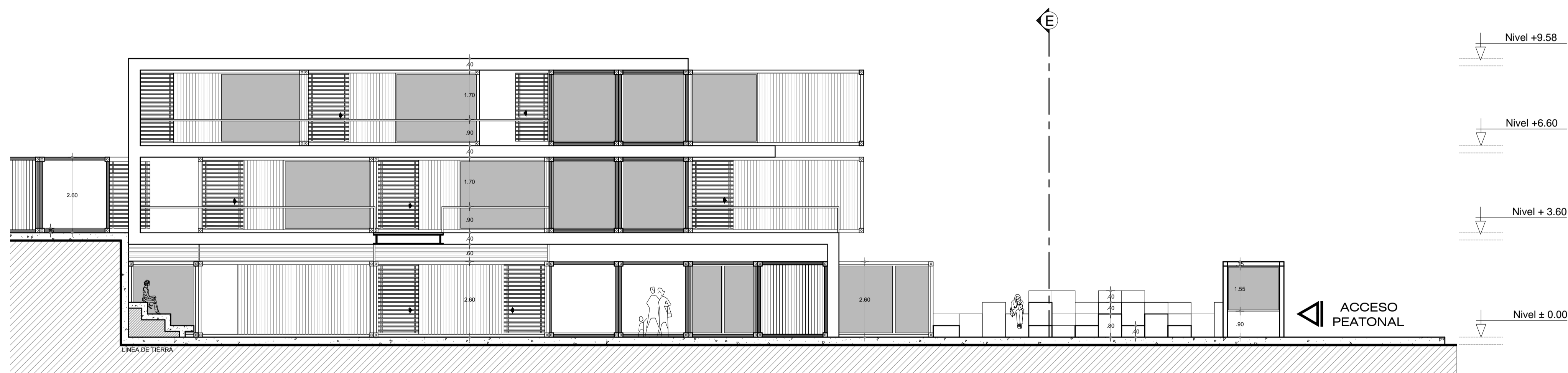




SECCIÓN FACHADA B - B'
Escala : 1 / 175

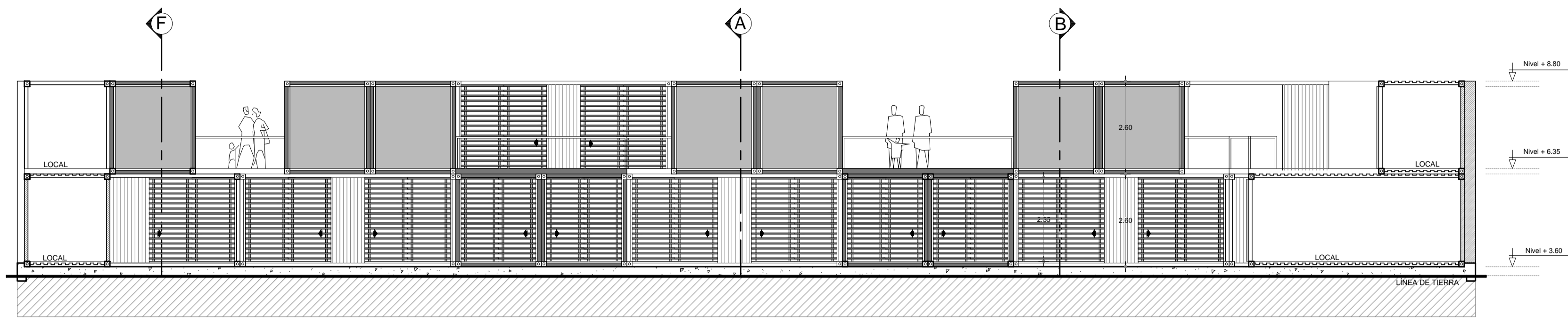


TRAMO 1 - SECCIÓN FACHADA B-B'

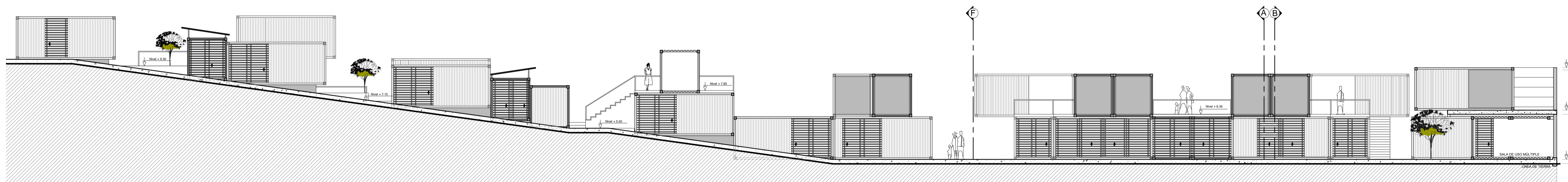


TRAMO 2 - SECCIÓN FACHADA B-B'

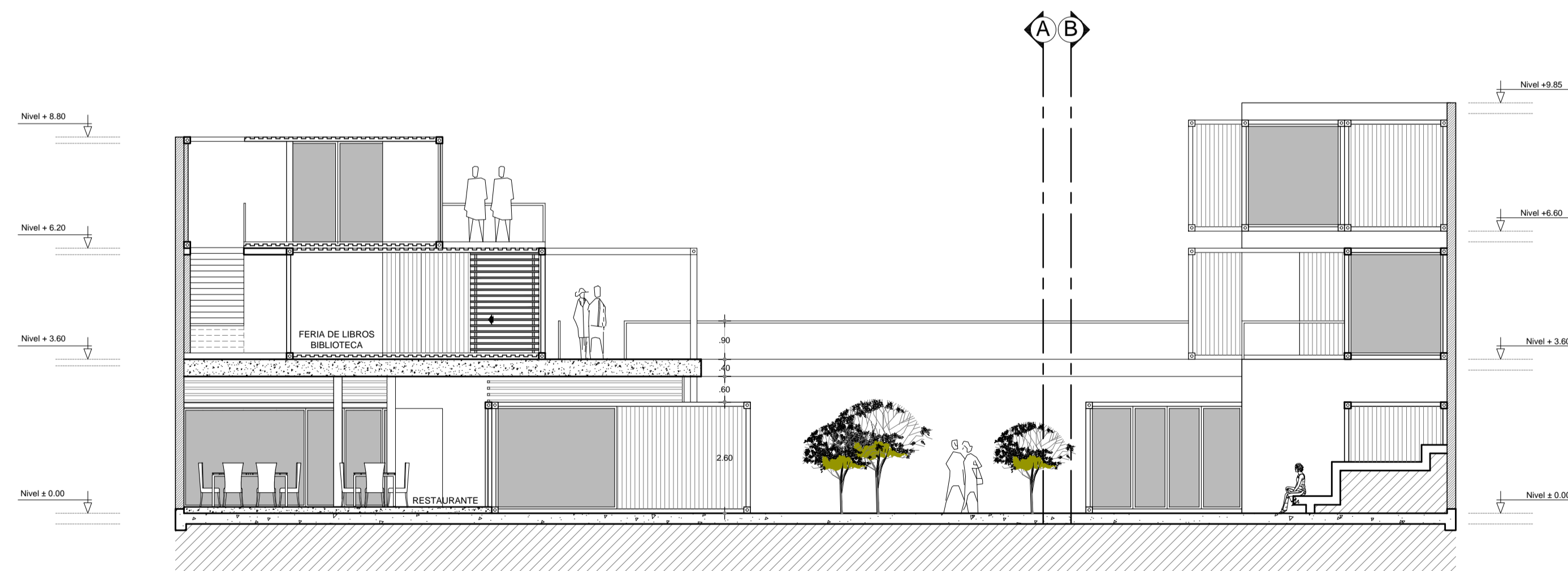




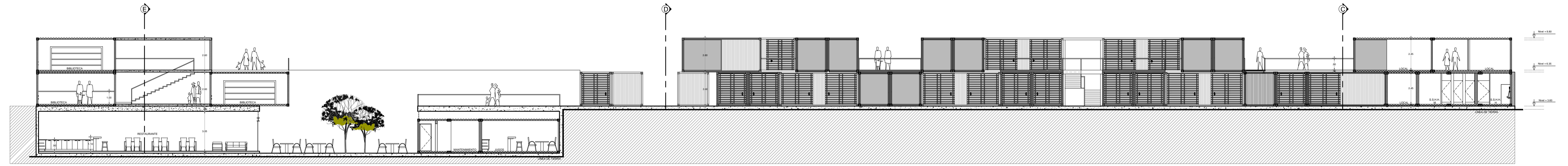
SECCIÓN FACHADA C - C'
Escala : 1 / 100



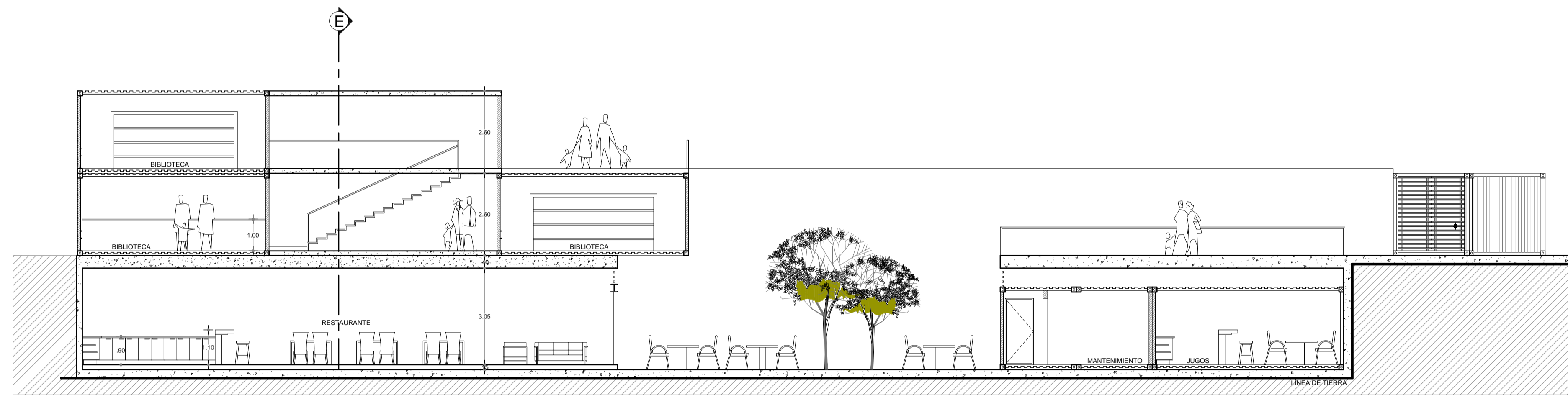
SECCIÓN FACHADA D - D'
Escala : 1 / 125



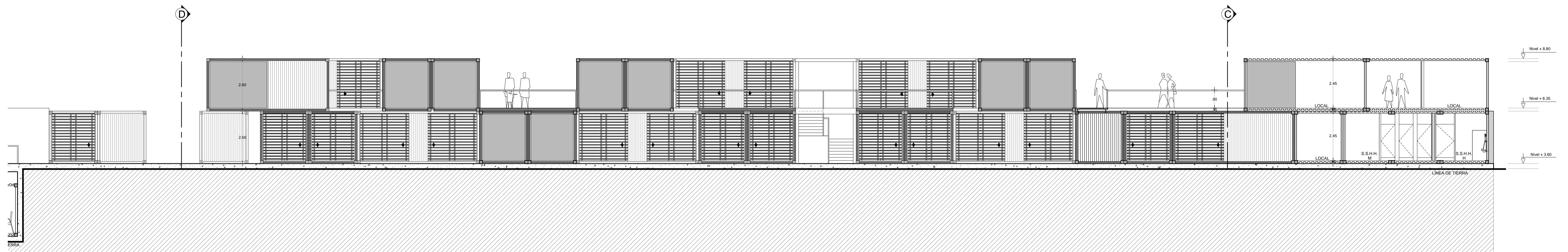
SECCIÓN FACHADA E - E'
Escala : 1 / 100



SECCIÓN FACHADA F - F'
Escala : 1 / 175



TRAMO 1- SECCION FACHADA A-A'



TRAMO 2- SECCION FACHADA A-A'



Facultad de
Arquitectura y
Urbanismo.

PROYECTO DE FIN DE CARRERA:

MERCADO ARTESANAL ARENAS Y PROPUESTA DEL
MEJORAMIENTO URBANO DE SU ENTORNO INMEDIATO.

NOMBRE:

ANDREA CRISTINA ARIAS YÁNEZ.

CONTENIDO:

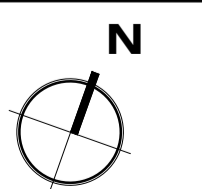
SECCIÓN FACHADA F - F'

FECHA:

MARZO 2015

ESCALA:

1 : 100



LAM 12/12

