



Jhonatan Iván Pérez Almeida
Proyecto de Fin de Carrera
Comercialización e Integración Cultural en Quitumbe

Diseño Arquitectónico de un Centro de Comercialización e Integración Cultural en Quitumbe.

PROYECTO DE FIN DE CARRERA
JHONATAN IVAN PÉREZ ALMEIDA

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL "SEK" | Guapulo



FACULTAD DE ARQUITECTURA E INGENIERIA

Trabajo de fin de carrera titulado:

“DISEÑO ARQUITECTÓNICO DE UN CENTRO DE COMERCIALIZACIÓN E INTEGRACIÓN CULTURAL EN QUITUMBE, QUITO”

Realizado por:

JHONATAN IVÁN PÉREZ ALMEIDA

Director del proyecto:

ARQ. MATEO GRANJA

Como requisito para la obtención del título de:

ARQUITECTO

QUITO, Marzo de 2016

DECLARACIÓN JURAMENTADA

Yo, JHONATAN IVÁN PÉREZ ALMEIDA, con cedula de identidad N°171816040-9 declaro bajo juramento que el trabajo aquí desarrollado es de mi autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún grado o 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.

Jhonatan Iván Pérez Almeida

C.I: 171816040-9

LOS PROFESORES INFORMANTES

Los profesores Informantes:

ARQ. CYNTHIA PAULINA LÓPEZ RUEDA

ARQ. RAQUEL PAOLA ORTIZ BAEZ

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

ARQ. CYNTHIA PAULINA LÓPEZ RUEDA

ARQ. RAQUEL PAOLA ORTIZ BAEZ

Quito, Marzo de 2016

DEDICATORIA

Dedico este proyecto de fin de carrera a las personas más importantes en mi vida, Mis Padres, que sacrifican todo por verme triunfar, este logro es compartido con ellos, gracias por todo, Romel y Asalia.

AGRADECIMIENTO

Empiezo agradeciendo a Dios por darme todas las herramientas necesarias y poner a las personas indicadas en mi camino, quiero agradecer a mis hermanos por sus consejos de hermanos mayores; a mi novia por todo ese tiempo y esfuerzo dedicado a este proceso educativo, a mis amigos que me apoyaron en todas las decisiones, a los docentes que me apoyaron y creen en mis capacidades, a todos mis familiares que me ayudaron en los momentos difíciles, gracias a todos los que me ayudaron a cumplir mi sueño.

GRACIAS

RESUMEN

EL proyecto de fin de carrera se desarrolla en el sur de la ciudad de Quito, en la parroquia Quitumbe, se identificó varias las características de la ciudad, desde un análisis macro hasta un análisis micro, se han determinado diferentes características y necesidades de la población por lo cual se propone un equipamiento de carácter comercial y cultural. La importancia que tiene el sector, la intención es brindar un espacio comercial y a su vez cultural, para crear un vínculo con la sociedad, el proyecto tiene como finalidad de incentivar a la ciudad por medio del Diseño Arquitectónico de un Centro de Comercialización e Integración Cultural. A partir del análisis de su entorno urbano y las necesidades del sector se plantea un plan masa general para abastecer las necesidades de la población, dotándolos de equipamientos y servicios ubicados al sur de la ciudad. Dentro del proyecto arquitectónico se plantean técnicas de diseño accesibles para todos, eliminando todo tipo de barreras tanto arquitectónicas como visuales, brindando espacios amplios de relación comercial e integración cultural. Los espacios benefician al sector en la perspectiva socio económica.

ÍNDICE

CAPITULO I

DENUNCIA

1. ANTECEDENTES

1.1. PLAN METROPOLITANO DE DESARROLLO

2012-2022

1.1.1. EJE 1

1.1.2. EJE 2

1.1.3. EJE 3

1.1.4. EJE 4

1.1.5. EJE 5

1.1.6. EJE 6

1.1.7. EJE 7

1.2. UBICACIÓN

1.2.1. UBICACIÓN NACIONAL

1.2.2. UBICACIÓN METROPOLITANA

1.3. CARACTERÍSTICAS DE QUITUMBE

1.4. COMERCIALIZACIÓN EN QUITO

1.4.1 COMERCIO INFORMAL

2. PROBLEMÁTICA

3. JUSTIFICACIÓN

4. METODOLOGÍA

5. OBJETIVOS

5.1. OBJETIVO GENERAL

5.2. OBJETIVO PARTICULARES

6. ALCANCES

7. CRONOGRAMA

CAPITULO II

CONCEPTUALIZACIÓN

2. MARCO TEÓRICO

2.1. QUE ES COMERCIALIZACIÓN?

2.1.1. COMERCIALIZACIÓN Y MERCADO

2.1.2. CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO

2.1.3. DENOMINACIÓN Y TIPOS DE MERCADO

2.1.4. PORRANGO GEOGRÁFICO

2.1.4.1. MERCADO METROPOLITANO

2.1.4.2. MERCADO SECTORIAL

2.1.4.3. MERCADO MINORISTA

2.1.5. MERCADO MAYORISTA O METROPOLITANO

2.1.6. MERCADO ZONAL

2.1.7. ESTRATEGIA MERCANTIL

2.1.8. EVOLUCIÓN DE LAS FORMAS COMERCIALES

2.1.9. LAS PLAZAS COMO ESPACIO DE COMERCIALIZACIÓN

2.1.10. COMERCIALIZACIÓN = INTERCAMBIO DE CULTURA

2.1.11. LA CULTURA

2.1.12. LA CULTURA EN QUITUMBE

3. REPERTORIO

3.1. MERCADO LAS CUADRAS

3.2. MERCADO DE BUEN VIVIR EN URCUQUÍ

3.3. MERCADO LA BOQUERIA BARCELONA

4. Conceptualizaron

4.1 Estudio de piezas arqueológicas encontradas dentro de Quitumbe.

4.2 Desarrollo conceptual del Proyecto

4.3 Estudio urbano de permanencia y análisis de tipo morfología urbana.

CAPITULO III

ANÁLISIS Y PROPUESTA URBANA

1. LÁMINA LÍMITES

2. LÁMINA VÍAS

3. LÁMINA USO DE SUELO PRINCIPAL

4. LÁMINA USO DE SUELO

5. LÁMINA TRANSPORTE

6. LÁMINA ÁREAS PATRIMONIALES

7. LÁMINA TRAMA VERDE

8. LÁMINA RADIOS DE INFLUENCIA

9. LÁMINA RELACIÓN DE PROYECTO

10. LÁMINA VIAL

11. LÁMINA USO DE SUELOS

12. LÁMINA ÁREAS VERDES

13. LÁMINA PROBLEMAS

14. LÁMINA PROBLEMÁTICA

15. LÁMINA PROPUESTA INTEGRAL

16. LÁMINA DISEÑO ARQUITECTÓNICA

17. LÁMINA DISEÑO ARQUITECTÓNICO

CAPITULO IV

DISEÑO ARQUITECTÓNICO

1. LÁMINA IMPLANTACIÓN

2. LÁMINA PLANTA BAJA

3. LÁMINA PRIMERA PLANTA

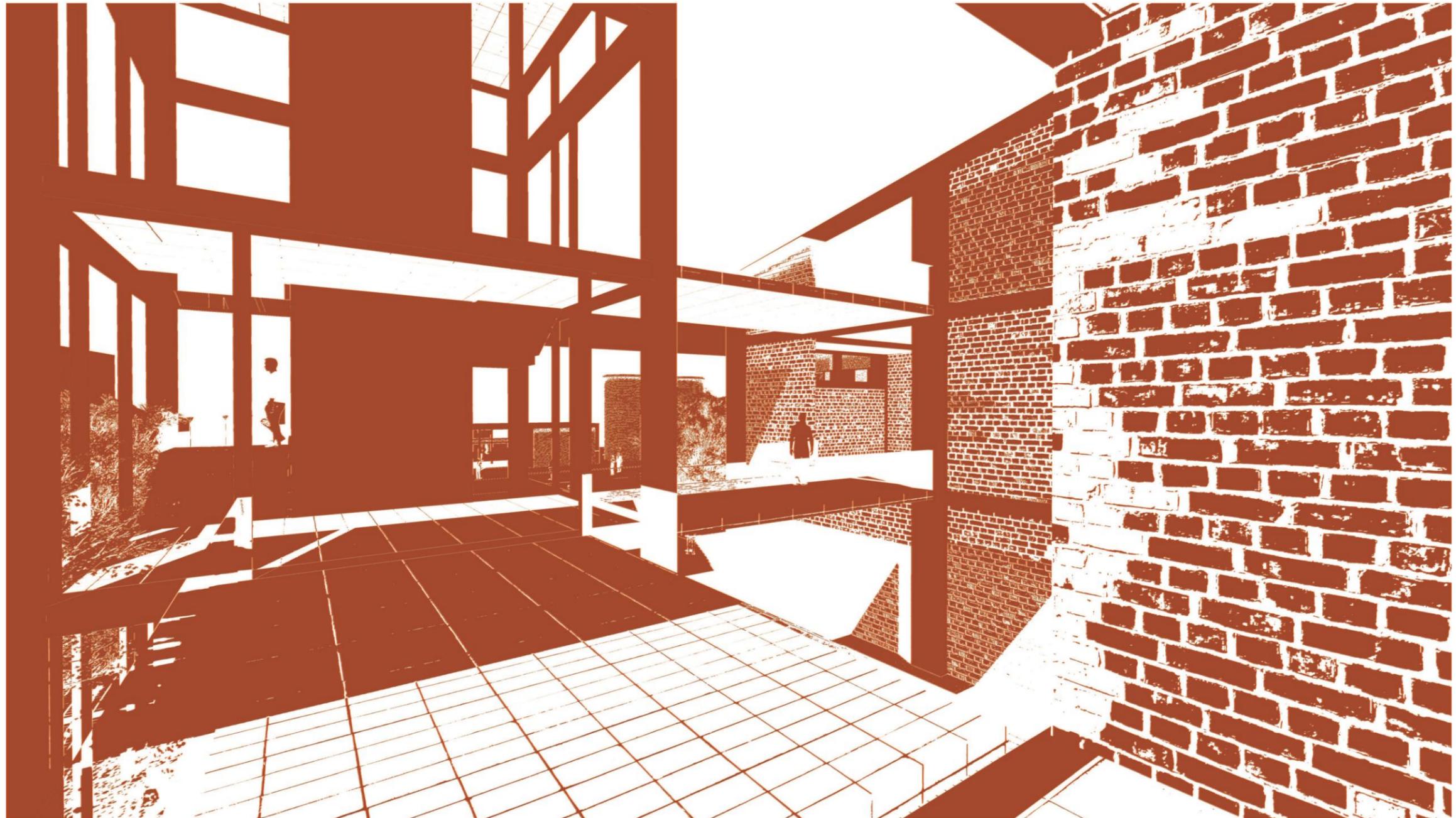
4. LÁMINA SEGUNDA PLANTA

5. LÁMINA TERCERA PLANTA

6. LÁMINA ELEVACIONES
7. LÁMINA SECCIONES
8. LÁMINA ESTRUCTURALES
9. LÁMINA INSTALACIONES ELECTRICAS
10. LÁMINA INSTALACIONES HIDROSANITARIAS
11. LÁMINA INSTALACIONES DE AGUA POTABLE
12. LÁMINA DETALLES CONSTRUCTIVOS
13. LÁMINA STANS DE COMERCIALIZACIÓN
14. PRESUPUESTO
15. RENDERS

BIBLIOGRAFÍA

- Cabrera., Y. R. (15 de 10 de 2015). <http://www.institut-gouvernance.org/>. Obtenido de <http://www.institut-gouvernance.org/es/experiencia/fiche-experiencia-10.html>
- Casares, J. (2015). Convergencia de formatos comerciales. En J. C. Ripol., *Convergencia de formatos comerciales* (págs. 5-6). Madrid.
- CERDEÑO., V. J. (2014). Treinta claves del mercado alimentario. En V. J. CERDEÑO., *Treinta claves del mercado alimentario* (pág. 5). MADRID .
- comercio, E. (15 de 10 de 2015). *el comercio.com*. Obtenido de <http://www.elcomercio.com/tendencias/recorriendo-mercados-quito.html>
- DMQ. (2011). *plan de desarrollo 2012 - 2022*. quito.
- DMQ. (14 de 10 de 2015). <http://www.quito.gob.ec/>. Obtenido de <http://www.quito.gob.ec/index.php/agencias/agencia-de-coordinacion-distrital-del-comercio#objetivos>
- DMQ. (14 de 10 de 2015). <http://www.quito.gob.ec/>. Obtenido de <http://www.quito.gob.ec/index.php/agencias/agencia-de-coordinacion-distrital-del-comercio#mision>
- economia48*. (20 de 10 de 2015). Obtenido de *economia48*: <http://www.economia48.com/spa/d/mercado/mercado.htm>
- ecured*. (20 de 10 de 2015). Obtenido de <http://www.ecured.cu/index.php/Mercado>
- Empresa Publica Yachay. (07 de 12 de 2015). *Yachay Ciudad del Conocimineto* . Obtenido de http://www.yachay.gob.ec/plan_maestro/
- FCE. (2009). ELEMENTOS DE ADMINISTRACION – CICLO 2009. En FCE, *ELEMENTOS DE ADMINISTRACION* (pág. 35). ARGENTINA .
- <http://www.economia48.com/spa/d/comercio/comercio.htm>. (20 de 10 de 2015). Obtenido de *economia48*: <http://www.economia48.com/spa/d/comercio/comercio.htm>
- jhon. (2011). seg. En jhon, seg (pág. 5). qui: dvhdf.
- plataforma arquitectonica . (24 de 10 de 2015). *plataforma arquitectonica* . Obtenido de <http://www.plataformaarquitectura.cl/cl/775678/la-funcion-del-placemaking-como-una-nueva-agenda-urbana>
- plataforma arquitectonica . (24 de 10 de 2015). *plataforma arquitectonica* . Obtenido de <http://www.plataformaarquitectura.cl/cl/761086/laboratorio-para-la-ciudad-transformacion-del-mercado-de-monteria-en-contexto-con-su-centro-historico>
- PNBV. (2013). *plan nacional del buen vivir*. secretaria nacional de planificacion y desarrollo . (2013-2017). *plan nacional del buen vivir* . Quito .
- Tafur, J. M. (2015). tendencias en gestion cultural mirando desde el cosumo cultural. En J. M. Tafur.
- Trama Diseño . (2009). *fortalecimiento de las centralidades Urbanas* . Quito : Ediciones TRAMA, 2009.



CAPITULO 1
Jhonatan Iván Pérez Almeida
Proyecto de Fin de Carrera
Comercialización e Integración Cultural en Quitumbe

CAPÍTULO I

DENUNCIA

1. ANTECEDENTES:

INTRODUCCIÓN

La comercialización y la arquitectura viene ligadas desde hace mucho tiempo atrás, la comercialización se interpreta como el intercambio de diferentes características sociales y económicas, la arquitectura tiene como objetivo satisfacer necesidades de infraestructura que permita cumplir el intercambio socio-económico de la sociedad. Sin lugar a duda la comercialización es uno de los objetos urbanos que satisface necesidades básicas, como lo es la alimentación, este derecho es fundamental para la vida de los seres humanos, además debe ser de calidad y cumpla estándares naturales de nutrición. La comercialización se encuentra ligada entre venta y compra de productos satisfaciendo la oferta y demanda, cumpliendo los requerimientos de una sociedad de toda la influencia del capital.

FOTOGRAFÍA 1

Parque Las Cuadras y Sus Pequeños Comercios.



FUENTE: fotografía propia

1.1. PLAN METROPOLITANO DE DESARROLLO 2012 – 2022 DEL D.M.Q.

Según el Municipio Del Distrito Metropolitano De Quito, el “Plan de desarrollo 2012 - 2022.” Detalla diferentes aspectos integrales, entre ellos esta los ejes estratégicos que tiene como objetivo “estructurar de manera integral, articulada, sistemática y correspondiente a los diagnósticos de situación”, estos ejes detallan cual es el objetivo planteado por el Municipio para el 2022. Y además detalla las competencias de cada una de las instituciones que pertenecen al Municipio. (DMQ, plan de desarrollo 2012 - 2022, 2011)

1.1.1 EJE 1

Quito capital, ciudad – región según el Plan Nacional Del Buen Vivir, Quito es la capital del Ecuador y tiene características únicas del desarrollo del Ecuador, además tiene una característica especial ya que en la división política Quito es la zona 9 del total de 9 zonas nacionales, dándole una característica esencial para el desarrollo del País.

Además este eje estratégico detalla las condiciones que debe tener la capital, caracterizando la identidad cultural como ciudad y nación.

FOTOGRAFÍA 2

Boulevard 24 De Mayo.



FUENTE: fotografía propia 2012

1.1.2 EJE 2

Quito para los ciudadanos. Este eje tiene características muy importantes, este eje está relacionado con la integración de la ciudadanía, además detalla todos los derechos que tenemos como ciudadanía como: derecho al agua, luz, transporte público, infraestructura urbana, áreas de recreación, etc. entre ellos también está la característica de una ciudad incluyente que ayuda a las personas que carecen de ciertas capacidades físicas. Además este eje tiene una capacidad muy importante que es el mejoramiento de los servicios públicos, como la salud, la comercialización, la educación, etc. Con el objetivo del sumak kawsay.

FOTOGRAFÍA 3

Integración Social Parque las Cuadras.



FUENTE: fotografía propia

1.1.3 EJE 3

Quito Lugar De Vida y Convivencia, este eje es muy importante para el desarrollo de Quito del 2022, ya que combate uno de los problemas más graves que es la movilidad, existen otros elementos que tiene este eje que es: el espacio público, gestión de riesgos, habitad y vivienda y la ocupación informal, específicamente este eje tiene como metas conseguir una ciudad consolidada y poli céntrica,

siendo las centralidades una de las vías más rápidas para generar espacios de consolidación y poli céntricas, sin lugar a duda Quitumbe cumple con estas características.

Este eje tiene otras características como la apropiación del espacio público.

1.1.4 EJE 4

Quito Productivo Y Solidario: Este eje cumple con diversos objetivos estratégicos, como el empleo que es muy importante para el desarrollo de las ciudades, economía diversificada en diferentes ramas de la producción, este eje cumple con diversos.

1.1.5 EJE

Quito Verde: El desarrollo de este eje cumple con el objetivo estratégico de integrar de una forma sustentable la trama verde y a la infraestructura urbana, se analiza la trama verde como un elemento fundamental para las ciudades, la trama verde tiene como objetivos la recuperación de la vegetación en diferentes zonas de protección, además permite proteger a las especies que forman parte de la ciudad.

1.1.6 EJE 6

Quito Milenario: Histórico, Cultural y Diverso, Quito tiene un nombramiento especial, "patrimonio Cultural De La Humanidad", por las diferentes particularidades que tiene esta ciudad como: El centro Histórico más grande de Sudamérica, sin lugar a duda quito es una de las ciudades con un legado histórico muy importante, donde se escribió la historia de este país.

1.1.7 Eje 7

Quito Participativo Eficiente Autónomo y democrático: En el eje número 7 se detallan características que garanticen la integración y participación de la ciudadanía, que "privilegie al ser humano por encima del capital" este eje tiene una particularidad que interviene en las actividades sociales, generando apropiación del espacio público que ayuden a combatir diferentes problemas. (DMQ, plan de desarrollo 2012 - 2022, 2011)

1.2. UBICACIÓN NACIONAL.

La provincia de Pichincha cantón Quito, que forma parte de una de las regiones especiales según el Plan Nacional Del Buen Vivir, es la región número nueve

MAPA N° 1

Distribución de las Zonas Del Ecuador.



Fuente: INEC, 2010e.
Elaboración: Semplades.

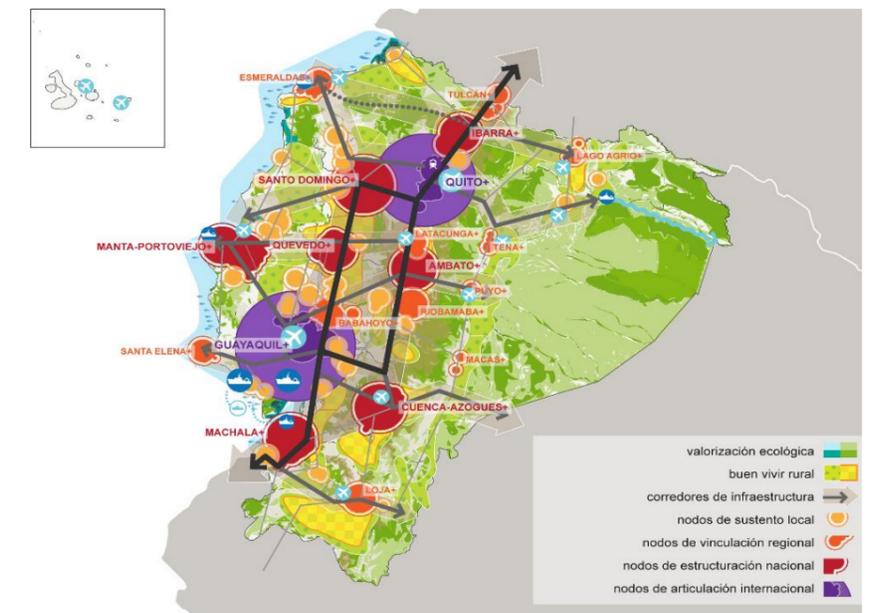
1.2.1. UBICACIÓN DEL D.M.Q

La estructura territorial nacional y regional En la estructura actual del espacio nacional el DMQ es uno de los nodos que determinan la bipolaridad actual del sistema de centralidades en el país, marcada por Quito y Guayaquil. Sus especiales condiciones demográficas, de capital política administrativa, de

economía y conectividad se expresan en un específico desarrollo de condición regional, que se caracteriza por la interdependencia, en la que el consumo cotidiano laboral, de servicios, abastecimientos y movilidad entre el Distrito y las jurisdicciones de los cantones limítrofes, la provincia de Pichincha Plan Metropolitano de Ordenamiento Territorial 2012-2022 Distrito Metropolitano de Quito 20 y las provincias vecinas le confieren un rol y relevancia de escala regional en el centro norte del país, lo cual se manifiesta, en términos territoriales, en un desbordamiento de límites físicos y administrativos y en procesos de conurbación con los cantones vecinos. (PNBV, 2013)

MAPA N° 2

Corema Del Desarrollo del Ecuador



Fuente: SENPLADES
Elaboración: SENPLADES

1.2.2. UBICACIÓN METROPOLITANA.

El cantón Quito consta de 9 administraciones zonales que son las siguientes: Calderón, Eloy Alfaro, La Delicia, Eugenio Espejo, Quitumbe, Los Chillos, Manuela Sáenz, Tumbaco, Turista La Mariscal.

La ubicación del área de investigación se encuentra en una de las 33 parroquias de Quito y una de las parroquias urbanas más importantes ya que cumple con, una estrategia de desarrollo urbano para el distrito Metropolitano de Quito. La estrategia es el fortalecimiento de las centralidades urbanas de Quito.

1.3. CARACTERÍSTICAS DE QUITUMBE

El fortalecimiento de centralidades urbanas de Quito representa la oportunidad de introducir una nueva fase en el desarrollo urbano del Distrito Metropolitano de Quito. Formulada en base a las orientaciones del Plan Estratégico de Desarrollo de la ciudad de Quito, Plan Equinoccio 21 - Quito Hacia el Bicentenario, y las determinaciones del Plan General de Desarrollo Territorial del Distrito Metropolitano de Quito (PGDT), esta estrategia se puede convertir en el elemento articulador de programas sectoriales de movilidad, vivienda, ambiente, educación, salud y cultura, que apuntan a resolver los problemas más sentidos en el funcionamiento de la ciudad: transporte y movilidad, cohesión social, convivencia y seguridad, protección de áreas vulnerables, provisión de vivienda y equipamientos complementarios. El fortalecimiento de centralidades enfatiza en la ampliación y desarrollo de las capacidades de gestión del sector público, a través de la cualificación de instrumentos de planificación, gestión y financiamiento del desarrollo urbano, incluyendo de manera explícita posibles actuaciones asociativas y corresponsables con la empresa privada y el sector comunitario. (Trama Diseño, 2009).

Este desarrollo urbano sobresale por las diferentes características que tiene esta teoría de centralidades urbanas, sin lugar a duda el municipio tiene el objetivo de elaborar distintas centralidades, entre ellas esta Quitumbe que tiene diferentes comportamientos sociales, el desarrollo urbano de Quitumbe tiene una evolución favorable para la imagen urbana, Quitumbe tienen el objetivo de ser una de

las zonas más alejadas en la parte sur del cantón, lo que provoca que esta zona urbana se tomen medidas que permita un crecimiento acorde a las necesidades del D.M.Q.

Esta estrategia de desarrollo, además se destaca por debatir aspectos relacionados con la implementación de las intervenciones propuestas, proponiendo continuar con el proceso de desconcentración de la administración municipal, fortalecer las administraciones zonales, implementar espacios y mecanismos que faciliten la coordinación interinstitucional incluyendo niveles superiores del Estado, y dinamizar los espacios de participación ciudadana y corresponsabilidad comunitaria. (Trama Diseño, 2009)

De acuerdo a este concepto Quitumbe viene a ser una de las parroquias urbanas con proyección de centralidad urbana. La Parroquia de Quitumbe forma parte de la administración zonal Quitumbe. En ella se proyectó una de las paradas más importantes del Metro de Quito, las Plataformas Gubernamentales de Gestión Social, demás consta con un terminal terrestre más grande de la ciudad, centros comerciales y espacios públicos, que en la actualidad no satisfacen la demanda socio-económico existente.

GRAFICO 1
Plataformas Gubernamentales de Desarrollo Social



Fuente: skyscrapercity.com/showthread.php?t=1747736

1.3.1. DATOS DE QUITUMBE, EMPLEO EN TODA LA ADMINISTRACIÓN ZONAL QUITUMBE.

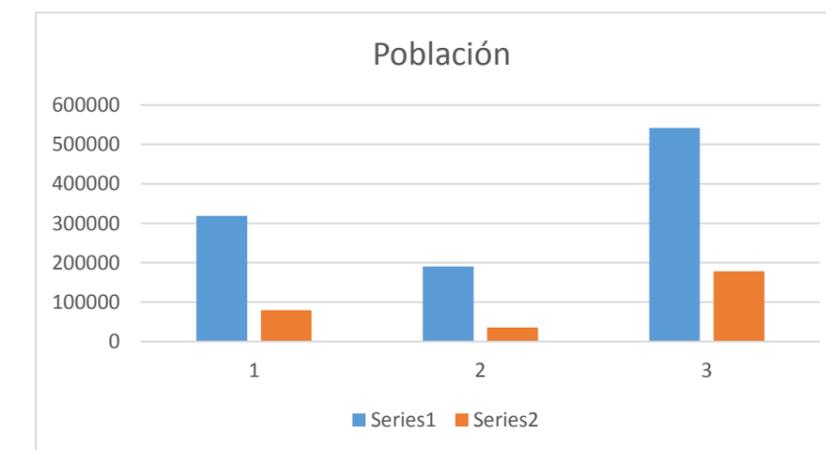
Sin lugar a duda Quitumbe es una de las zonas con una evolución urbana muy importante. En la Administración zonal Quitumbe se determina, que la población económicamente activa es muy alta, además se identifican las diferentes actividades que se realiza en la zona como: Agrícola, Industria, Comercio, lo cual ayuda a percibir con exactitud el comportamiento de cada una de ellas., como es el caso de la actividad del Comercio en donde la mayoría de la población genera el intercambio de compra y venta.

1.3.1.1 CRECIMIENTO POBLACIONAL.

CUADRO 1
Crecimiento poblacional

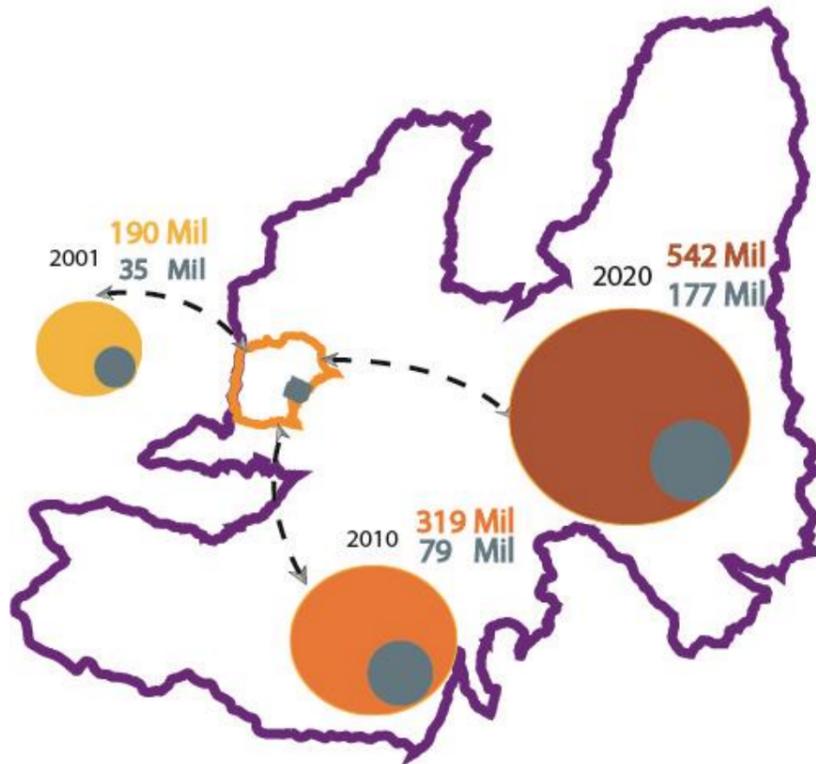
Población	Administración zonal Quitumbe	Parroquia Quitumbe
2010	319056	79075
2001	190385	35262
% Crecimiento	1.70%	2.25%
2020	542395	177919

Fuente: censo semplades



Fuente: censo semplades

Crecimiento Poblacional



Fuente: Elaboración propia

Dentro de la administración zonal tenemos una proyección de crecimiento poblacional de 1.70% lo que provoca que en el 2020 existan aproximadamente 542 mil habitantes, y dentro de la parroquia Quitumbe tenemos que el crecimiento es del 2.25 % lo que provoca que para el 2020 existan 177919 habitantes.

Este fenómeno se provoca por que la administración zonal Quitumbe se encuentra ubicada en el extremo de la ciudad y delimita con otro cantón.

1.3.1.2 DATOS DE ENCUESTA.

Se realizó una encuesta dentro de los límites de mi análisis urbano con 5 preguntas estratégicas, lo cual nos dio los siguientes resultados.

CUADRO 2

Datos de la encuesta en Quitumbe

1. / Conoce el mercado las Cuadras?

total Encuestas	30
si	22
no	8

Fuente: encuesta

CUADRO 3

Datos de la encuesta en Quitumbe

2. / Utiliza el mercado las Cuadras?

total encuestas	30
si	5
no	25

Fuente: encuesta

CUADRO 4

Datos de la encuesta en Quitumbe

3. / Donde realiza las compras para el Hogar?

total encuestas	30
Quicentro sur	12
Cuadras	2
Mayorista	9
Súper mercados	7

Fuente: encuesta

CUADRO 5

Datos de la encuesta en Quitumbe

4. / Lugares de Entretenimiento?

total encuestas	30
Quicentro sur	12
Parque las Cuadras	8
otros	10

Fuente: encuesta

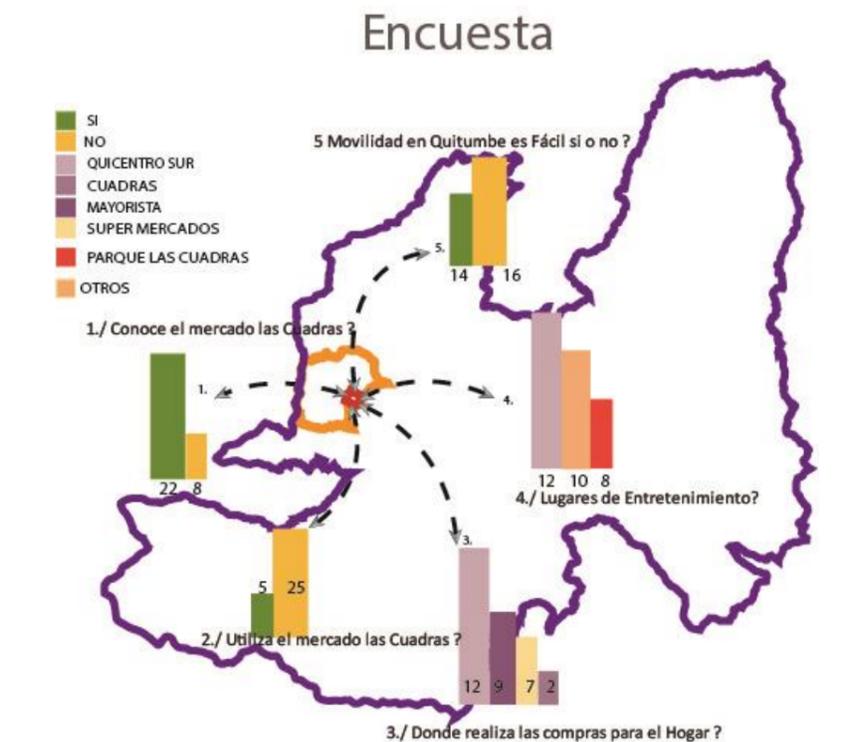
CUADRO 6

Datos de la encuesta en Quitumbe

Movilidad en Quitumbe es Fácil si o no?

total encuestados	30
si	14
no	16

Fuente: encuesta



Elaboración propia

CONCLUSIÓN

El 76% de los pobladores de Quitumbe si conoce el mercado de las Cuadras.

El 83% de los pobladores de Quitumbe no usa el mercado las Cuadras.

El lugar preferido para realizar las compras es el Quicentro Sur con el 40 %, seguido de supermercados.

Los lugares de entretenimiento preferido es el Quicentro Sur, y la movilidad de Quitumbe un 46% dice que no es muy fácil movilizarse dentro de Quitumbe.

1.3.1.3 DATOS DE POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA.

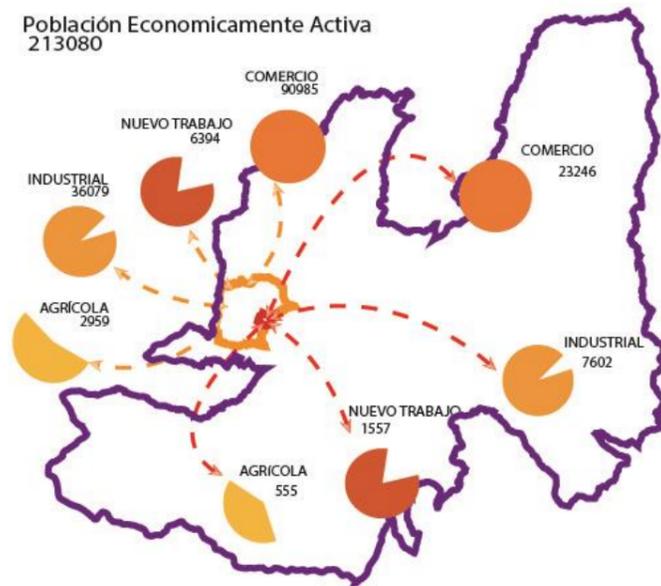
CUADRO 7

Población económicamente activa

Población Económicamente Activa	213080			
Sectores Económicos	Agrícola	Industrial	Comercio	Nuevo Trabajo
Quitumbe	2959	36079	90985	6394
Parroquia Quitumbe	555	7602	23246	1557

Fuente: censo simplades

Características Económicas de Quitumbe



Elaboración propia

1.4. COMERCIALIZACIÓN EN QUITO

En la actualidad Quito consta con la Agencia de Coordinación Distrital del Comercio, siendo el ente encargado de: "genera y ejecuta las políticas de abastecimiento y comercialización del Distrito Metropolitano

de Quito las mismas que se enmarcan en un nuevo modelo económico y productivo, que permita de lograr un desarrollo equitativo, incluyente, solidario, armónico y ordenado en el DMQ." (DMQ, <http://www.quito.gob.ec/>, 2015)

Esta entidad municipal tiene como objetivos:

- Consolidar la gestión de comercio en el DMQ de manera integral en una sola entidad para el desarrollo ordenado de la ciudad.
- Implementar un modelo de gestión eficiente y eficaz para la administración y operación del sistema integrado de abastecimiento, comercialización y logística, a través de la implementación de estrategias, mecanismos y acciones en las Áreas de: unidades alimentarias, comercio autónomo y encadenamiento productivo.
- Regularizar el crecimiento y la ubicación de los comerciantes autónomos a través de definición de políticas y programas para el comercio autónomo. (DMQ, 2015)

GRAFICO 2

La agencia de coordinación distrital del comercio



Fuente: <http://www.quito.gob.ec/>

De acuerdo con el diario "El Comercio", que realiza un editorial llamado "recorriendo los mercados de Quito," en este editorial se observa las características únicas que se pueden apreciar en la ciudad además de apreciar nuestra cultura y tradiciones.

"En los mercados de Quito se puede ver la diversidad de productos y culturas que hay en la ciudad. Vegetales de la sierra, frutas de la costa y carnes de todos los tipos se pueden encontrar a pocos pasos de distancia en el mismo lugar. Así como personas de todas las regiones del país con diferentes culturas y que ofrecen una enorme variedad de mercancías. Un mercado es un lugar en el que las personas pueden adquirir víveres, comida preparada o cualquier tipo de insumo para el hogar. Pero la realidad en los mercados quiteños excede a cualquier definición. Hierbas para combatir el mal de ojo, para encontrar el amor o para curar cualquier tipo de enfermedad se encuentran con facilidad en estos lugares. La comida es una historia aparte. Las vendedoras saben cómo tratar a sus clientes y desde que los visitantes entran a la zona de comida son bombardeados de ofertas: "Venga mi bonito, mi reycito, mi lindito" son los halagos que se utilizan como enganche para atraer a los clientes. En los patios de comida existe gran variedad de platos típicos ecuatorianos de todas las regiones del país. A continuación presentamos una lista de los mercados más grandes de Quito. Conocer cada uno de ellos es una opción novedosa para los turistas que buscan experiencias diferentes."

(comercio, 2015)

1.4.1. EL COMERCIO INFORMAL

En este punto podemos analizar cuáles son algunas de las causas del comercio informal, lo cual sin lugar a duda es un problema de carácter social y económico como lo detalla Yenisey Rodríguez Cabrera analista.

"Las calles de las grandes ciudades latinoamericanas en general y las zonas de mayor confluencia de gente en particular, evidencian una realidad: la presencia cada vez más numerosa de personas dedicadas al comercio ambulante. Es un fenómeno que vivimos a diario y que forma parte de nuestra cotidianeidad en tanto lo asumimos como normal. Aunque, si bien es cierto que este tipo de comercio no es algo novedoso en nuestras latitudes, no lo es menos el hecho de que en las últimas décadas ha aumentado considerablemente y, de ser un fenómeno

económico-social, ha pasado a ser un serio asunto de gobernabilidad para los funcionarios de todos los niveles de gobierno. Sin embargo, dada la relativa novedad de la problemática, no tenemos aún estudios serios que la aborden, expliquen y/u ofrezcan alternativas ni desde la academia ni desde los gobiernos.

La primera respuesta a la reciente proliferación del comercio ambulante es tan lógica que parecería derivada del sentido común: el aumento del comercio en las calles está relacionada ineluctablemente con las políticas económicas establecida en los países de América Latina en las últimas tres décadas. La forma en la cual los gobiernos latinoamericanos hicieron frente a la crisis del capital mundial de la década de los ochenta incluyó una serie de "ajustes estructurales" que reconfiguraron la propia estructura del Estado." (Cabrera., 2015)

2. PROBLEMÁTICA

De acuerdo a lo analizado en los antecedentes, se observa la carencia de un espacio adecuado para la comercialización, dentro de la zona Quitumbe.

También se analizó el problema de la comercialización ilegal lo que provoca un desfase no sustentable en el desarrollo del ordenamiento urbano. La problemática va ligada a la proyección que existe en Quitumbe ya que en la parroquia de Quitumbe se está generando una centralidad urbana con: proyección de plataformas gubernamentales de gestión social importantes como es: El proyección del transporte público de metro de Quito, mejoramiento del uso y ocupación del suelo, terminal terrestre Quitumbe, centro comercial Quicentro sur, etc. Lo cual cumple con el plan de ordenamiento territorial, y de generación de una centralidad urbana.

Lo manifestado en los ítems anteriores muestra investigación está ligada hacia un espacio determinado en la comercialización, que posea espacios adecuados y que satisfaga con las necesidades de nuestra sociedad, se debe tomar en cuenta las diferentes estrategias que ayudan a solventar problemas de carácter ecológico, social y

económico. Además el espacio debió cumplir específicamente de una infraestructura acorde con la imagen urbana.

Se tomar en cuenta que la comercialización es uno de los puntos fundamentales de las ciudades donde se trasmite los comportamientos socio-económico, lo cual le da un carácter de espacio público, que nos permita a fomentar valores propios de la ciudad que lastimosamente con el pasar los años se están perdiendo.

Generar espacios donde la gente se apropie y podamos combatir problemas sociales como la delincuencia y falta de identidad cultural, por esa razón este espacio es una alternativa que generan una integración cultural, además de formar parte de los servicios básicos necesarios actualmente en la zona...

3. JUSTIFICACIÓN

Según el plan nacional del buen vivir 2013 2017 el objetivo número 5 dice "Construir espacios de encuentro común y fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad.

" Como política se responde a "Fomentar la democratización del disfrute del tiempo y del espacio público para la construcción de relaciones sociales solidarias entre diversos."

"Promover las industrias y los emprendimientos culturales y creativos."

"Promover la interculturalidad y la política cultural de manera transversal en todos los sectores."

"Ampliar los Centros Interculturales Comunitarios hacia un sistema nacional desconcentrado de bibliotecas públicas, videotecas y centros de interpretación es de la memoria y el patrimonio social."

"Promover el respeto y el reconocimiento de las diversidades en los espacios de uso público, sean estos públicos o privados."

"Establecer mecanismos de comparación con sistemas económicos y culturales de información regional y global. Desarrollar un sistema de indicadores culturales y mecanismos de levantamiento de información, para el seguimiento y la evaluación de la política cultural."

"Diagnosticar las deficiencias dentro de la ciudad en cuanto a espacios culturales para la sociedad."

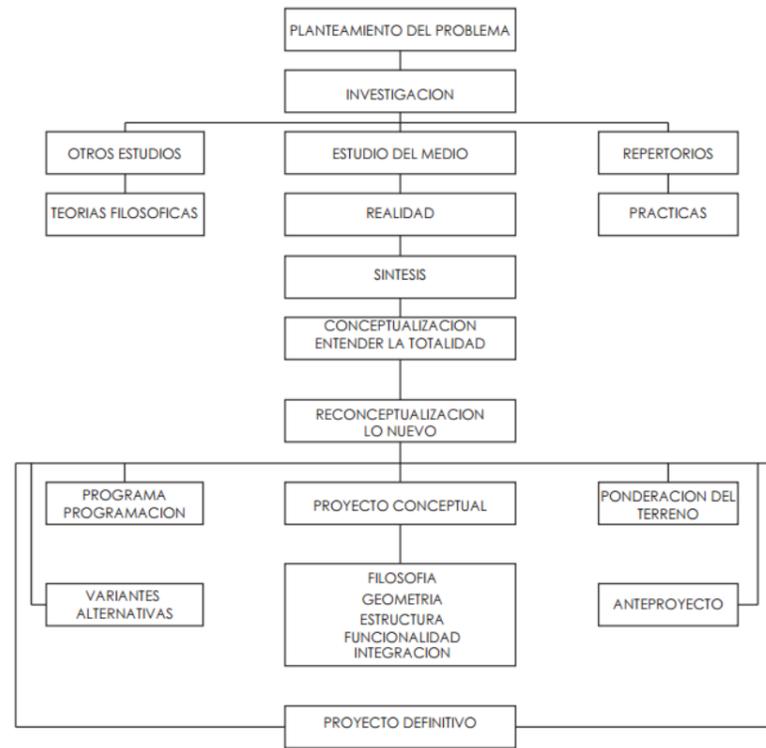
"Analizar la problemática de deficiencias de espacios públicos culturales para la sociedad."

"Analizar las distintas actividades que realizan las personas en relación a su desarrollo cultural y responder mediante el uso de arquitectura a estas necesidades."

"Diseñar espacios que respondan a las necesidades de las personas para desarrollar sus distintas destrezas, estimulaciones de los sentidos para potencia su desarrollo cultural. " (secretaria nacional de planificación y desarrollo , 2013-2017; PNBV, 2013)."

4. METODOLOGÍA

CUADRO 8
Metodología



Fuente: metodología uisek.
Elaboración: uisek.

La metodología tenemos que desarrollarla empezando por el planteamiento del problema el cual se detalla en la problemática, va relacionada con los problemas existentes en la comercialización y su desarrollo en la cultura, analizar todo referente a nuestro problema, plantea tres ejes de investigación, referentes relacionados con centros de comercialización, estudio del medio físico y otros estudios o estudios complementarios, en el estudio del medio tenemos

en cuenta todo el entorno de la ubicación planteada, se realiza una conceptualización lo que genera una interpretación de lo ocurrido en el análisis del medio, lo que da como resultado una conceptualización del proyecto en las diferentes variantes en la proyección arquitectónica.

5. OBJETIVOS;

5.1. OBJETIVO GENERAL

Diseñar un centro de comercialización e integración cultural en Quitumbe.

5.2. OBJETIVOS PARTICULARES

Mejor la integración cultural generando un espacio de apropiación.

Crear espacios necesarios para la comercialización.

Generar espacios que respondan a las necesidades de las personas para desarrollar sus distintas destrezas.

6. ALCANCES

La entrega tiene como resultado diferentes actividades a realizarse.

- Estudio del entorno
- Proyecto urbano
- Plan masa
- Programación
- Planos
- Cortes
- Elevaciones
- Planos estructurales
- Planos eléctricos

- Planos sanitarios
- Planos agua potable
- Detalles constructivos
- Presupuesto
- Renders
- Maquetas

7. CRONOGRAMA

	semana 1	semana 2	semana 3	semana 4	semana 1	semana 2	semana 3	semana 4	semana 1	semana 2	semana 3	semana 4	semana 1	semana 2	semana 3	semana 4
CAPITULO I																
DENUNCIA																
1. ANTECEDENTES																
2.PROBLEMÁTICA																
3.JUSTIFICACION																
4.METODOLOGIA																
5.OBJETIVOS																
6. ALCANCES																
7. CRONOGRAMA																
CAPITULO II																
CONCEPTUALIZACION																
1. MARCO TEORICO																
2. SECTOR DE INTERVENCION																
2.1 MEDIO FISICO NATURAL																
2.2 MEDIO FISICO ARTIFICIAL																
2.3 MEDIO SOCIAL																
3. REPERTORIOS																
4. ORDENANZAS Y NORMAS LOCALES																
5.IDEA CONCEPTO																
CAPITULO III																
PROPUESTA URBANA																
1.SISTEMAS URBANOS PROPUESTOS																
2.ESPACIOS SERVIDOS																
3.ESPACIOS SERVIDORES																
4.ESPACIOS PUBLICOS																
5.TRAMA VERDE																
CAPITULO IV																
PROYECTO ARQUITECTONICO																
1. UBICACIÓN																
2. ESTRUCTURA																
3. MATERIALIDAD																
4. DIAGRAMAS DE SOSTENIBILIDAD																
5. FOTOGRAFIAS MAQUETAS																
6. IMÁGENES VIRTUALES																
7. PLANOS ARQUITECTONICOS																
8. PLANOS DE DETALLES CONSTRUCTIVOS																
BIBLIOGRAFIA																
ANEXOS																



CAPITULO 2

Jhonatan Iván Pérez Almeida

Proyecto de Fin de Carrera

Comercialización e Integración Cultural en Quitumbe

CAPITULO II

CONCEPTUALIZACIÓN

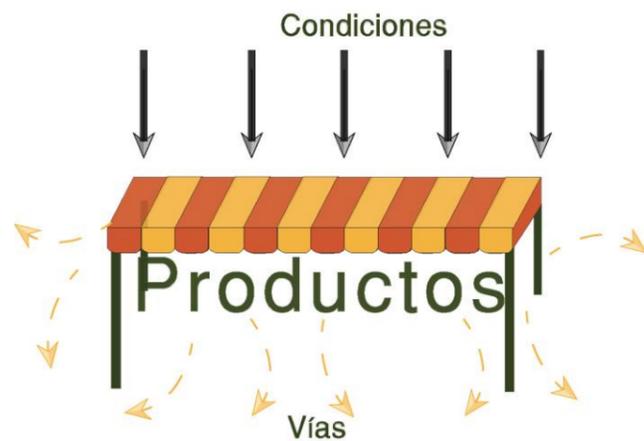
2. MARCO TEÓRICO.

2.1. ¿QUÉ ES COMERCIALIZACIÓN?

Según la Real Academia Española comercialización es: “Dar un producto condiciones y vías de distribución para su venta.” La comercialización interpreta como el intercambio de productos, se deben garantizar las condiciones adecuadas para la generación de productos y crear vías para el intercambio.

GRAFICO 3

Esquema de Comercialización.



Fuente: Elaboración propia

En el grafico número 1 se observa cuáles son las características básicas del desarrollo de la comercialización, enfocada en crear diversos requisitos para poder vender productos, uno de las vías de comercialización son los mercados.

2.1.1. COMERCIALIZACIÓN Y MERCADO

“El mercado alimentario siempre ha sido una pieza estratégica para cualquier economía. La oferta se

identifica con una fuente de creación de valor añadido, generación de puestos de trabajo, redistribución de renta y, al mismo tiempo, almacén de actividades que se vinculan con la agricultura, la industria y el sector servicios. Por otra parte, la demanda de este mercado asocia el consumo de alimentos y bebidas con una necesidad básica que se cubre atendiendo a distintos modelos que cuentan con sus correspondientes oportunidades y restricciones.” (CERDEÑO., 2014)

En el mercado se especifica cuáles son las características principales para su desarrollo, las dos especificaciones más importantes son la producción y la venta, para la producción se debe analizar cuáles son las condiciones que se deben tener para llegar al producto final, también se analiza las diferentes características sociales, físicas y económicas, estas propiedades nos dan características importantes de las zonas lo cual permite un intercambio cultural.

Otra de las características del mercado es la venta, lo cual es uno de los puntos más fuertes del desarrollo de la comercialización, en las ventas se generan diferentes artificios para llegar al consumidor, siendo este uno de los sectores económicos más importantes en la zona Quitumbe.

FOTOGRAFÍA 4

Intercambio de productos.



Fuente: fotografía propia

2.1.2. CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO

“El concepto moderno de Comercialización fija su atención en las verdaderas necesidades, gustos y deseos de los potenciales clientes. Luego de exhaustivas investigaciones de mercado y testeos previos, dichas necesidades, gustos y deseos se transforman en especificaciones funcionales que deben tener los productos y/o servicios a ofrecer posteriormente. El consumidor como tal se constituye en el eje alrededor del cual giran todas las actividades de la empresa.” (FCE, 2009)

La conceptualización actual detalla al usuario como el personaje principal de los mercados que giran en torno del capital, El capital es la peculiaridad fundamental para el desarrollo de los mercados, la evolución del capital permite la evolución de los mercados. Una de las especificaciones es la oferta y demanda a cual es una de las características importantes para el desarrollo de los mercados, la oferta y la demanda se la interpreta en el grafico 5, detallándose el equilibrio perfecto para que no se exceda ni se regale el producto.

GRAFICO 4

Esquema de oferta y demanda.



Fuente: Elaboración propia

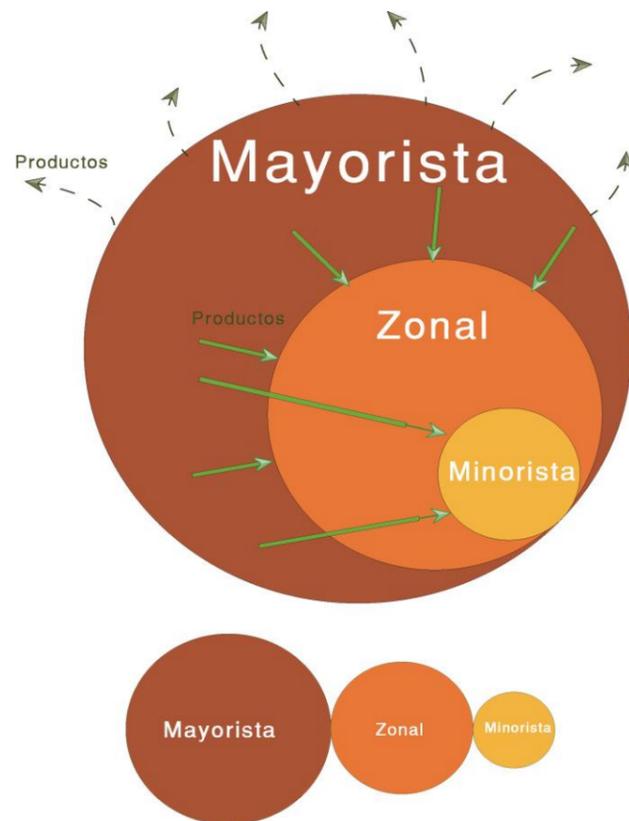
2.1.3. DENOMINACIONES Y TIPOS DE MERCADO

“Las Organizaciones no son entes aislados; desarrollan sus actividades en una sociedad y contexto determinado (sea una ciudad, una región, un país, una comunidad) donde existen distintos grupos organizados con diferentes intereses, los cuales permanentemente desarrollan sus actividades y se influyen entre sí. Este conjunto de actores y las relaciones que entre ellos mantienen.” (FCE, 2009)

Esta es una de las clasificaciones que determina cual es el nivel de comercialización, otra de las clasificaciones es por zonas de distribución; macro o mayorista, y sus características de distribución es a nivel cantonal, teniendo la capacidad de distribuir en diferentes alcances zonales como administraciones zonales y; micro con características más locales parroquiales y barriales.

GRÁFICO 5

La denominación y tipos de mercados



Fuente: Elaboración propia

En el término de comercialización existen diferentes conceptualizaciones que ayudan a determinar cuál es la especificación de un mercado, una de esas interrelaciones es la competencia de libre mercado, se interpreta como la cantidad de agentes económicos relacionados, para desarrollar el consumo en el mercado, los agentes más importantes son comprador y vendedor.

2.1.4. POR ÁMBITO GEOGRÁFICO

Otra de las clasificaciones importantes de analizar es por su ámbito geográfico el cual nos ayuda a determinar las características que debe tener la introducción de los productos dentro de la zona analizada entre los que se destacan terrenos.

2.1.4.1 MERCADO METROPOLITANO

Éste por su ubicación estratégica sirve a usuarios de todos los puntos de una ciudad, los consumidores están dispersos en toda el Área Metropolitana.

2.1.4.2 MERCADO SECTORIAL:

Su demanda proviene de áreas ubicadas a más de un kilómetro, el usuario puede llegar a pie o en automóvil, está atendido por un sistema de transporte colectivo urbano y extra urbano. (Plan Maestro y Estudio de Pre factibilidad de Mercados Minoristas, Volumen I, 1998. 42).

2.1.4.3 MERCADO MINORISTAS

Este tipo de mercado da servicio a personas que habitan en un radio no mayor a un kilómetro (usuarios directos), también llamado mercado de barrio, ya que pueden desplazarse a pie los usuarios hacia el mercado o en automóvil a una distancia que se recorre en un tiempo no mayor a diez minutos. (Plan Maestro y Estudio de Pre factibilidad de Mercados Minoristas, volumen I, 1998, 43)

La clasificación de los mercados por su ámbito geográfico me ayuda a determinar cuáles son las características geográficas que deben de tener cada uno de los mercados.

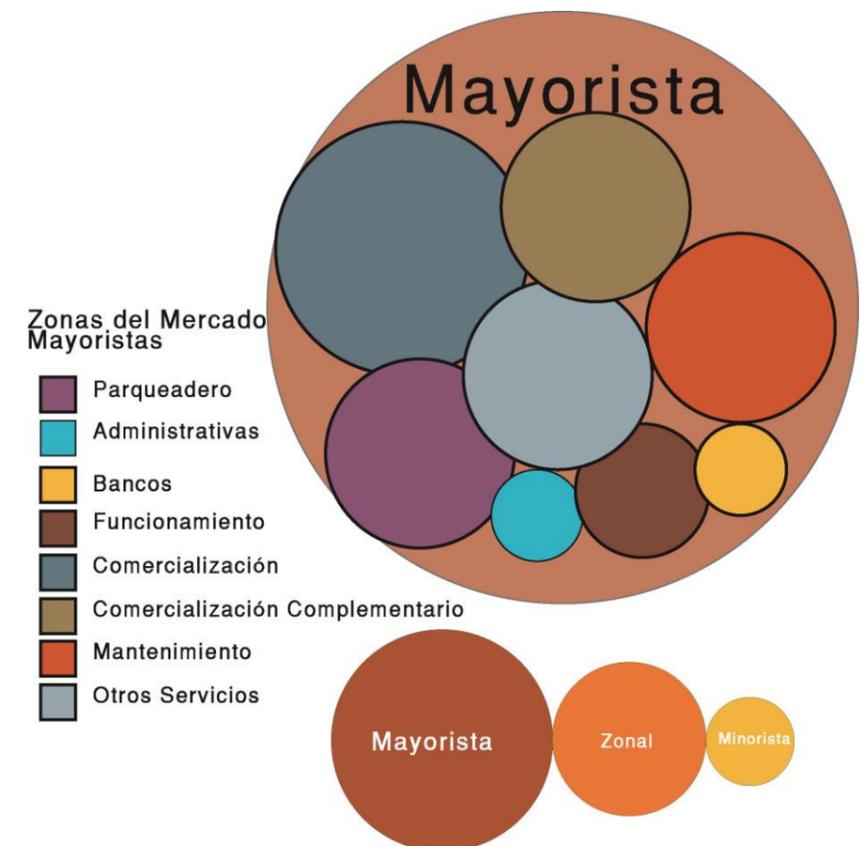
2.1.5. MERCADO MAYORISTA O METROPOLITANO

Según el Reglamento Interno de Funcionamiento de la Empresa Pública Metropolitana el Mercado Mayorista, tiene las siguientes especificaciones de funcionamiento:

La comercialización consta de bloques de parqueos, espacios para alimentos preparados, áreas administrativas, zonas de bancos, mantenimiento, áreas para su funcionamientos y las áreas comercialización como productos agroalimentarios, complementarios y otros servicios que se implanten, se puede apreciar las zonas que se enfrentan los mercados mayoristas en el grafico número 7.

GRÁFICO 6

Zonas del Mercado Mayorista



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

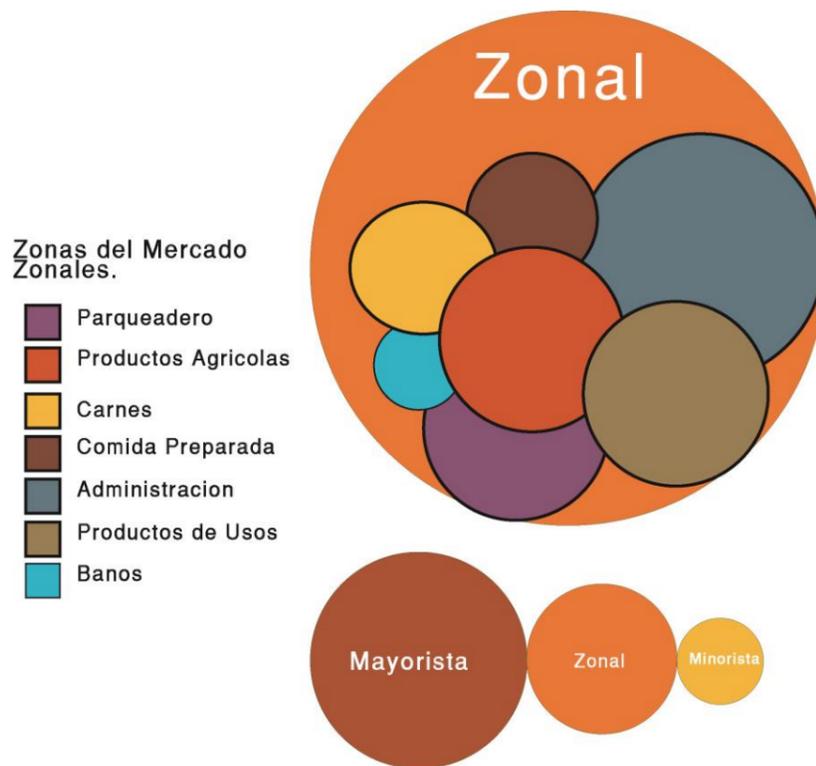
2.1.6 MERCADO ZONAL

Si bien la distribución política no tiene ningún alcance específico del desarrollo de la comercialización, se analiza a la comercialización zonal con alcances de administraciones zonales, esto nos ayuda a percibir las diferentes necesidades del desarrollo de comercialización.

El mercado zonal se caracteriza por tener diferentes actividades para el desarrollo del comercio entre las principales actividades tenemos: comercialización de productos agrícolas, carnes, comida, otros productos de usos, baños, administración, parqueaderos, En el grafico número 8 se especifica los usos.

GRÁFICO 7

Zonas del Mercado Zonal.



Fuente: Elaboración propia

2.1.7. MERCADO MINORISTAS

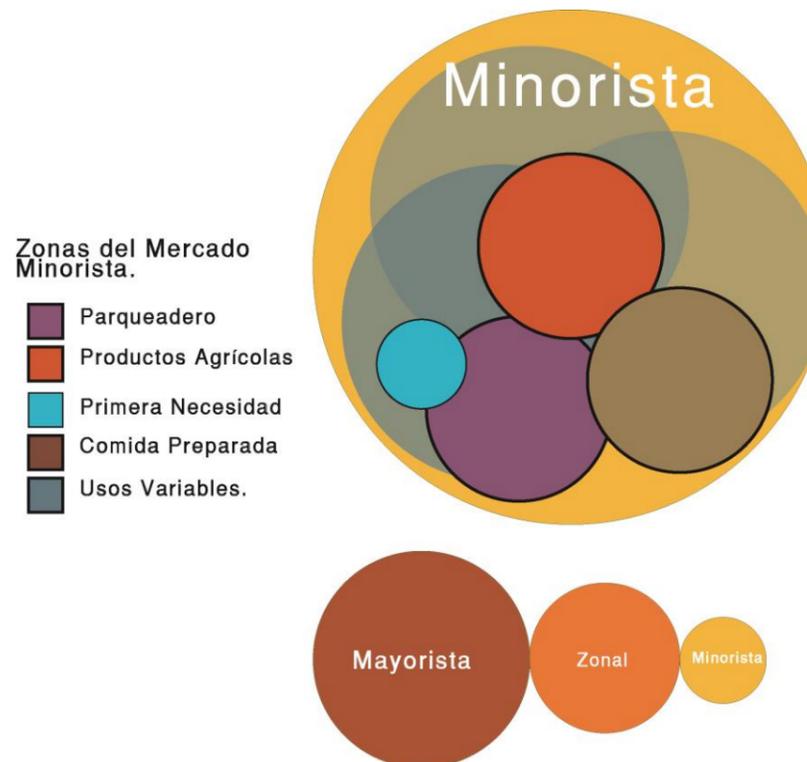
Esta caracterización de mercado ayuda a distinguir cual es las actividad que permiten integrar los espacios de comercialización, el mercado minorista es uno de los

mercados que se interrelaciona por sus características sociales y culturales que tiene la zona, esto nos determina las diferentes actividades y usos dentro del mercado, Sin lugar a duda la compatibilidad de usos es lo más importante.

Este mercado se especifica por tener ligado a la sociedad por su apropiación del espacio, los usos pueden ser variables como comercialización de productos agrícolas, restaurantes, productos de primera necesidad, baños y acompañando sus respectivos parqueadero etc.

GRÁFICO 8

Zonas del Mercado Mayorista



Fuente: Elaboración propia

2.1.8 ESTRATEGIA MERCANTIL.

Sin lugar a duda los locales comerciales a diferencia de los mercados tienen alcances que nos permite entender su caracterización adecuado y en un mejor marketing la venta de productos, desde un punto de vista comercial esto nos esta visualización de ventas y de usos da lugar a un mejor juego en la oferta y demanda.

Desde un punto de vista mercantil lo más importante del desarrollo económico está la planificación que permite alcanzar diferentes objetivos, el planteamiento coherente adecuados de estrategias logra su objetivo que es captar la mayor cantidad de clientes para lograr estos alcances mercantiles de manera resumida la subdividen en: Entorno Nacional; sector específico y; El consumidor.

Entorno Nacional

En el entorno nacional, se analiza todos los aspectos que nos ayudan a establecer una estrategia mercantil, Se analiza las decisiones gubernamentales, marcha de la economía, la violencia, la pobreza, las increíbles innovaciones tecnológicas, Estos análisis nos refleja entender cuáles son los objetivos a nivel nacional para el desarrollo de la comercialización.

Sector Específico

En el sector específico, el entorno de desarrollo mercantil, causan diferentes efectos el análisis de tipos de productos, servicios la competencia, la producción los costos, y las tendencias de los consumidores.

El Consumidor

El consumidor, este espacio es el más importante ya que se da la aprobación, al tipo de comercialización esto genere una pauta muy importante, El comprador es el objetivo de la comercialización.

GRÁFICO 9
Estrategia Mercantil



- Entorno nacional, caracterizado por analisis economico, politicas gubernamentales, violencia, pobreza, tecnologia.
- Sector Especifico, analisis del sector, produccion, caracteristica de la poblacion.

Fuente: Elaboración propia

2.1.9. EVOLUCIÓN DE LAS FORMAS COMERCIALES.

La evolución de las formas se analiza desde varios puntos de vista, la comercialización se reinterpreta como un contenedor de producto, los que nos ayuda a entender cuál es la característica de la comercialización mayorista-minorista.

Como lo detalla Javier Casares Ripol, Víctor J, Martín Cerdeño. Las diversas teorías sobre la evolución de las formas comerciales minoristas han centrado la atención en la diferenciación de las mismas en lo relativo al surtido, precio, calidad del servicio, localización y otros patrones relevantes de desenvolvimiento competitivo. Ahora bien, las nuevas tendencias observables en el desarrollo de los formatos en el siglo XXI parecen apuntar en una nueva dirección interpretativa estrechamente vinculada con la concepción de las maclas.

“Mutatis mutandis” se puede observar como los distintos formatos comerciales minoristas, sobre todo los correspondientes a la venta de productos de gran consumo, se desenvuelven en una atmósfera de compenetración y superposición de sus estrategias comerciales. (Casares, 2015).

FOTOGRAFIA 5
Mercado Boqueria Barcelona evolución de las formas del Comercio.



Fuente: <https://es.pinterest.com/pin/387098530443253270/>

2.1.10. LAS PLAZAS COMO ESPACIO DE COMERCIALIZACIÓN

FOTOGRAFIA 6
Plaza de San Francisco de Quito



Fuente: <http://www.abritinecuador.com/miradas-sobre-quito-2/>

La plaza como espacio de comercialización, es la intervención del espacio público por naturaleza, ya que en la actualidad el centro de integración social tiene características muy importantes para la ciudadanía. El espacio público se generan diferentes actividades que nos ayuda a mejorar nuestro sentido de pertenecía, como lo analizamos en la fotografía número 6.

En diferentes partes del mundo las plazas, están regresando a formar parte de la comercialización, como es en Roma con las diferentes Piazzas, como la Piazza Vittorio, que da una característica muy única a esa plaza y se genera un espacio de comercialización, a continuación se muestra diferentes plazas=espacio público, como centros de comercialización.

2.1.11. COMERCIALIZACIÓN = INTERCAMBIO DE CULTURA

Si bien los mercados tienen objetivo el intercambio de productos, también procede a un intercambio de culturas, ya que la los productos obtenidos tienen un sentido de

pertenecía, por las diferentes características que tienen como: la extracción de los productos en los diferentes pisos climáticos que dan una respuesta a las diferentes provincias del Ecuador, generando un regionalismo disimulado, porque el intercambio de cultura también se genera en el instante que se comercializa los productos, de ahí viene diferentes expresiones como: Serrano come papa, etc., en este punto puedo decir que la comercialización responde a un intercambio de cultura.

La comercialización tiene un enlace directo con el espacio público, ya que en la evolución de las ciudades el espacio determinado para intercambio de productos eran espacios públicos como: plazas, calles, etc.

De acuerdo a la evolución de las ciudades se empezó a desarrollar espacios determinados para la comercialización. Esta actividad tiene diferentes actitudes ya que se analiza desde un punto de vista socio – económico y empiezan a tener características urbanas, y se percibe diferentes problemas desde un punto de vista muy interesante para el desarrollo de la arquitectura, como el espacio para la comercialización, el cual generalmente carece de diseño, otro problema es el desarrollo de esta actividad en espacios determinados “el comercio ilegal.”

FOTOGRAFIA 7

Piazza Vittorio Intercambio Comercial.



Fuente: <https://croozader.wordpress.com/2013/05/30/rome-day-2/>

2.1.12 LA CULTURA.

Según la Real Academia Española cultura es: Conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial, en una época, grupo social, etc.

La cultura se entiende como el legado transmitido de generación en generación, visto desde diferentes enfoques sociales, la cultura es la mejor característica de la sociedad.

La cultura no solo nos ayuda a saber cuáles son las características sociales, la cultura permite comprender el desarrollo de diversas tendencias sociales, lo cual ayuda a fomentar la interrelación social existente.

En la actualidad se analiza cuáles son las tendencias sociales que nos ayudan a entender las características de la sociedad, en este punto se debe entender la importancia del desarrollo de las nuevas tendencias tecnológicas, ya que el acceso a la información es cada vez mejor, lo cual es bueno ya que para poder establecer un criterio, que se analizan desde distintas variables y nos ayuda a descubrir la verdad, pero no todo es bueno ya que el acceso fácil a la información nos permite acceder a información que no es veraz ni contrastada.

2.1.13 LA CULTURA EN QUITUMBE

Quitumbe es una de las Administraciones zonales muy importantes para el desarrollo de la ciudad, pero esta área de la ciudad tiene algunas características que no se encuentran fácilmente en otros lugares de la ciudad de Quito.

El desarrollo de la cultura en Quitumbe va ligada desde varios puntos de vista, ya que las nuevas tendencias sociales nos ayudan a comprender cuál es la característica de esta zona, como lo detalla Johanna Mahuth Tafur, “De desarrollo y cultura, seguramente se ha revisado diferentes escenarios, momentos y hechos, tanto en lo que entendemos hoy por desarrollo humano como en su relación con cultura.” Ella detalla lo siguiente.

FOTOGRAFIA 8

Plaza Quitumbe centro de desarrollo cultural en Quitumbe.



Fuente: fotografía Propia.

1.- Relevancia y defensa de la diversidad cultural existiendo en interconexión entre diversidades.

2.- Nuevas centralidades de la cultura que surgen al pedirle a la cultura que dialogue y a su vez de explicación de cada vez más fenómenos sociales. Entonces la cultura se mueve del margen al centro en temas que hace 20 años no eran significativos. Identifico cinco (5) de estas nuevas centralidades que afectan el consumo cultural:

a. Rol de la cultura dentro de la producción de bienes y servicios y su consumo (culturización de la economía);

b. Nuevas relaciones entre capitalismo y cultura (capitalismo cognitivo), entendidas como formas de trabajar. Se habla de “explotar las capacidades creativas de la sociedad para apropiárselas de modo privado a partir de las leyes de propiedad intelectual.

c. Ciudadanías que se reconocen más allá de las fronteras del Estado–Nación. Básicamente se da al identificarse la necesidad de resolver problemas que trascienden las opciones de solución políticas de su país.

d. La cultura debe darnos un referente, que nos explique nuestro lugar en la sociedad y sus intercambios. Frente al salto ideológico que actualmente genera una crisis, tanto por los cambios tecnológicos que muestra incertidumbre en estados de cultura. Crisis social, económica, cultural, educativa, plural y compleja. Que como señala puede ser casi patológica por asumir que todo es posible

e. El poder de las tecnologías actuales incide en el factor virtual y en referentes como son la aceleración del tiempo – ritmos humanos y la aceleración que imponen las nuevas tecnologías - ; el espacio virtual – las experiencias físicas frente a las virtuales; la función BIO como dimensión de manipulación

3.- Aumento en las escalas comunicativas, cambios y nuevos medios de producción e innovación en los géneros y productos de contenidos culturales. (Tafur, 2015).

3. REPERTORIO

3.1. MERCADO LAS CUADRAS

El mercado las cuabras es un mercado de características zonales, es importante analizar el mercado las cuabras ya que parece a una de las agencias de distribución zonal, respecto a los usos y su relación con el entorno.

FOTOGRAFIA 9

Vista aérea de mercado las Cuabras.



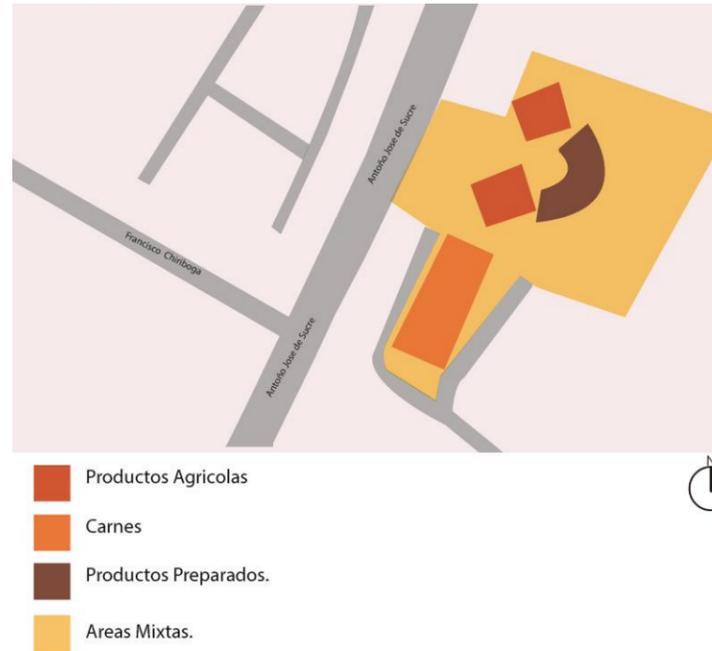
Fuente: google maps

Este mercado zonal, cumple con diferentes usos como, comercialización de productos agrícolas, comercialización de Carnes, comercialización de productos preparados.

Estos son los usos destinados a este característica de mercados zonales, a continuación voy a detallar cual es el estado actual del espacio y su función.

El mercado las cuabras tienen una característica de comercialización zonal, su demanda proviene de áreas ubicadas a más de un kilómetro, el usuario puede llegar a pie o en automóvil, está atendido por un sistema de transporte colectivo urbano y extra urbano.

GRÁFICO 10
Centro de Comercialización las Cuabras



Fuente: fuente Propia.

FOTOGRAFÍA 10
Áreas de Productos Agrícolas.



Fuente: fuente Propia.

FOTOGRAFÍA 11
Áreas de Productos Preparados.

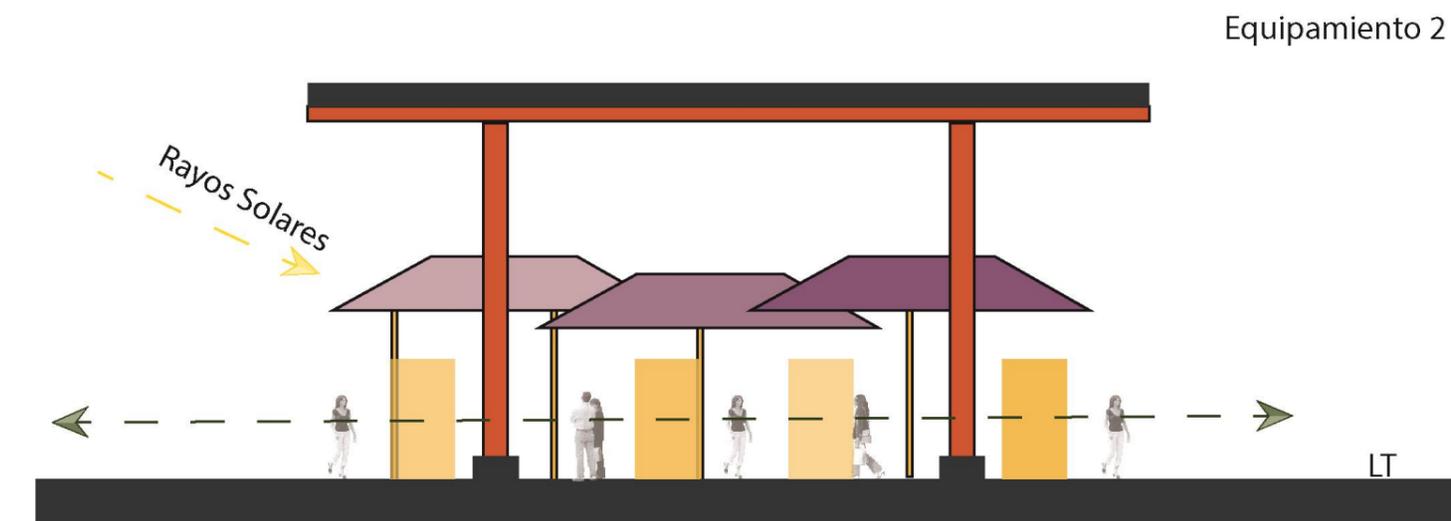
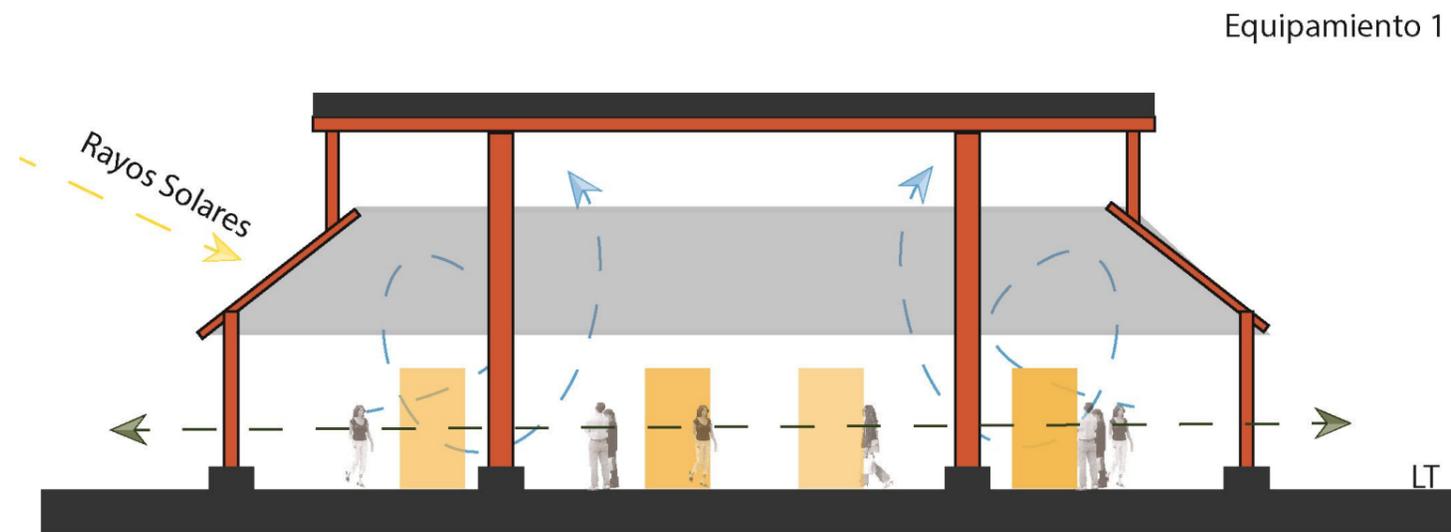


Fuente: fuente Propia.

FOTOGRAFÍA 12
Áreas de Productos Preparados.



Fuente: fuente Propia.



PRODUCTOS AGRÍCOLAS.

En este espacio se observa los diferentes productos que se comercializan, los productos que más se venden son los de la sierra, como se visualiza la fotografía 8 observamos los tipos de espacio, los productos y sistemas constructivos.

En este espacio es importante analizar cómo funciona el equipamiento, actualmente está destinado a la comercialización de productos agrícolas, aproximadamente tiene 25 puestos.

El espacio de comercialización de productos agrícolas se observa que tiene 2 equipamientos que se desarrollan de diferente manera, estos equipamientos tienen diferentes tipos de morfología lo cual ayuda a comprender sus distintas funciones.

El equipamiento 1 se observa que la iluminación natural es importante.

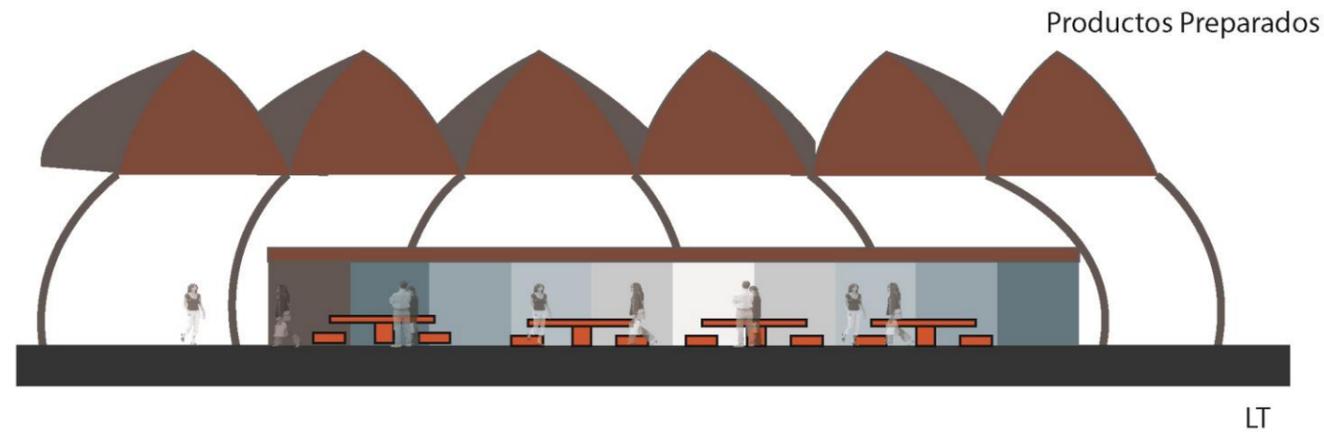
En los lados laterales tiene unas viseras que ayudan a protegerse del sol y lluvia, además tiene unas aberturas en la parte superior de las visceras lo que aporta con la ventilación. (Grafico 12)

El equipamiento 2 tiene una cubierta que nos ayuda a protegernos del sol sin embargo por la altura que posee tiene ciertas fallas que los vendedores solucionan incrustando unas carpas desmontables para la protección del sol y de la lluvia. (Grafico 12)

Los 2 equipamientos poseen el mismo sistema constructivo, utilizan hierro para poder conseguir unas extensas luces y altura.

Fuente: fuente Propia.

GRAFICO 12
Áreas de Productos Preparados.



PRODUCTOS PREPARADOS.

Este espacio está destinado a la venta de comida rápida. La característica de este equipamiento es consumir productos de comida preparada. Este espacio posee aproximadamente 22 locales pequeños de comida rápida.

En sistema constructivo se caracteriza por el uso de una tela que ayuda a cubrir con una distribución radial, en el centro de este espacio existe una plaza, este espacio tiene unas mesas que ayuda a la distribución de alimentos, los tipos de alimentos que se sirven son los siguientes, jugos, comida rápida tradicionalmente. (Grafico 13)

GRAFICO 14
Áreas de Productos carnes.



Fuente: fuente Propia.

DISTRIBUCIÓN DE CARNES.

Este espacio es uno de los más conflictivos dentro del Mercado Las Cuadras. Este equipamiento tiene una carencia de ventilación lo cual produce un nivel de confort bajo, lo cual es muy importante analizar cuáles son las causas para este problema. La comercialización de las carnes es uno de los equipamientos más difícil de comercializar porque su nivel de descomposición es rápido lo que genera ciertos olores desagradables.

Esta causa de olores se da porque el techo de este equipamiento es una placa colaborante, con la relación del sol esto puede generar una falta de ventilación, este equipamiento tiene un número de locales aproximado de 18. (Grafico 14).

3.2 MERCADO DEL BUEN VIVIR EN URUCUQUÍ

Mercado está ubicado en la provincia de Imbabura en el cantón de Urucuquí, parroquia de Urucuquí, con 15888 mil Habitantes en todo el Cantón según el censo del 2010.

Urucuquí donde actualmente se desarrolla un proyecto emblemático para el desarrollo de Ecuador, este proyecto es la Ciudad del Conocimiento Yachay, este proyecto cumple con una estrategia fundamental para el desarrollo de la Educación.

“El Plan Maestro define los lineamientos fundamentales para la construcción de una ciudad planificada, diseñada para brindar comodidad al ser humano, en armonía con la naturaleza y con espacios adecuados para la generación de conocimiento.” (Empresa Publica Yachay, 2015)

El Mercado de Urucuquí es un mercado que cumple con las características de un mercado Minorista, por el número de habitantes que tiene y las características de la ciudad.

FOTOGRAFIA 13
Mercado de Urucuquí.

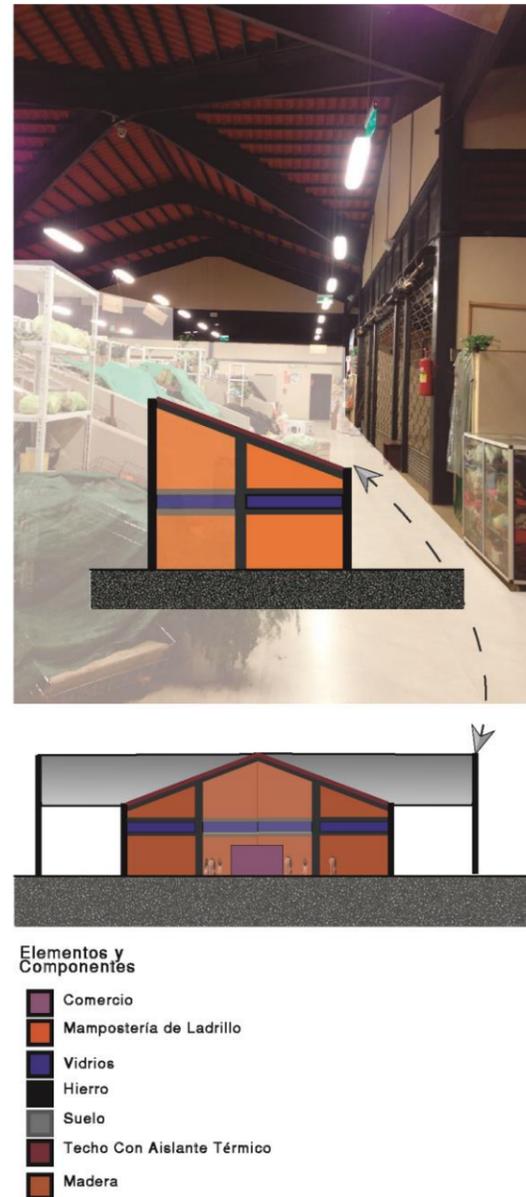


Fuente: fotografía Propia

ELEMENTOS Y COMPONENTES.

El mercado de Urucuquí es uno de los mercados más nuevos inaugurado el 7 de febrero del 2014, este centro de comercialización tiene diferentes materiales que se utilizaron para su elaboración, el material principal que se usa es el hierro, lo que ayuda a brindar grandes luces, además de utilizar mampostería de ladrillo y diferentes tratos de pisos, en el techo.

GRÁFICO 13
Elementos y Componentes.



Fuente: Elaboración Propia

FUNCIONALIDAD.

Este mercado posee diferentes espacios que son: Áreas de comercialización, baños, administración, canchas usos múltiple, bodegas, área de descarga, desechos, espacio público, estos espacios están relacionados con diversas actividades que realizan el mercado.

GRAFICO 14
Funcionalidad.



Fuente: Elaboración Propia

GRÁFICO 15
Funcionalidad.



INTEGRACIÓN.

La integración del proyecto es muy importante ya que el proyecto está relacionado con casas que tienen diferentes sistemas constructivos, los más utilizados son adobe y tapial, pero el entorno tiene diferentes características de integración que son los techos inclinados de diferentes materiales.

GRAFICO 16
Integración.

Fotografía Del entorno



Corte Esquemático



Fuente: Elaboración Propia

FOTOGRAFIAS DEL PROYECTO

FOTOGRAFIA 14
Mercado de Urcuquí.



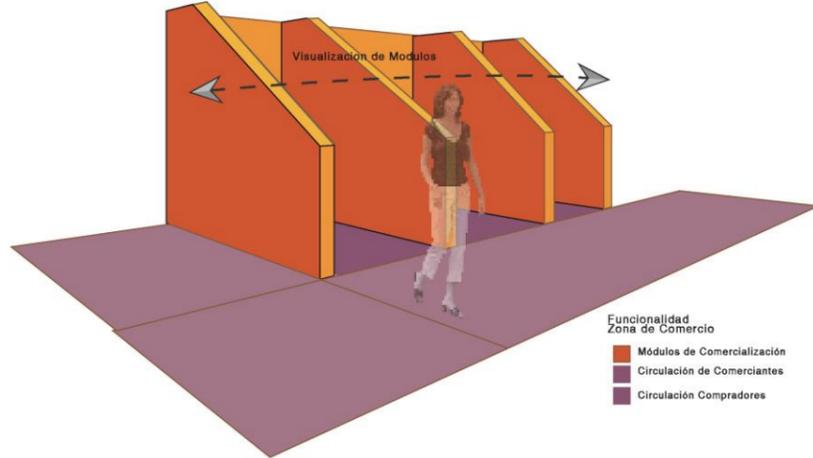
Fuente: Elaboración Propia

FOTOGRAFIA 15
Mercado de Urcuquí.

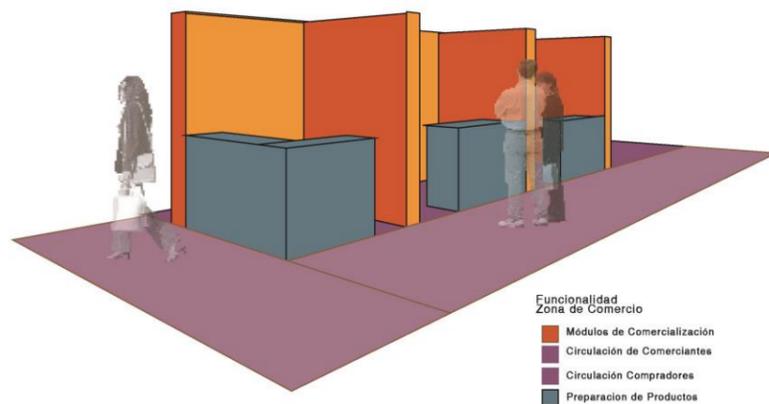


Fuente: Elaboración Propia

Módulos de Comercialización Productos zonales



Módulos de Comercialización Productos Preparados

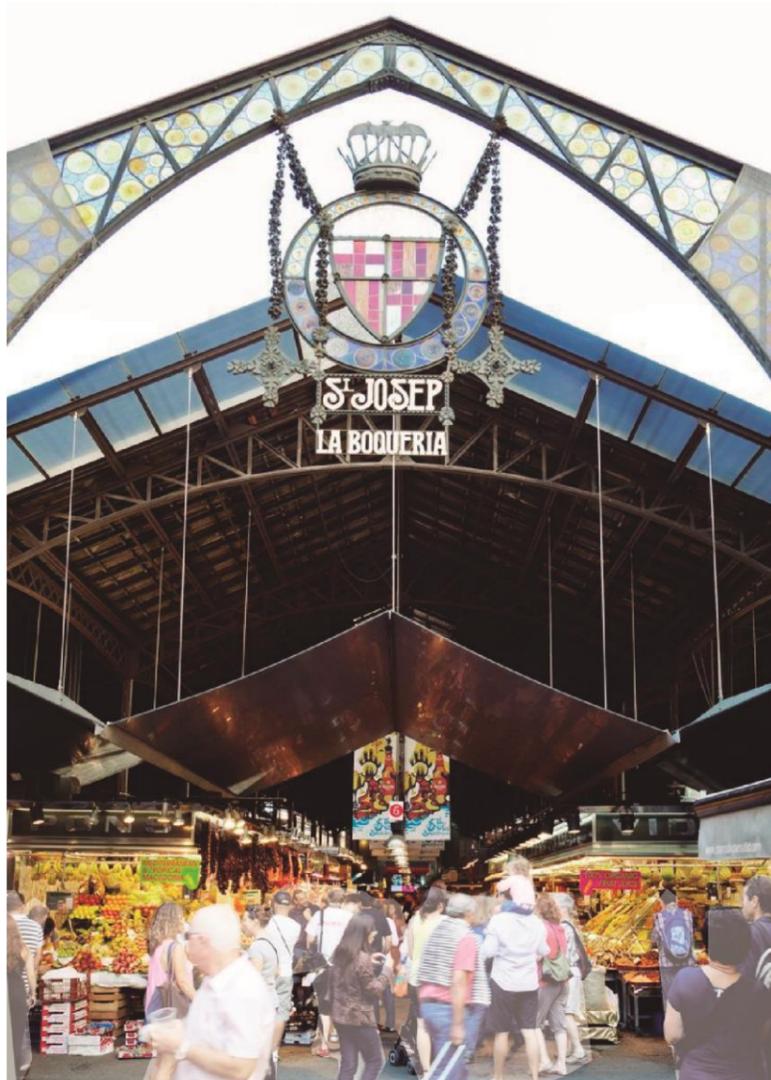


Fuente: Elaboración Propia

3.3 MERCADO LA BOQUERIA BARCELONA.

“La Boqueria no sólo es el mercado total, sino también un itinerario humano en el que vendedores y compradores posan para la retina del mirón que les sorprende en los mejores gestos, en las mejores interpretaciones de vendedores y compradores. “Manuel Vázquez Montalbán Escritor

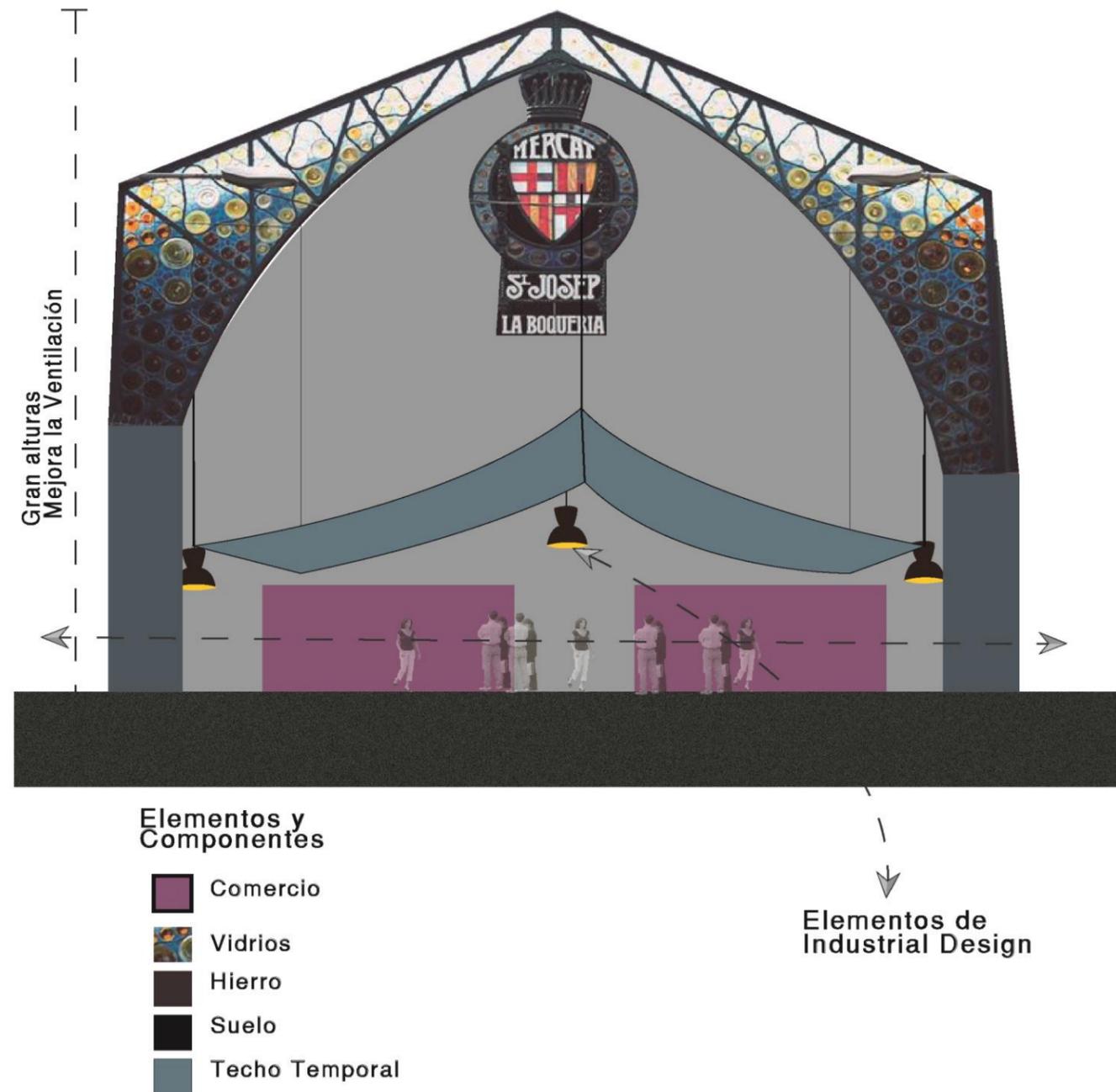
GRAFICO 17
Mercado la Boqueria.



Fuente <https://es.pinterest.com/pin/45739752438462906/>

ELEMENTOS Y COMPONENTES.

GRAFICO 18
Mercado la Boqueria Elementos y Componentes.



Fuente Elaboración Propia

FUNCIONALIDAD

GRAFICO 19
Funcionalidad mercado la Boqueria.



Fuente página oficial la boqueria

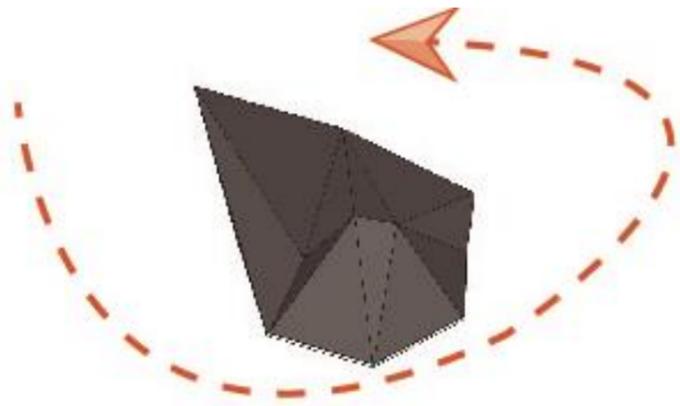
4 CONCEPTUALIZACIÓN

El desarrollo conceptual va ligado a dos análisis estratégicos, Estos análisis son:

4.1 ESTUDIO DE PIEZAS ARQUEOLÓGICAS ENCONTRADAS DENTRO DE QUITUMBE.

Estos elementos se llaman maclas, las maclas son cristales fusionados entre 2 o más cristales, este concepto me permite analizar cuáles son las características formales de esos cristales que son:

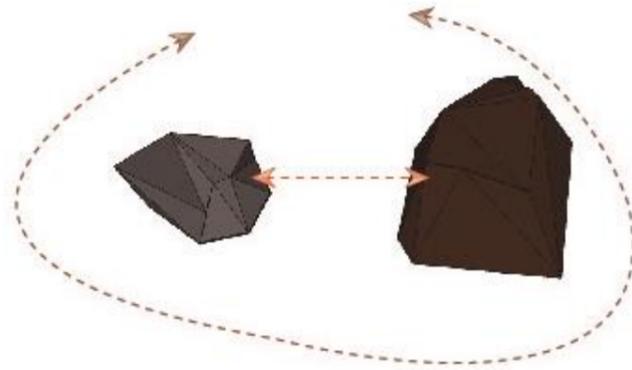
Esquema 1
Los Cristales.



Fuente elaboración propia.

Para poder entender las maclas se debe entender las características de los cristales, los cristales son elementos que pertenecen con caras planas ejemplo la sal, los cristales forman planos exactos sin figuras circulares.

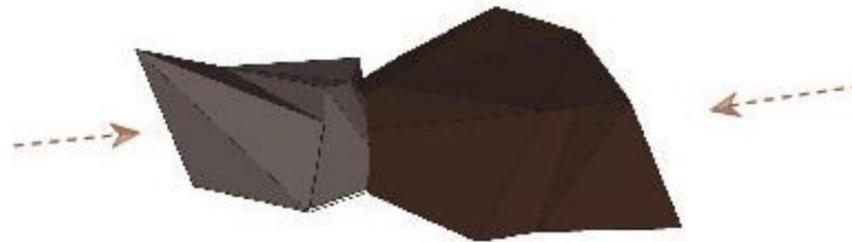
Esquema 2
Identificación de los cristales



Fuente elaboración propia.

Para la formación de las maclas se debe identificar cuáles son los cristales que cumplen la función de fusión. Esto me permite analizar cuáles son los elementos dispuestos a fusionarse y además a identificar diferentes zonas.

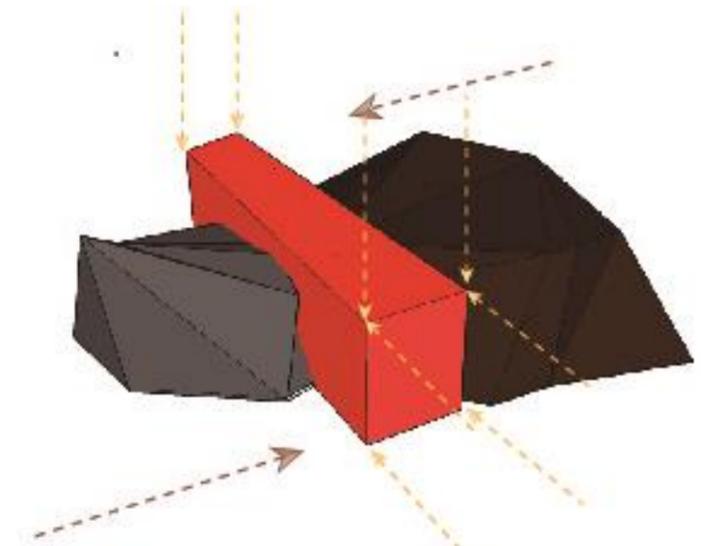
Esquema 3
Fusión de los cristales.



Fuente elaboración propia.

La fusión de los cristales son las maclas y los elementos internos forman parte a la fusión de los elementos.

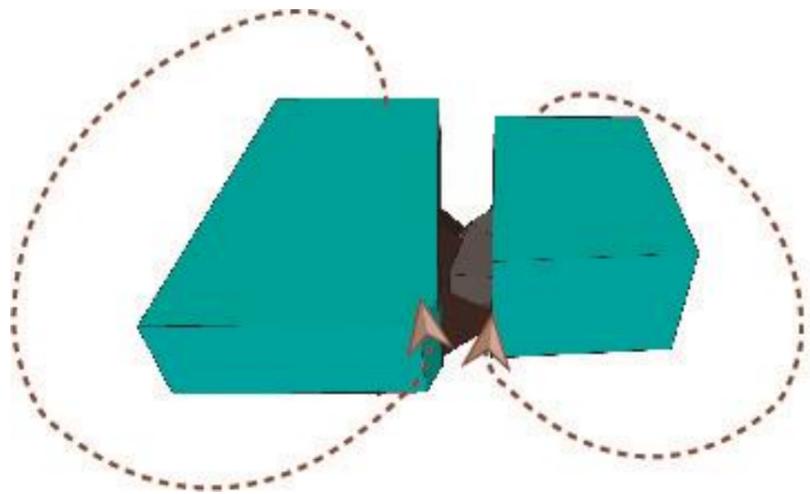
Esquema 4
Fusión de los cristales.



Fuente elaboración propia.

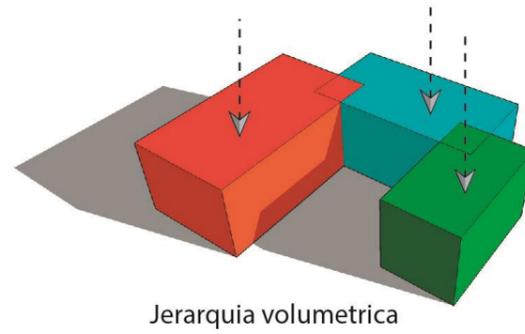
Estos cristales tienen un elemento importante para su desarrollo ese elemento es la fusión de los cristales, la interacción de estos cristales empieza a identificarse como un solo elemento.

Esquema 5
Fusión de los cristales.



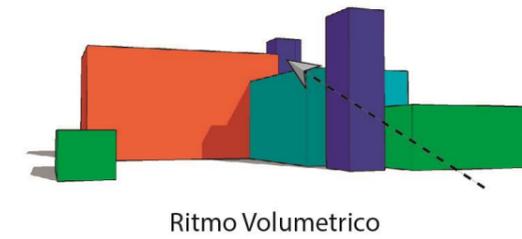
Fuente elaboración propia.

Esquema 7
Desarrollo Conceptual.



Fuente elaboración propia.

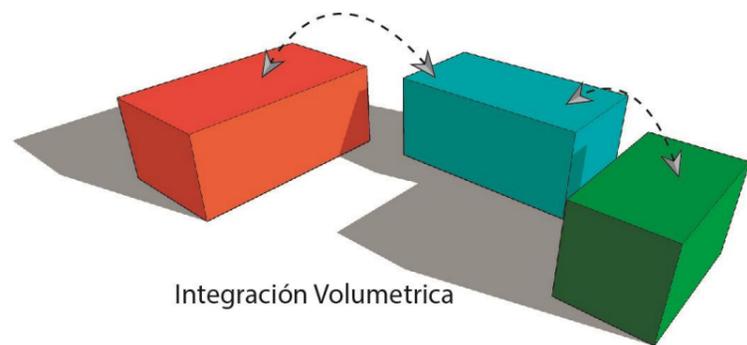
Esquema 10
Desarrollo Conceptual.



Fuente elaboración propia

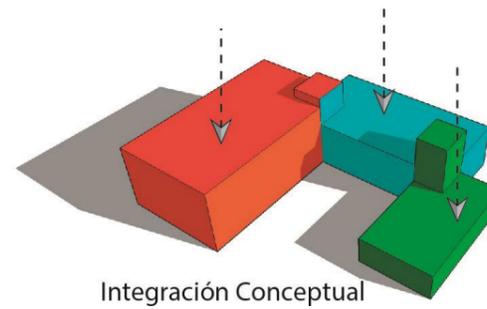
4.2 DESARROLLO CONCEPTUAL DEL PROYECTO

Esquema 6
Desarrollo Conceptual.



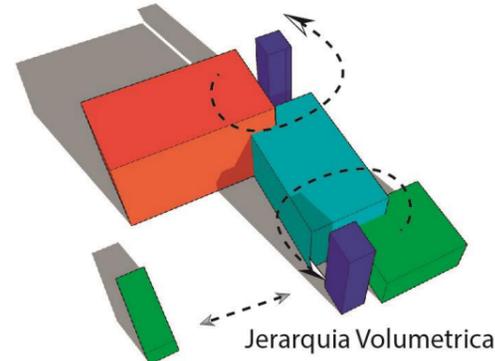
Fuente elaboración propia.

Esquema 8
Desarrollo Conceptual.



Fuente elaboración propia.

Esquema 9
Desarrollo Conceptual.



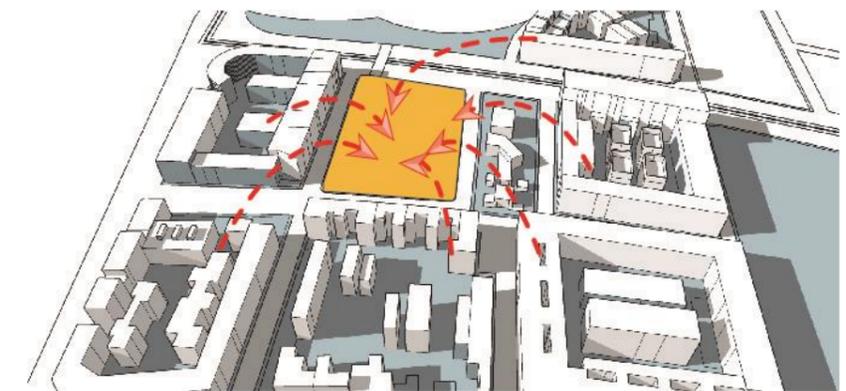
Fuente elaboración propia.

4.3 ESTUDIO URBANO DE PERMANECÍA Y ANÁLISIS DE TIPO MORFOLOGÍA URBANA.

Este estudio me permite análisis cuales son las potencialidades de las diferentes zonas, además los elementos de pertenencia histórica que poseen el sector.

Debemos de tomar en cuenta que esta zona tiene varios elementos que pertenecen, estos elementos detallan cuales son las características de la población.

Esquema 11
Análisis del entorno inmediato.

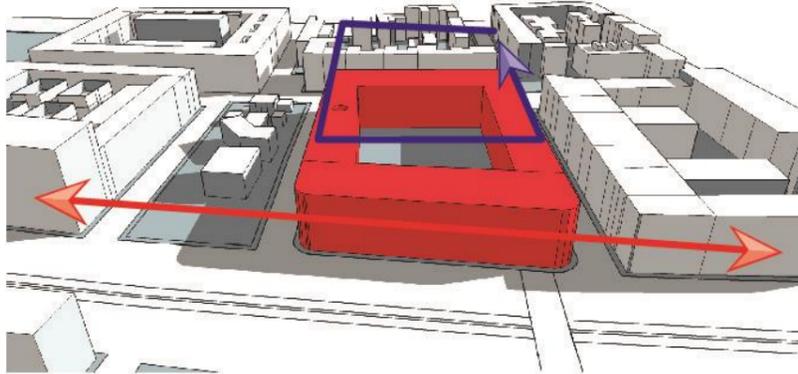


Análisis Del Entorno Inmediato

Fuente elaboración propia.

La tipo morfología urbana de la zona, me permite analizar cuáles son las falencias de la zona y el nivel de pertenecía del espacio público. La característica de las edificaciones, ayuda a comprender cuales son las áreas de apropiación del espacio público, para los habitantes de Quitumbe los espacios públicos son los espacios interiores de las edificaciones.

Esquema 12
Análisis del entorno inmediato.



Análisis Del Entorno Inmediato

Fuente elaboración propia.

En el esquema 7 podemos ver cuales seria el desarrollo de esa parcela vacantes lo cual causa un desarrollo similar a las edificaciones aledañas.

Esquema 13
Análisis del entorno inmediato.

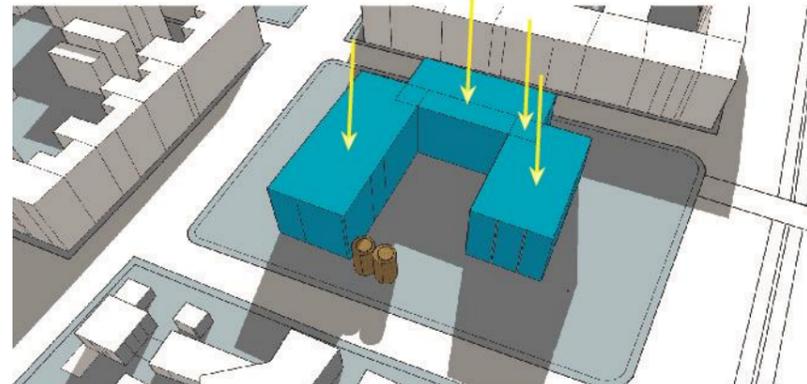


Potencialidad

Fuente elaboración propia.

En la zona analizada podemos observar que posee unos silos de ladrillo que perduraron en el tiempo además de la administración zonal Quitumbe que era una hacienda, los silos pertenecían a esa hacienda pero fueron separados para la conformación de las manzanas.

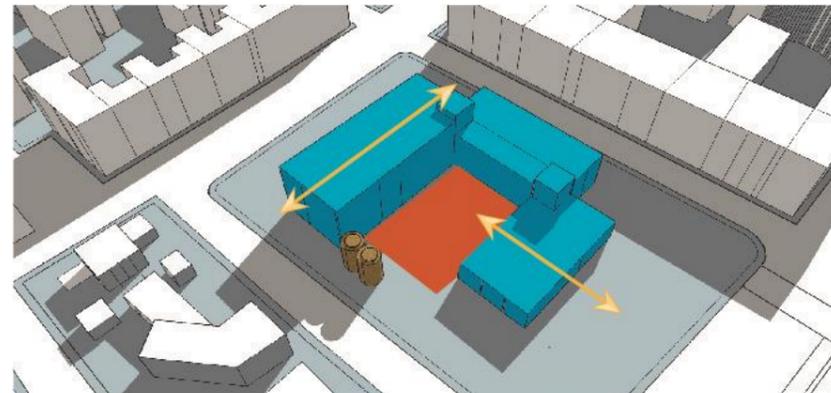
Esquema 14
Análisis del desarrollo Volumétrico.



Desarrollo Volumetrico

Fuente elaboración propia.

Esquema 15
Análisis del desplazamiento volumétrico.

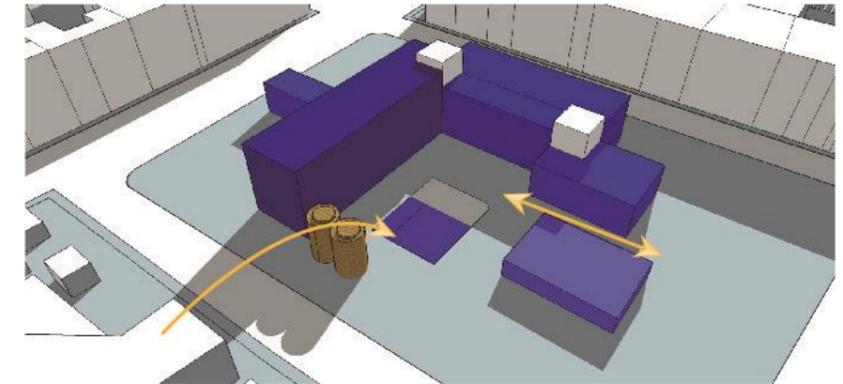


Desplazamiento

Fuente elaboración propia.

Esquema 16

Análisis del desarrollo Volumétrico.



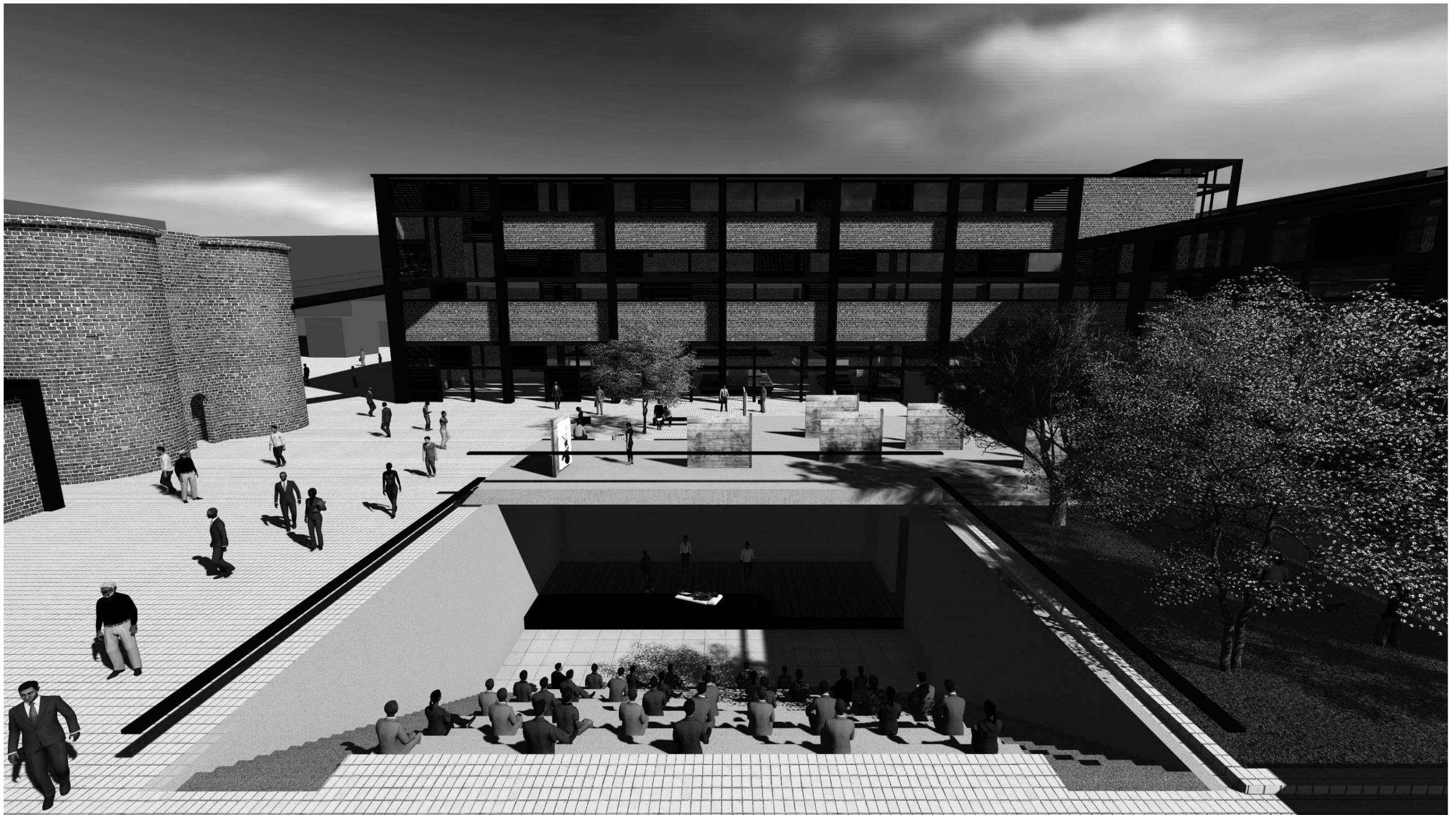
Fuente elaboración propia.

Esquema 17

Análisis del desarrollo Volumétrico.



Fuente elaboración propia.



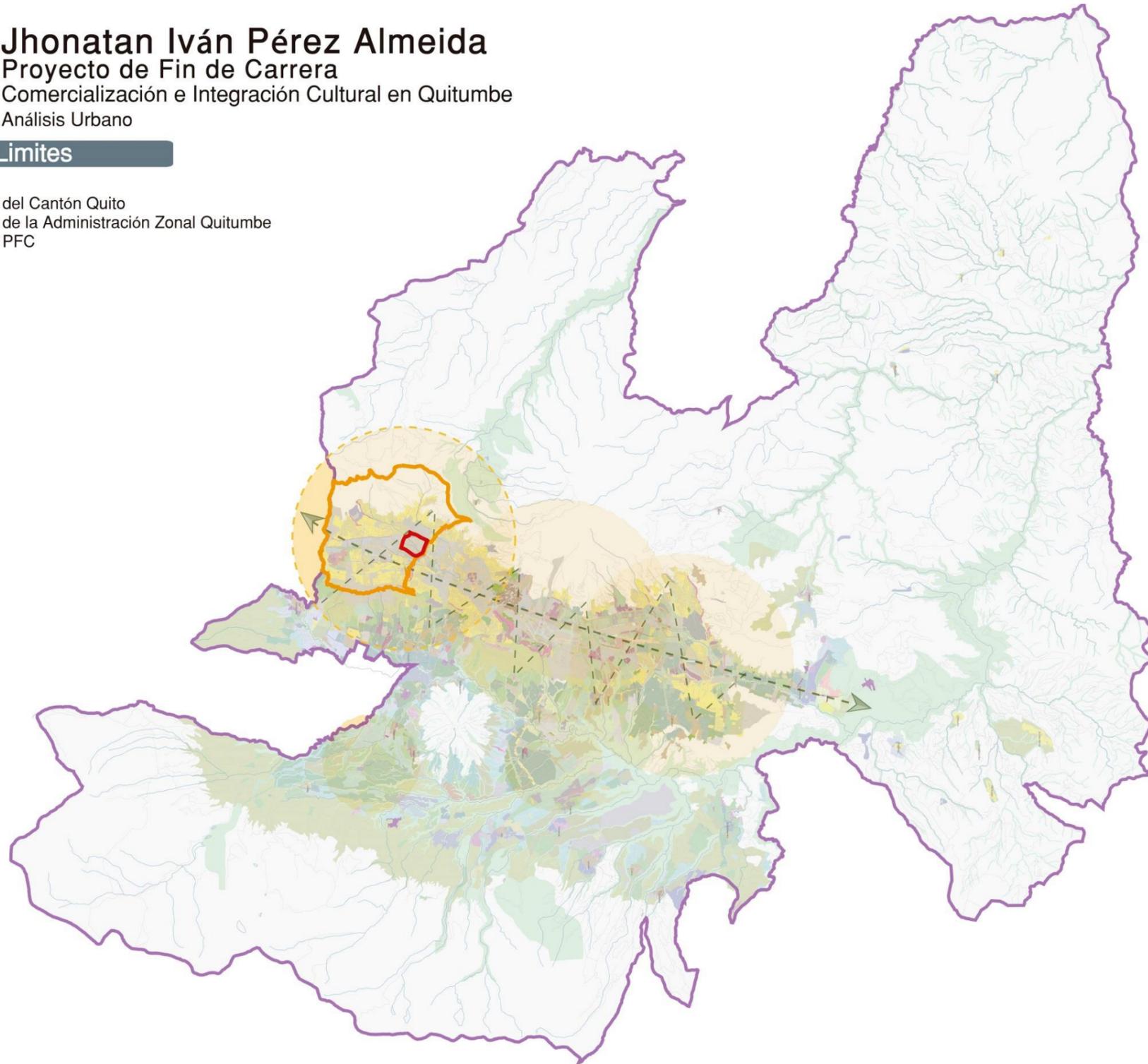
CAPITULO 3
Jhonatan Iván Pérez Almeida
Proyecto de Fin de Carrera
Comercialización e Integración Cultural en Quitumbe

CAPÍTULO III

ANÁLISIS Y PROPUESTA URBANA

01 Jhonatan Iván Pérez Almeida
Proyecto de Fin de Carrera
Comercialización e Integración Cultural en Quitumbe
Análisis Urbano
Limites

- Limite del Cantón Quito
- Limite de la Administración Zonal Quitumbe
- - Limite PFC





Jhonatan Iván Pérez Almeida

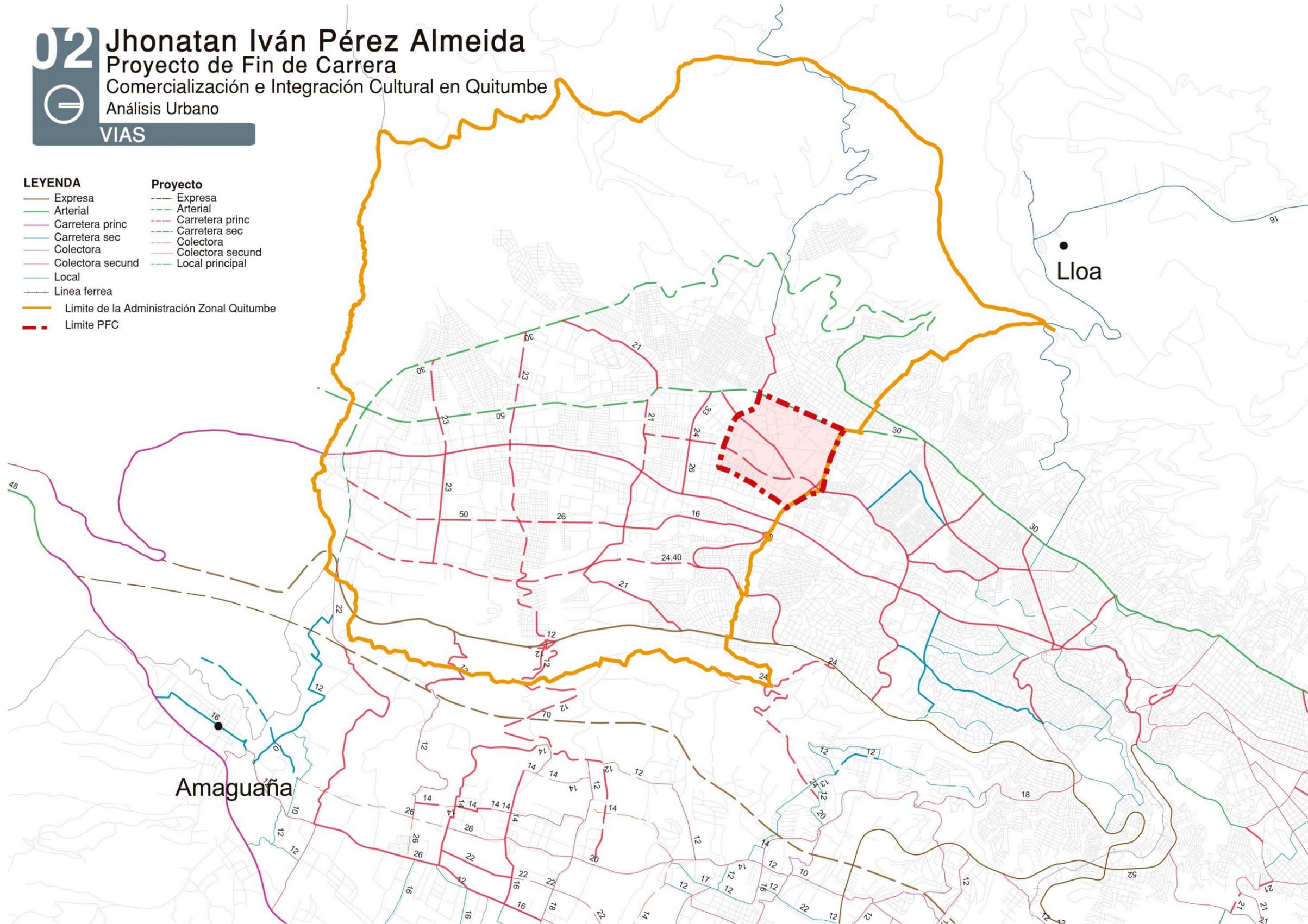
Proyecto de Fin de Carrera

Comercialización e Integración Cultural en Quitumbe

Análisis Urbano

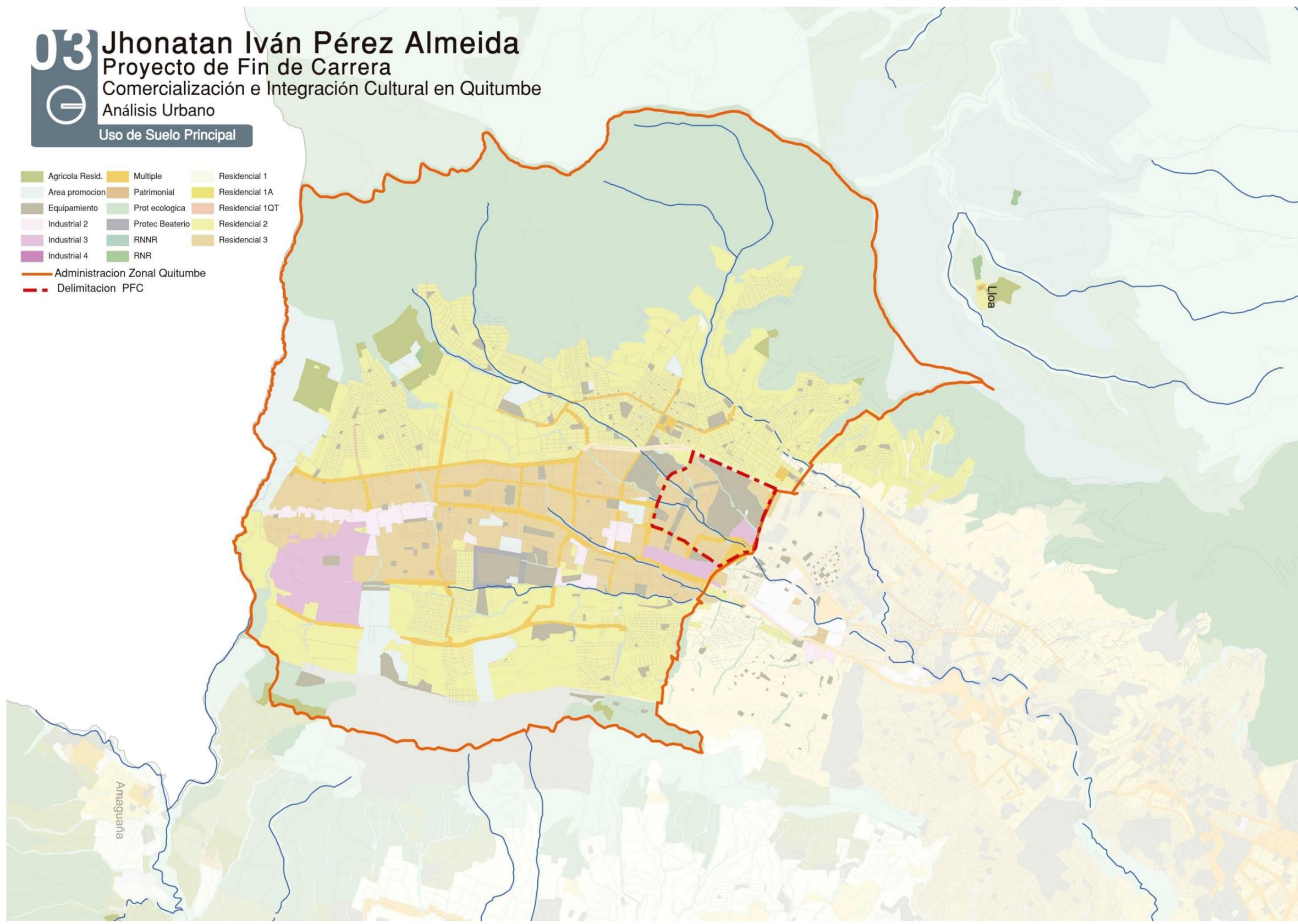
VIAS

LEYENDA	Proyecto
— Expresa	- - - Expresa
— Arterial	- - - Arterial
— Carretera princ	- - - Carretera princ
— Carretera sec	- - - Carretera sec
— Colectora	- - - Colectora
— Colectora secund	- - - Colectora secund
— Local	- - - Local principal
— Linea ferrea	
— Limite de la Administración Zonal Quitumbe	
— Limite PFC	



03 Jhonatan Iván Pérez Almeida
 Proyecto de Fin de Carrera
 Comercialización e Integración Cultural en Quitumbe
 Análisis Urbano
 Uso de Suelo Principal

- | | | |
|-------------------------------|-----------------|-----------------|
| Agrícola Resid. | Multiple | Residencial 1 |
| Area promocion | Patrimonial | Residencial 1A |
| Equipamiento | Prot ecologica | Residencial 1QT |
| Industrial 2 | Protec Beaterio | Residencial 2 |
| Industrial 3 | RNNR | Residencial 3 |
| Industrial 4 | RNR | |
| Administracion Zonal Quitumbe | | |
| Delimitacion PFC | | |



04

Jhonatan Iván Pérez Almeida

Proyecto de Fin de Carrera

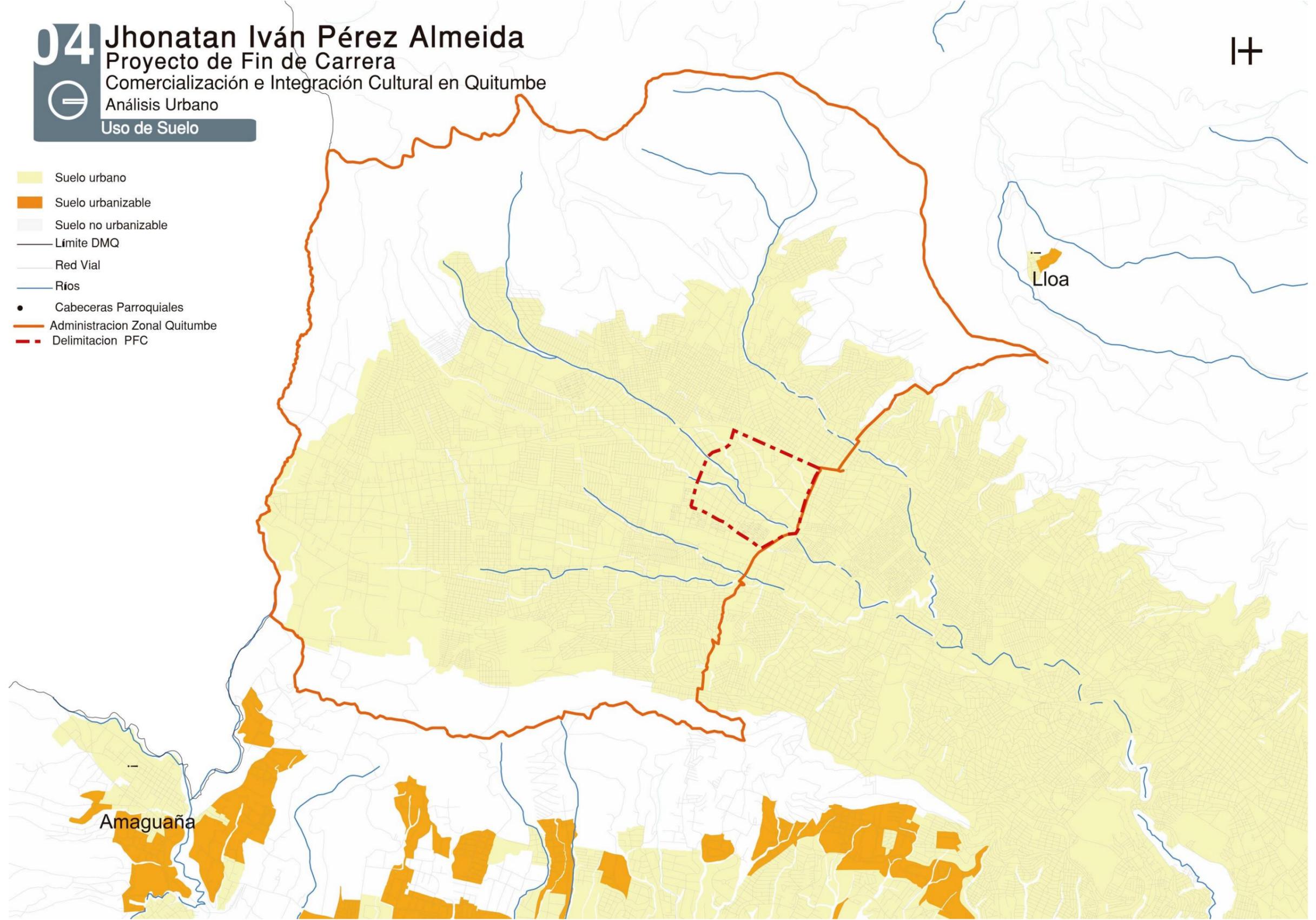
Comercialización e Integración Cultural en Quitumbe

Análisis Urbano

Uso de Suelo



- Suelo urbano
- Suelo urbanizable
- Suelo no urbanizable
- Límite DMQ
- Red Vial
- Ríos
- Cabeceras Parroquiales
- Administracion Zonal Quitumbe
- Delimitacion PFC





Jhonatan Iván Pérez Almeida

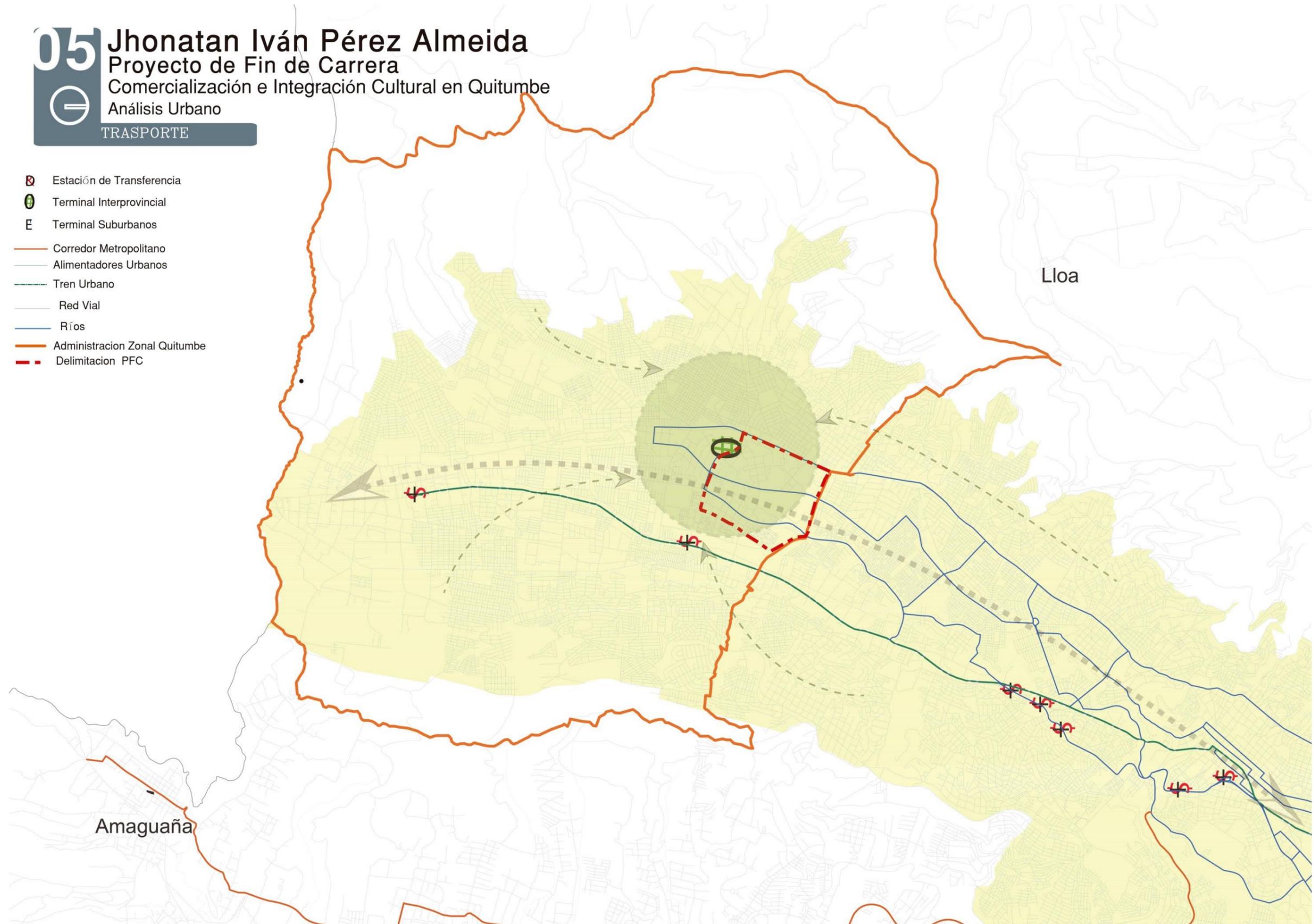
Proyecto de Fin de Carrera

Comercialización e Integración Cultural en Quitumbe

Análisis Urbano

TRANSPORTE

- Estación de Transferencia
- Terminal Interprovincial
- Terminal Suburbanos
- Corredor Metropolitano
- Alimentadores Urbanos
- Tren Urbano
- Red Vial
- Ríos
- Administracion Zonal Quitumbe
- Delimitacion PFC



06

Jhonatan Iván Pérez Almeida

Proyecto de Fin de Carrera

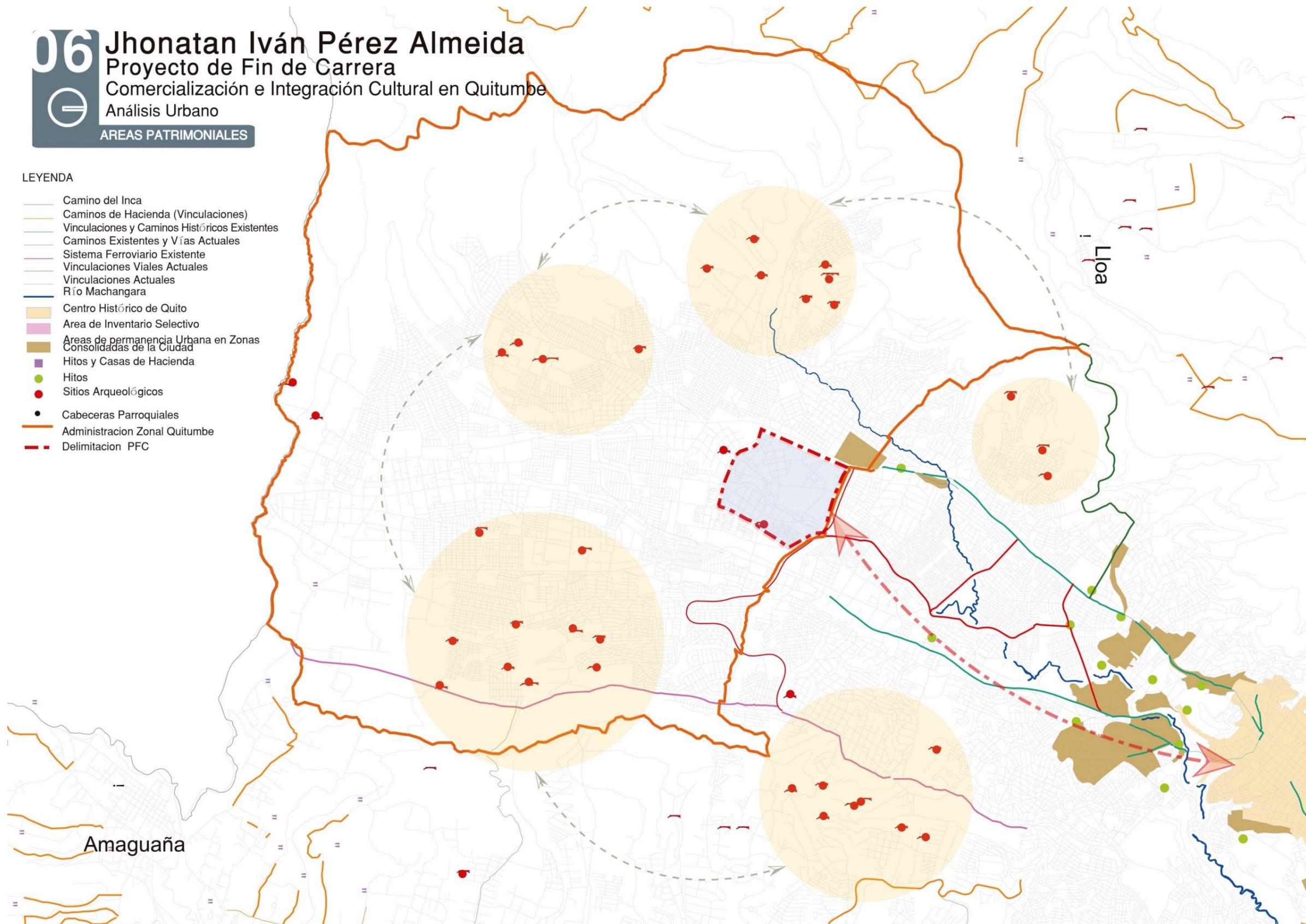
Comercialización e Integración Cultural en Quitumbe

Análisis Urbano

AREAS PATRIMONIALES

LEYENDA

- Camino del Inca
- Caminos de Hacienda (Vinculaciones)
- Vinculaciones y Caminos Históricos Existentes
- Caminos Existentes y Vías Actuales
- Sistema Ferroviario Existente
- Vinculaciones Viales Actuales
- Vinculaciones Actuales
- Río Machangara
- Centro Histórico de Quito
- Area de Inventario Selectivo
- Áreas de permanencia Urbana en Zonas Consolidadas de la Ciudad
- Hitos y Casas de Hacienda
- Hitos
- Sitios Arqueológicos
- Cabeceras Parroquiales
- Administración Zonal Quitumbe
- Delimitación PFC





Jhonatan Iván Pérez Almeida

Proyecto de Fin de Carrera

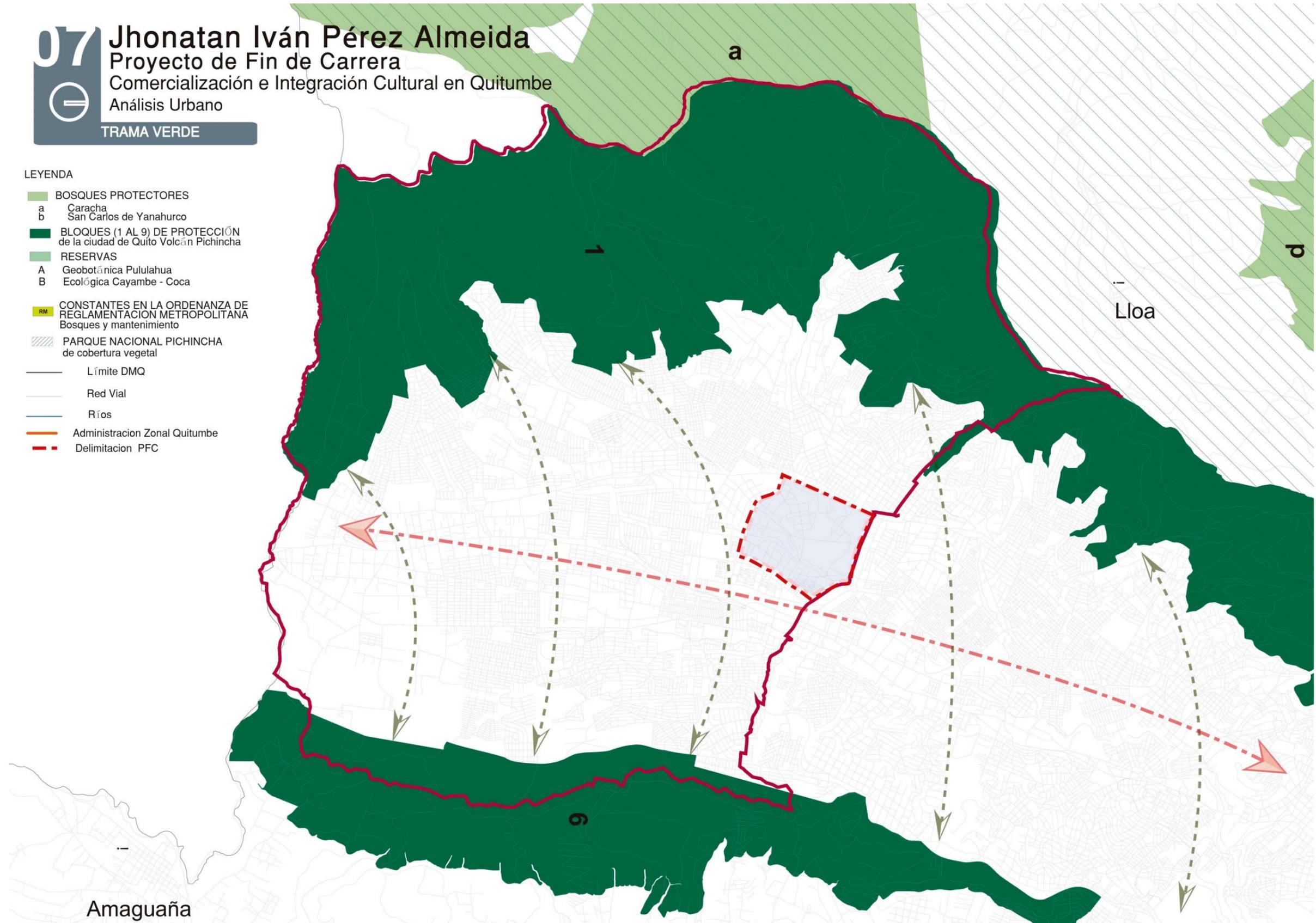
Comercialización e Integración Cultural en Quitumbe

Análisis Urbano

TRAMA VERDE

LEYENDA

- BOSQUES PROTECTORES
 - a Caracha
 - b San Carlos de Yanahurco
- BLOQUES (1 AL 9) DE PROTECCIÓN de la ciudad de Quito Volcán Pichincha
- RESERVAS
 - A Geobotánica Pululahua
 - B Ecológica Cayambe - Coca
- CONSTANTES EN LA ORDENANZA DE REGLAMENTACIÓN METROPOLITANA Bosques y mantenimiento
- PARQUE NACIONAL PICHINCHA de cobertura vegetal
- Límite DMQ
- Red Vial
- Ríos
- Administración Zonal Quitumbe
- Delimitación PFC



08

Jhonatan Iván Pérez Almeida

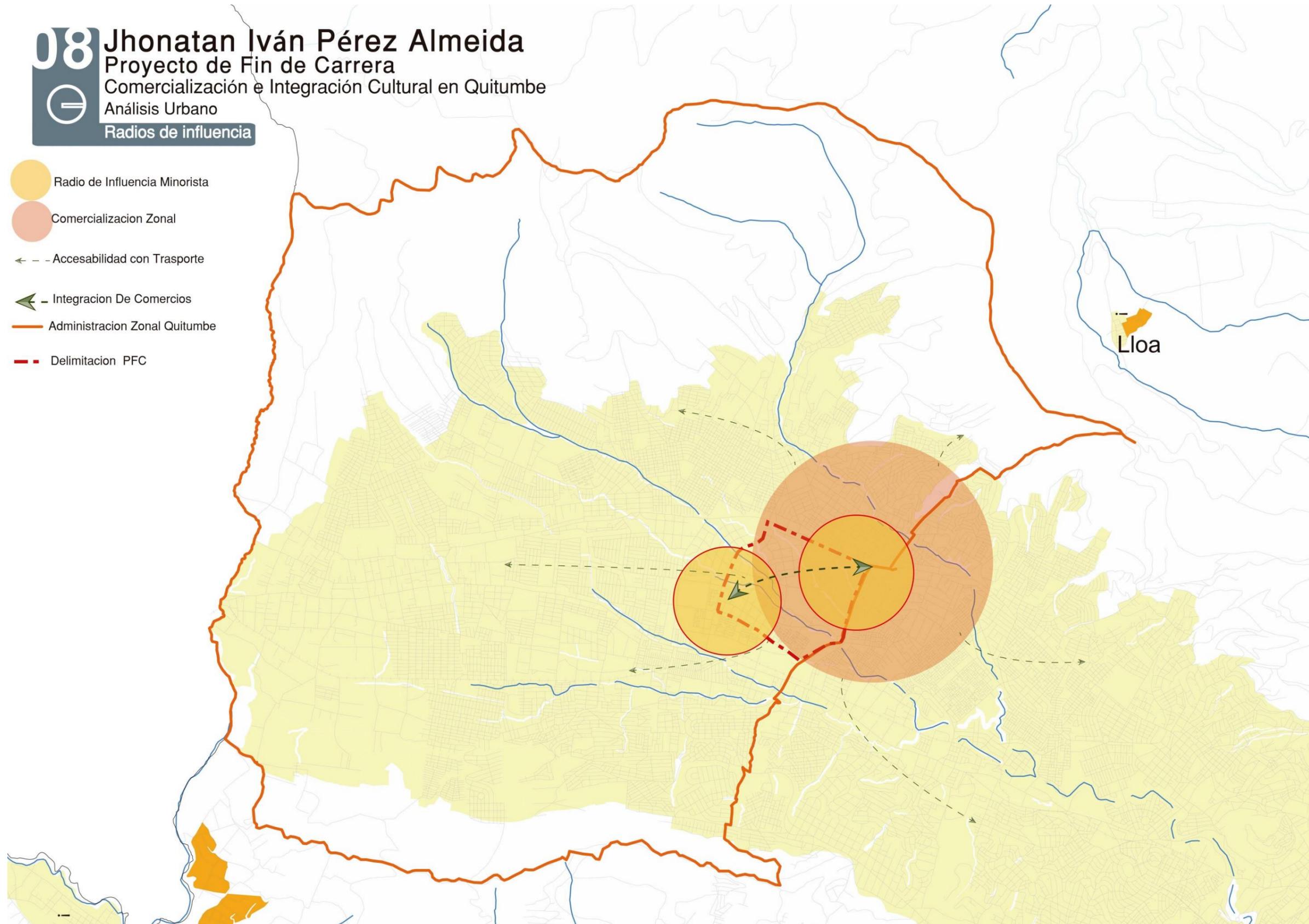
Proyecto de Fin de Carrera

Comercialización e Integración Cultural en Quitumbe

Análisis Urbano

Radios de influencia

-  Radio de Influencia Minorista
-  Comercialización Zonal
-  -- Accesabilidad con Transporte
-  -- Integración De Comercios
-  Administración Zonal Quitumbe
-  Delimitación PFC



09

Jhonatan Iván Pérez Almeida

Proyecto de Fin de Carrera

Comercialización e Integración Cultural en Quitumbe

Análisis Urbano Micro



Relación de Proyectos

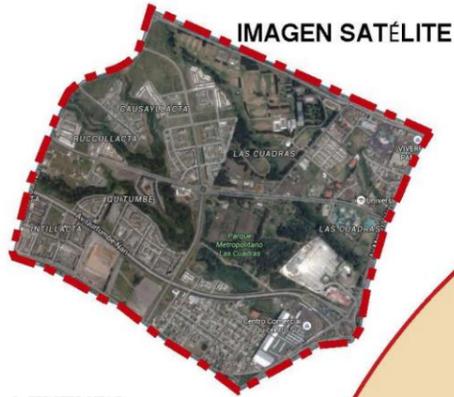
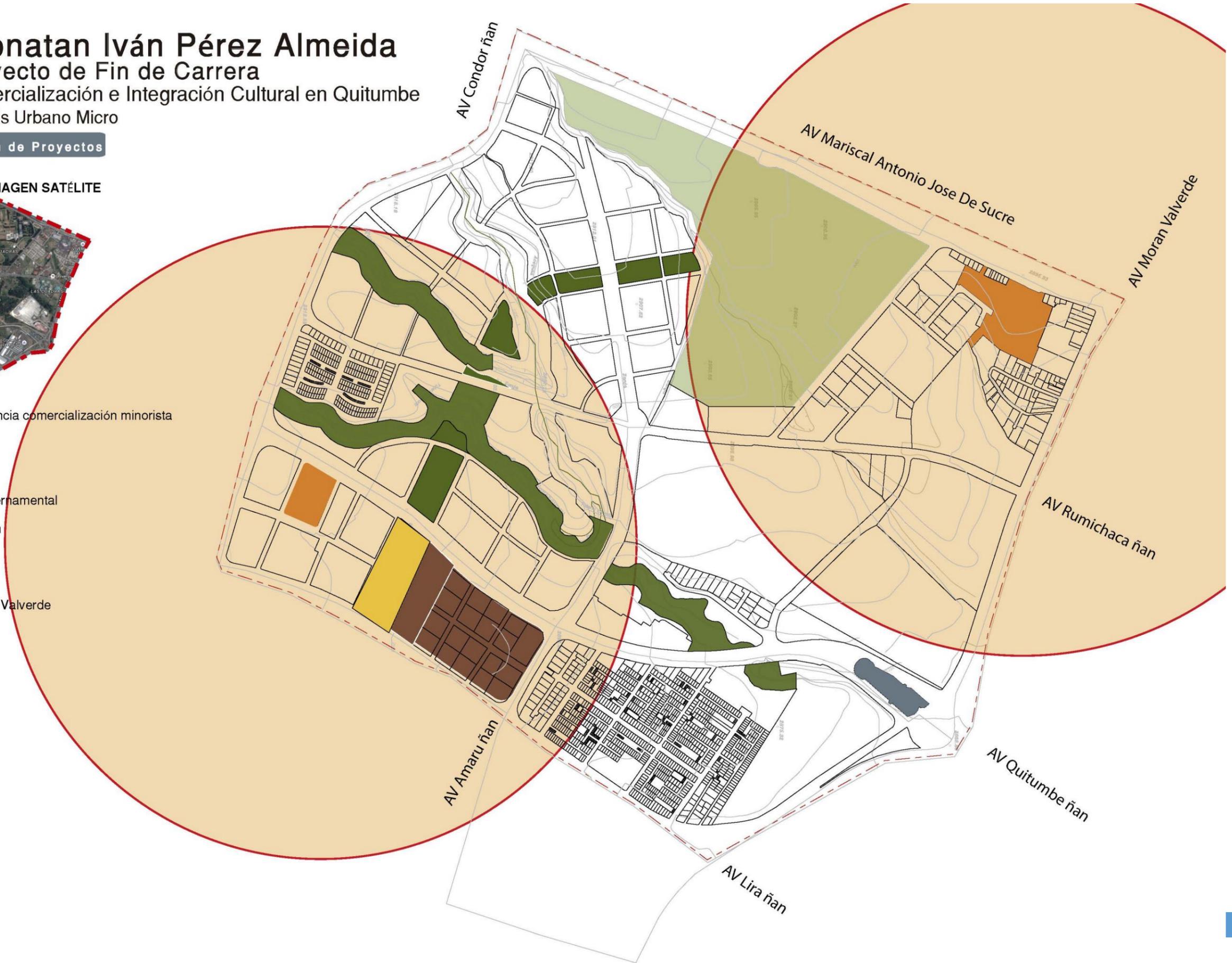


IMAGEN SATÉLITE

LEYENDA

-  Radios de influencia comercialización minorista
-  Trama Verde
-  Plataforma Gubernamental
-  Comercialización
-  Plaza Quitumbe
-  Estación Moran Valverde





Jhonatan Iván Pérez Almeida

Proyecto de Fin de Carrera

Comercialización e Integración Cultural en Quitumbe

Análisis Urbano Micro

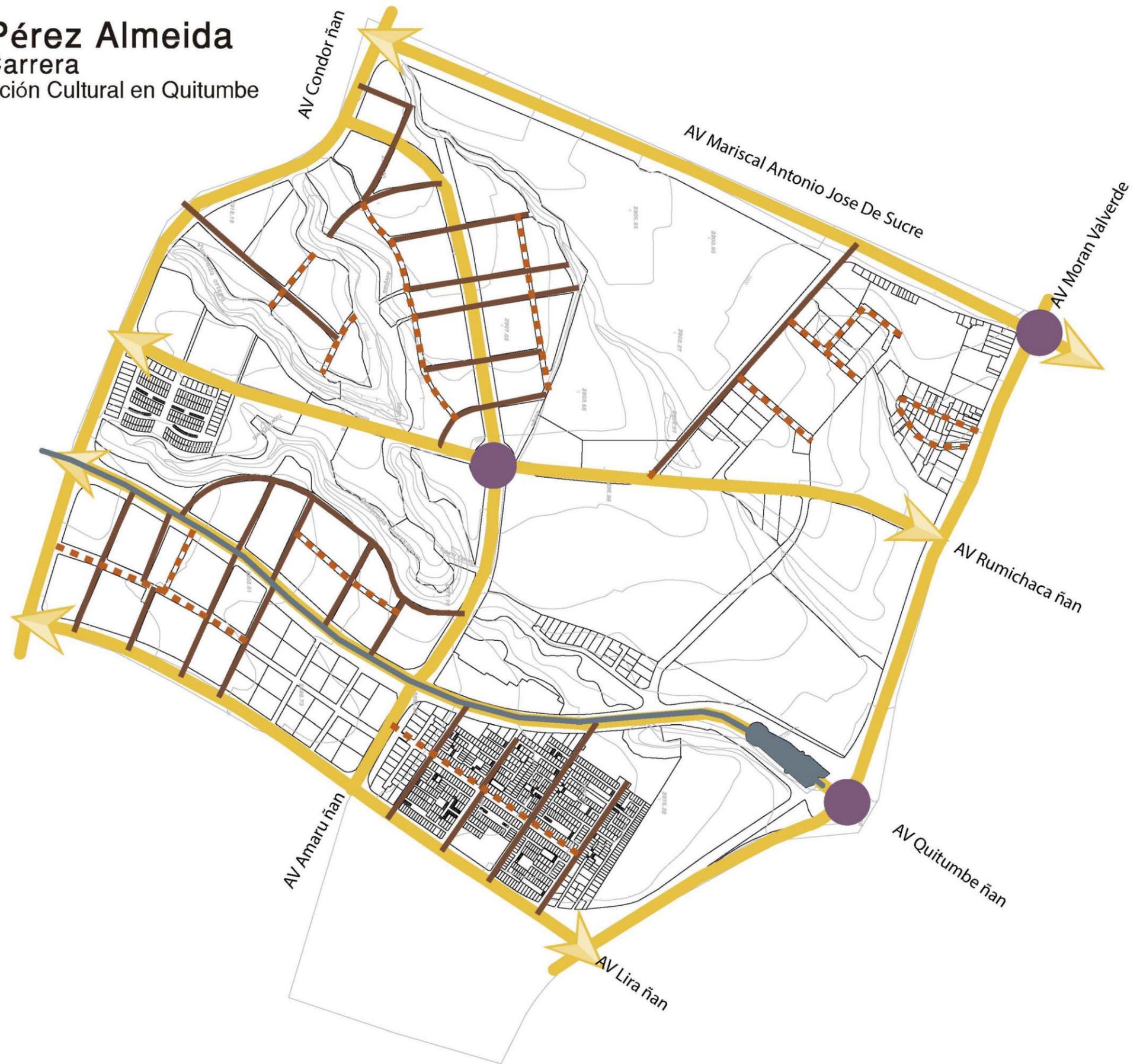
VIAL



IMAGEN SATÉLITE

LEYENDA

- PRINCIPAL
- SECUNDARIO
- TERCEREARAS
- REDONDEL
- ESTACION TROLE Moran Valverde
- VIAL DEL TROLE





Jhonatan Iván Pérez Almeida

Proyecto de Fin de Carrera

Comercialización e Integración Cultural en Quitumbe

Análisis Urbano Micro

USO DE SUELOS

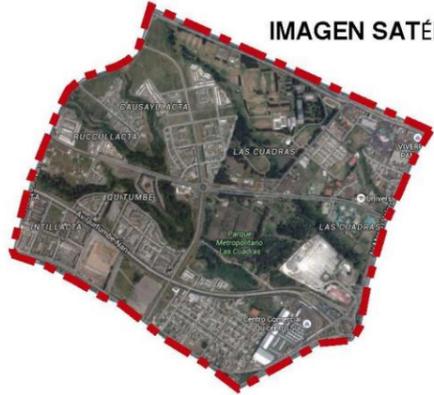
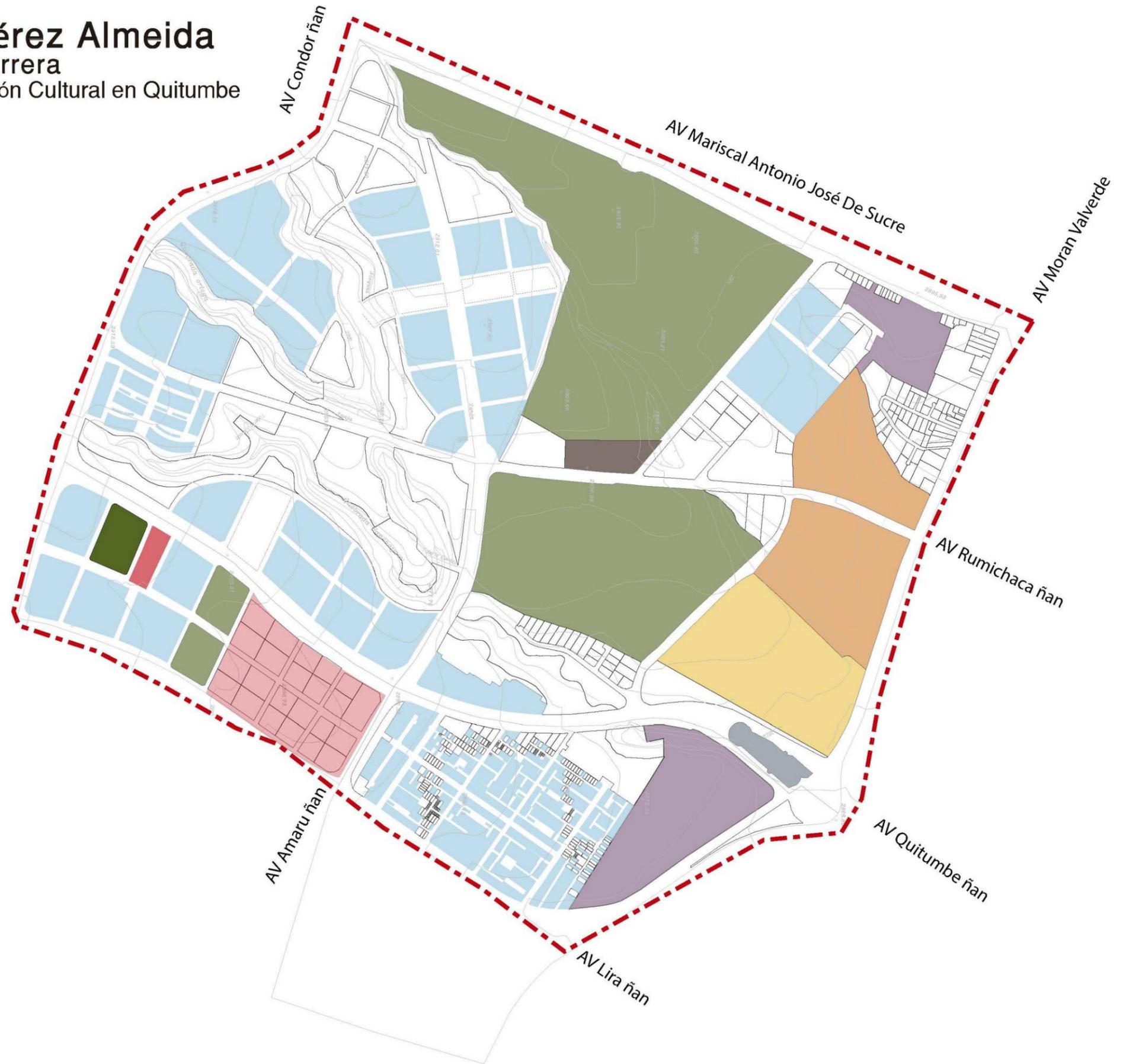


IMAGEN SATÉLITE

- LEYENDA**
- | | | | |
|---|----------------|---|----------------|
|  | RECREACIÓN |  | COMERCIO |
|  | VIVIENDA |  | SALUD |
|  | INDUSTRIAL |  | TRANSPORTE |
|  | EDUCACIÓN |  | ADMINISTRACIÓN |
|  | LIMITES URBANO | | |



Áreas Verdes

IMAGEN SATÉLITE



LEYENDA

- PROTECCIÓN DE QUEBRADA
- ESPACIO VERDE PUBLICO
- ÁREAS DE EQUIPAMIENTO
- PASO DE OLEODUCTO
- LIMITES URBANO



13

Jhonatan Iván Pérez Almeida

Proyecto de Fin de Carrera

Comercialización e Integración Cultural en Quitumbe

Problemática



PROBLEMAS



IMAGEN SATÉLITE

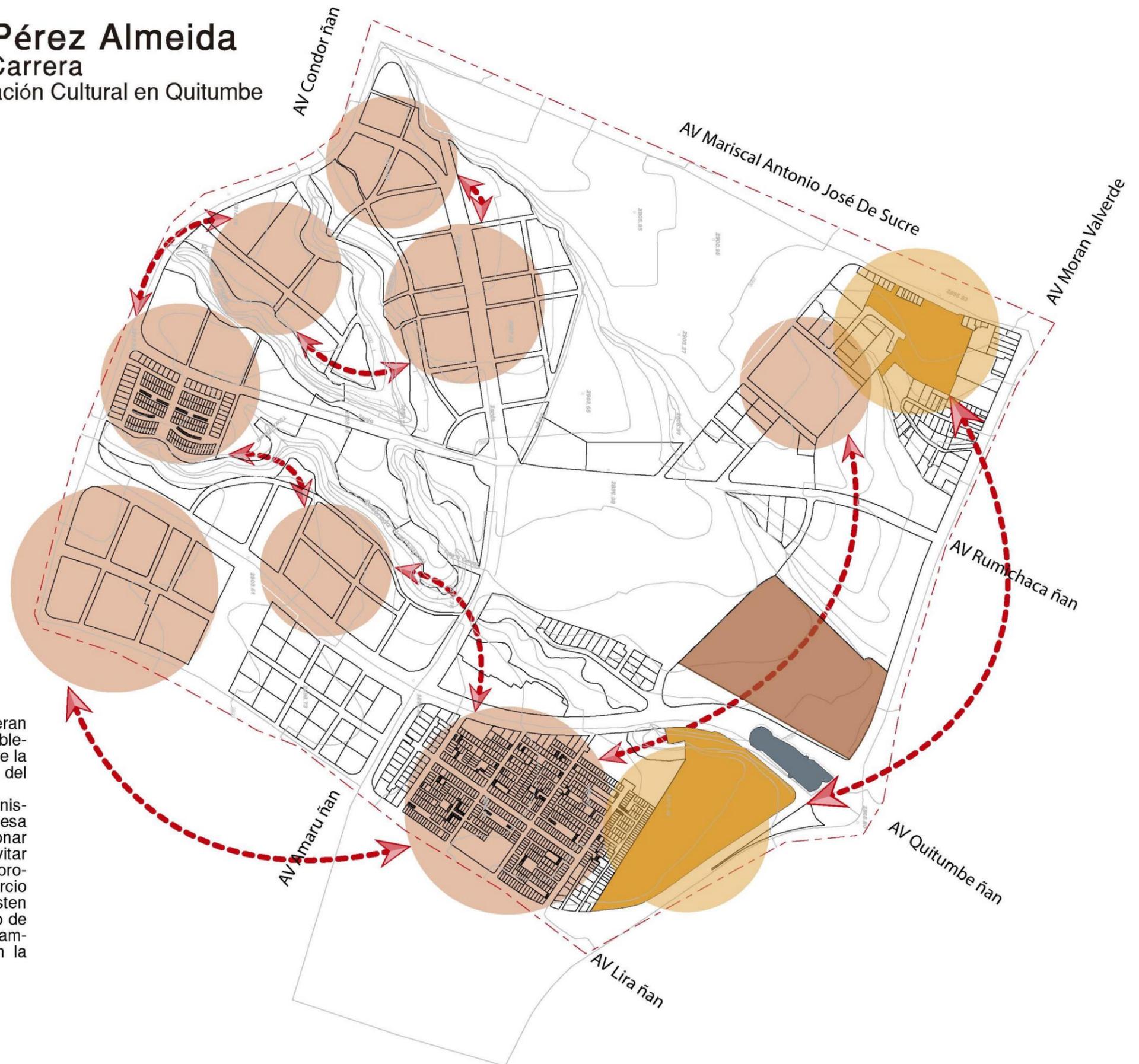
LEYENDA

-  COMERCIALIZACIÓN E INTEGRACIÓN
-  PROBLEMAS DE INTEGRACIÓN SOCIAL
-  POBLACIÓN
-  ESTACIÓN TROLE Moran Valverde
-  LIMITES URBANO

La PROBLEMÁTICA:

Existen diferentes Problemas que se generan en el área de intervención, Entre esos problemas tenemos la conexión interna además de la mala relación existente entre los pobladores del sector.

Se tomar en cuenta que es una de las administraciones Zonales mas alejada al sur por esa razón este espacio de la ciudad debe funcionar bien además de densificar las zonas para evitar el crecimiento desmedido, otro análisis del problema es la relación existente entre el comercio además de la comunicacional informal, existen espacios que no son compatibles con el uso de suele como lo es la Industria que debe de cambiar de uso y generar mas dinamismo en la ciudad.



14

Jhonatan Iván Pérez Almeida

Proyecto de Fin de Carrera

Comercialización e Integración Cultural en Quitumbe

Problemática



PROBLEMAS



IMAGEN SATÉLITE

LEYENDA

-  COMERCIALIZACIÓN E INTEGRACIÓN
-  PROBLEMAS DE INTEGRACIÓN SOCIAL
-  ESPACIO PUBLICO DE APROPIACIÓN
-  ESTACIÓN TROLE Moran Valverde
-  LIMITES URBANO

La PROBLEMÁTICA:

Sin lugar a duda el área de estudio es uno de los mas importantes de Quito, ya que tiene diferentes características que la hacen única, el área de estudio es un espacio muy rico en equipamiento que hace que la ciudad reciba la interacción de la población flotante por: Quicentro Sur, Plataformas Gubernamentales, Plaza Quitumbe, Parque las Cuadras, Universidad, Fundeporte, Hospital, etc la integración de estos espacios generan una ciudad muy rica en equipamiento pero a la ves genera problemas como la falta de identidad cultural, en el área de intervención tenemos muchos problemas relacionados con la conectividad, demás debemos de analizar los problemas relacionados con trama verde, que van ligados Desde riesgos hasta identidad de especies nativas como la flora y fauna, el área de intervención es un espacio muy rico en flora y fauna por Que intervienen quebradas muy importantes



15

Jhonatan Iván Pérez Almeida

Proyecto de Fin de Carrera

Comercialización e Integración Cultural en Quitumbe

Propuesta Integral

PROPUESTA INTEGRAL

IMAGEN SATÉLITE



LEYENDA

-  DESARROLLO DE LA TRAMA VERDE Y MOVILIDAD URBANA
-  MEJORAMIENTO ESPACIO VERDE PUBLICO
-  LIMITES URBANO
-  DENSIDAD POBLACIÓN
-  UBICACIÓN DE LA ZONA INDUSTRIAL
-  MEJORAMIENTO DE LAS CONDICIONES PARA LA POBLACIÓN FLOTANTE
-  MEJORAMIENTO DEL SISTEMA DE MOVILIDAD MOTORIZADO Y NO MOTORIZADO E INFRAESTRUCTURA
-  PROPUESTAS DE SOLUCIÓN A CORTO PLAZO EN MOVILIDAD PROYECTOS DE INFRAESTRUCTURA

EJES ESTRATÉGICOS.
EXISTEN TRES EJES ESTRATÉGICOS PARA EL DESARROLLO URBANO DE QUITUMBE, EL PRIMER EJE ES EL DESARROLLO DE LAS QUEBRADAS, EL SEGUNDO EL PASE DEL OLEODUCTO Y TERCERO EL PASE DE LOS EQUIPAMIENTOS



16

Jhonatan Iván Pérez Almeida

Proyecto de Fin de Carrera

Comercialización e Integración Cultural en Quitumbe

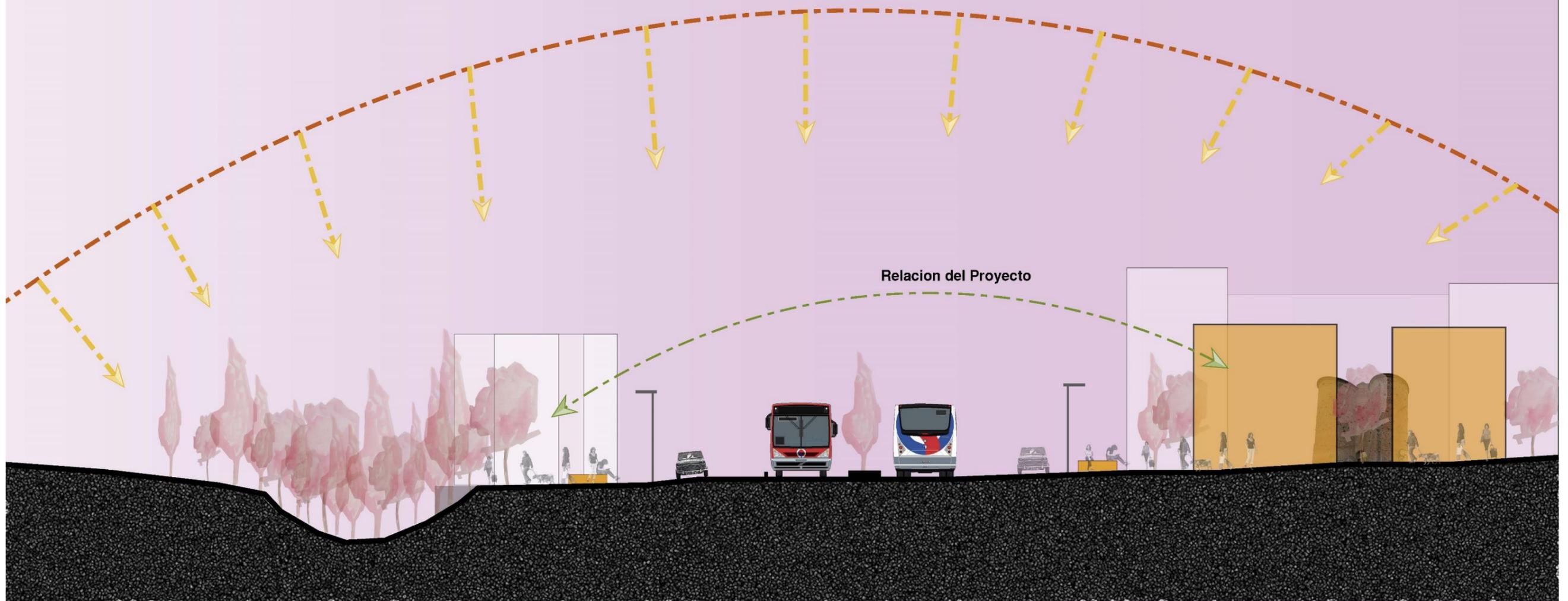
Corte Urbano



Diseño Arquitectónico

Dirreccion del Sol

Relacion del Proyecto



EXISTEN MUCHOS PROBLEMAS QUE SE PUEDEN SOLUCIONAR CON LA INTRODUCCIÓN DE LA VEGETACIÓN, ENTRE ESAS SOLUCIONES SON:

- PREVENIR LOS DESLAVES
- DISMINUCIÓN DE LA CONTAMINACIÓN
- ELIMINAR PROBLEMAS DE RIESGOS
- SOMBRA PAR PREVENIR PROBLEMAS CON RADIACIÓN SOLAR.
- OLORES DESAGRADABLES
- VISUAL
- PURIFICACIÓN HÍDRICA

LA PROPUESTA VA LIGADA A CONSERVAR LA TIPOLOGÍA DE VEGETACIÓN PROPIA O NATIVA, ADEMAS DE CONSERVAR LA FAUNA, DEBEMOS DE TOMAR EN CUENTA QUE ES UN PATRIMONIO PROPIO QUE TENEMOS QUE RESCATAR. LA PROPUESTA FUNDAMENTAL ES PODER COMPLETAR EL SUBSISTEMA, IMPLANTANDO VEGETACIÓN ALTA PARA PREVENIR LO YA MENCIONADO

CIRCULACIÓN VEHICULAR, ESTE ESPACIO ESTA DISPUESTO PARA EL USO DE LOS VEHÍCULOS Y MEJORAMIENTO DEL SISTEMA DE MOVILIDAD

TRANSPORTE PUBLICO, ESTA ZONA ESTA DESTINADA A USO EXCLUSIVO DEL TRANSPORTE PÚBLICO YA QUE AYUDA A MEJORAR EL SISTEMA DE MOVILIDAD Y ADEMÁS ES UNA DE LAS FORMAS MAS IMPORTANTES DE ACCEDER A MI PROYECTO ARQUITECTÓNICO.

CIRCULACIÓN PEATONAL, LA CIRCULACIÓN PEATONAL ES UNA DE LAS CARACTERÍSTICAS MAS IMPORTANTES DENTRO DE MI PROPUESTA URBANA, YA QUE ES UN ESPACIO QUE GENERA LA INTEGRACIÓN DE ESPACIO PÚBLICO Y PRIVADO ADEMÁS AYUDA A FOMENTAR A APROPIACIÓN DEL ESPACIO PÚBLICO.

17

Jhonatan Iván Pérez Almeida

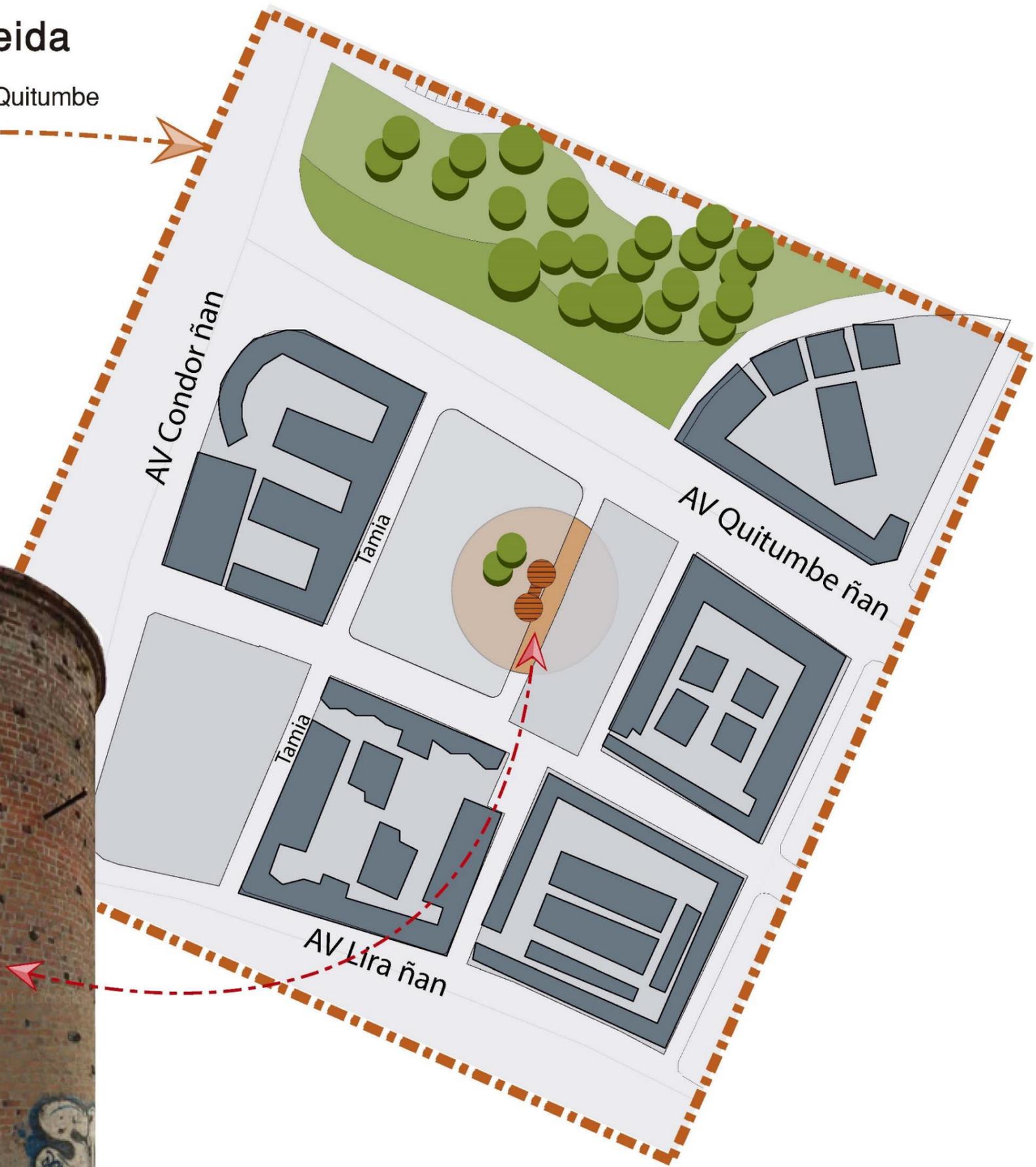
Proyecto de Fin de Carrera

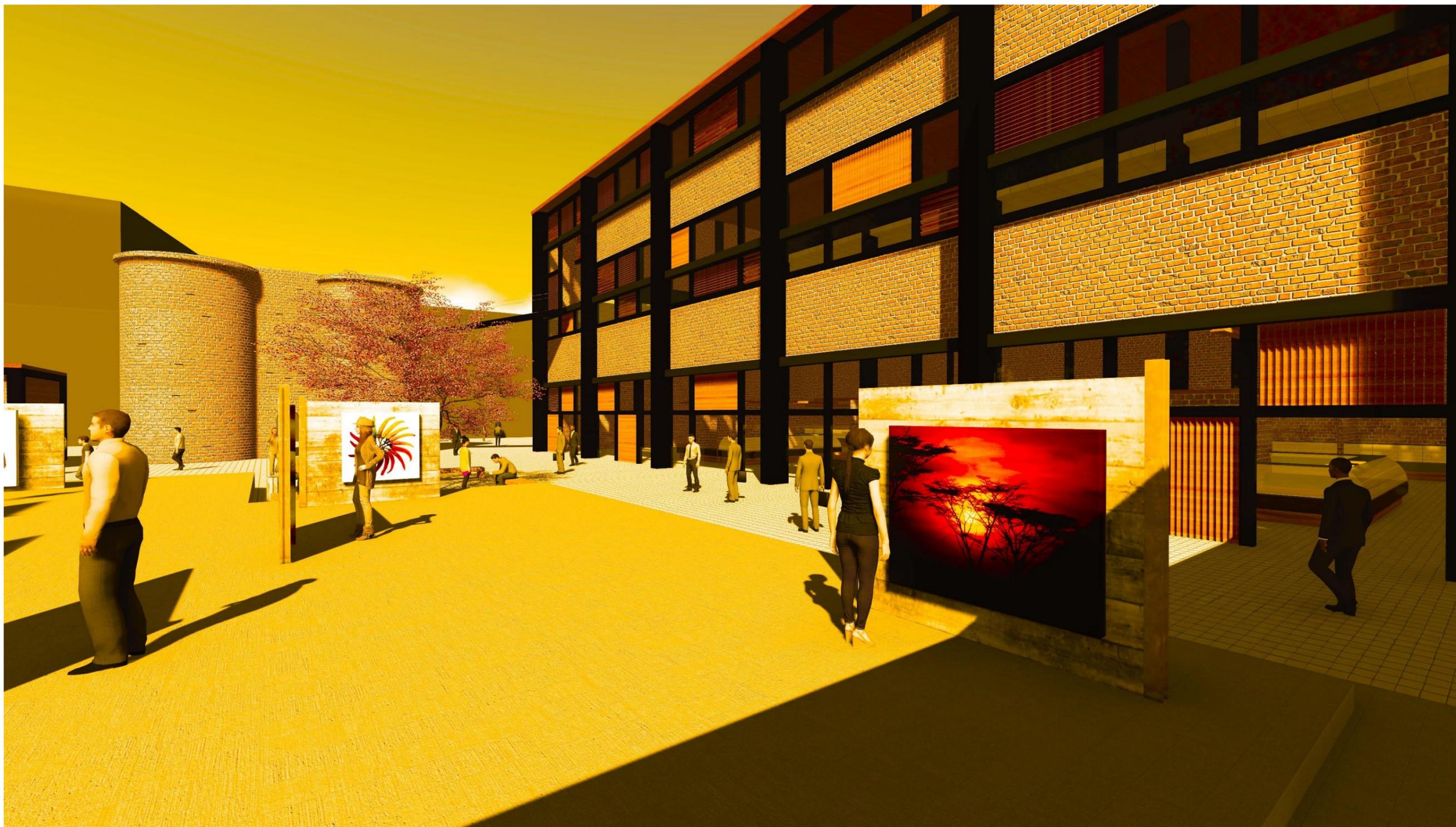
Comercialización e Integración Cultural en Quitumbe

Proyecto Arquitectónico



Diseño Arquitectónico





CAPITULO 4

Jhonatan Iván Pérez Almeida
Proyecto de Fin de Carrera

Comercialización e Integración Cultural en Quitumbe

01



Jhonatan Iván Pérez Almeida

Proyecto de Fin de Carrera
Comercialización e Integración Cultural en Quitumbe

Implantación

1:500



02

Jhonatan Iván Pérez Almeida

Proyecto de Fin de Carrera

Comercialización e Integración Cultural en Quitumbe

Planta Baja

1:250

Av Quitumbe Ñan

Tamia



03



Jhonatan Iván Pérez Almeida

Proyecto de Fin de Carrera

Comercialización e Integración Cultural en Quitumbe

Primera Planta

1:250

Av Quitumbe Ñan

Tamia



04

Jhonatan Iván Pérez Almeida

Proyecto de Fin de Carrera

Comercialización e Integración Cultural en Quitumbe



Segunda Planta

1:250

Av Quitumbe Ñan

Tamia



05

Jhonatan Iván Pérez Almeida

Proyecto de Fin de Carrera

Comercialización e Integración Cultural en Quitumbe



Tercera Planta

1:250

Av Quitumbe Ñan

Tamia



06



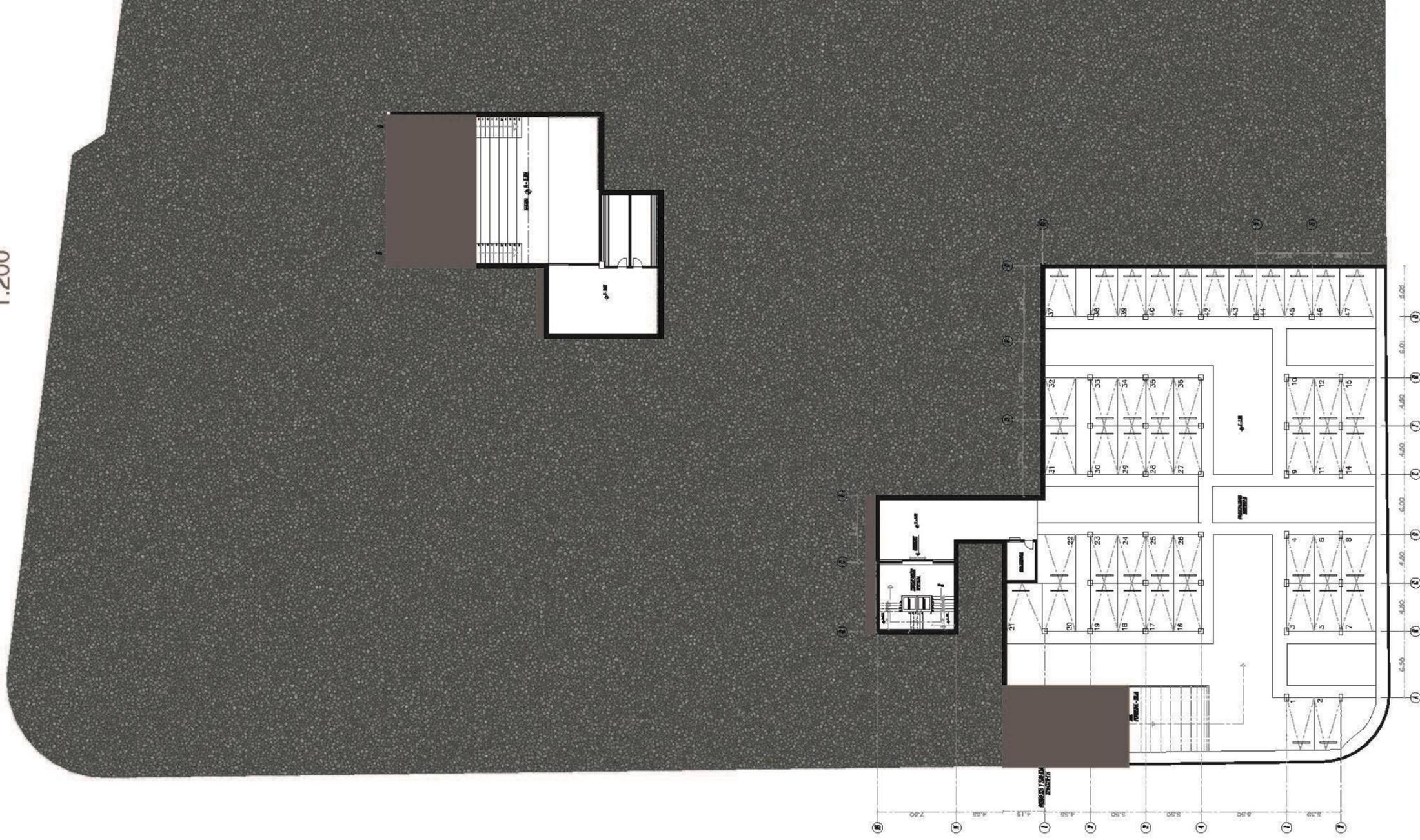
Jhonatan Iván Pérez Almeida

Proyecto de Fin de Carrera

Comercialización e Integración Cultural en Quitumbe

SUBSUELO

1:200



06

Jhonatan Iván Pérez Almeida

Proyecto de Fin de Carrera

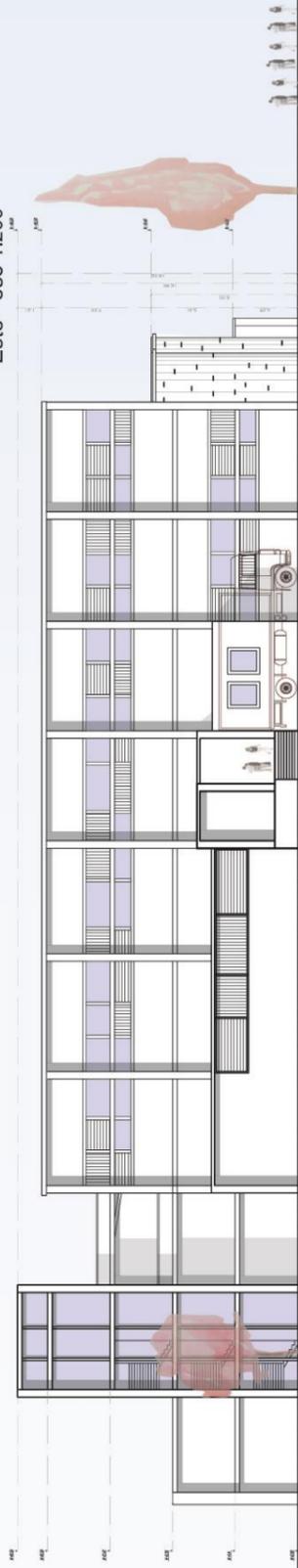
Comercialización e Integración Cultural en Quitumbe

Elevaciones

Elevaciones
Oeste esc 1:200



Elevaciones
Este esc 1:200



Elevaciones
Sur esc 1:200



Elevaciones
Norte esc 1:200



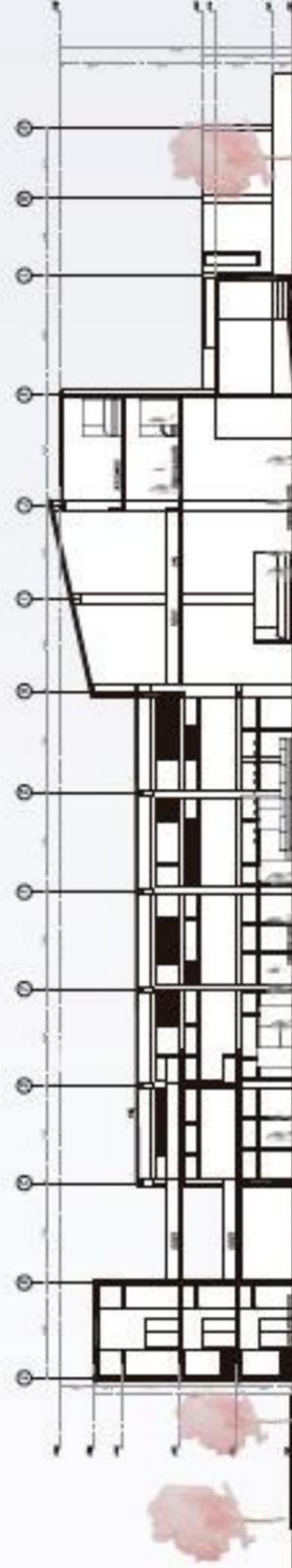
08

Jhonatan Iván Pérez Almeida Proyecto de Fin de Carrera

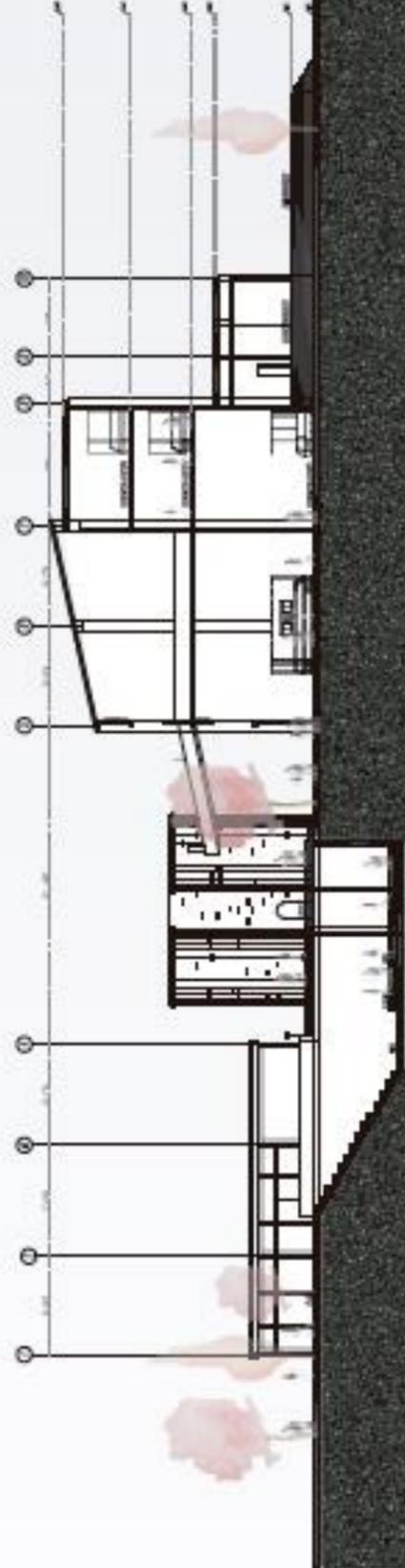
Comercialización e Integración Cultural en Quitumbe

Secciones

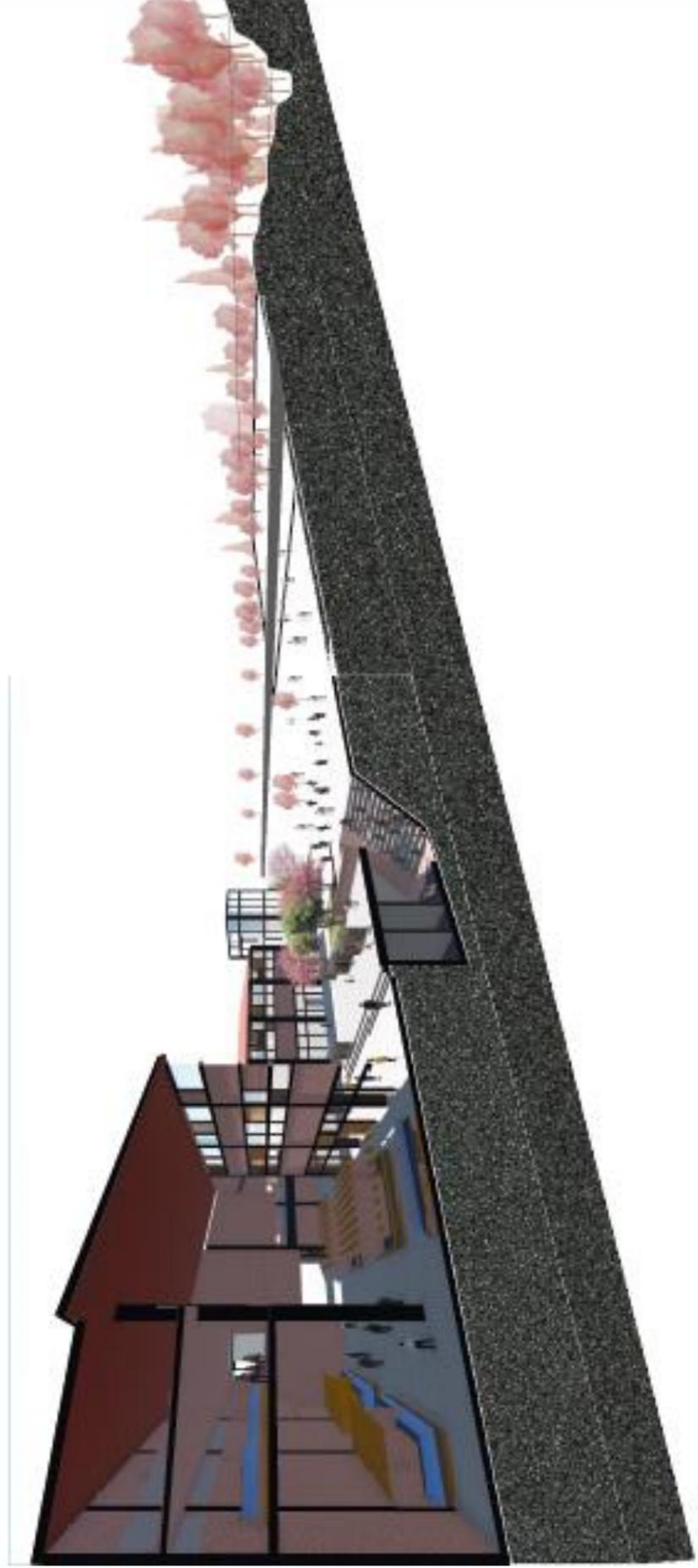
Sección
A
esc 1:200



Sección
B
esc 1:200



Corte Longitudinal



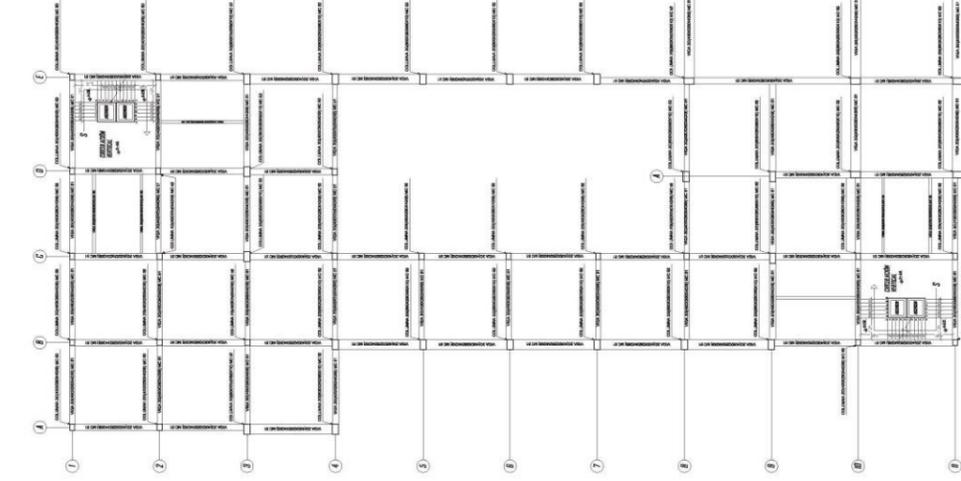
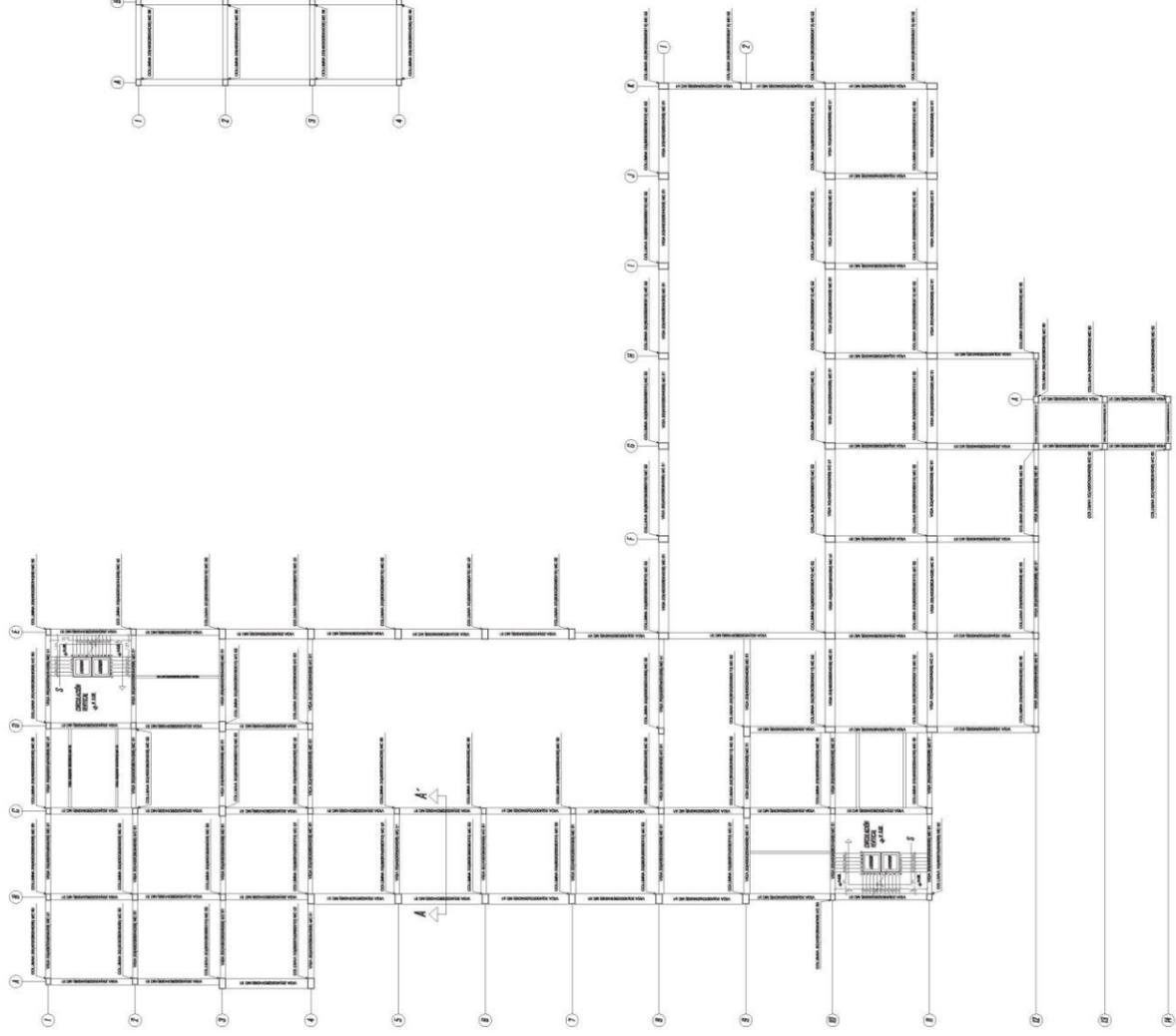
10

Jhonatan Iván Pérez Almeida

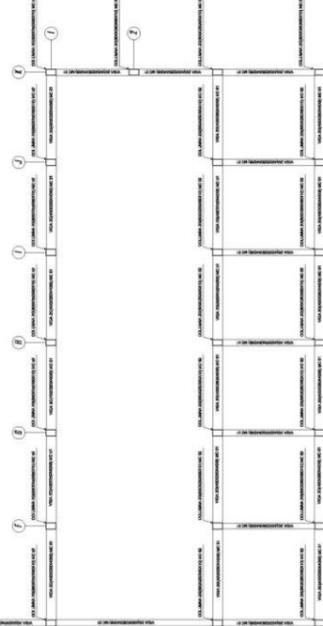
Proyecto de Fin de Carrera

Comercialización e Integración Cultural en Quitumbe

Estructurales 1:250



PLANTA ESTRUCTURAL PRIMERA PLANTA
1:250



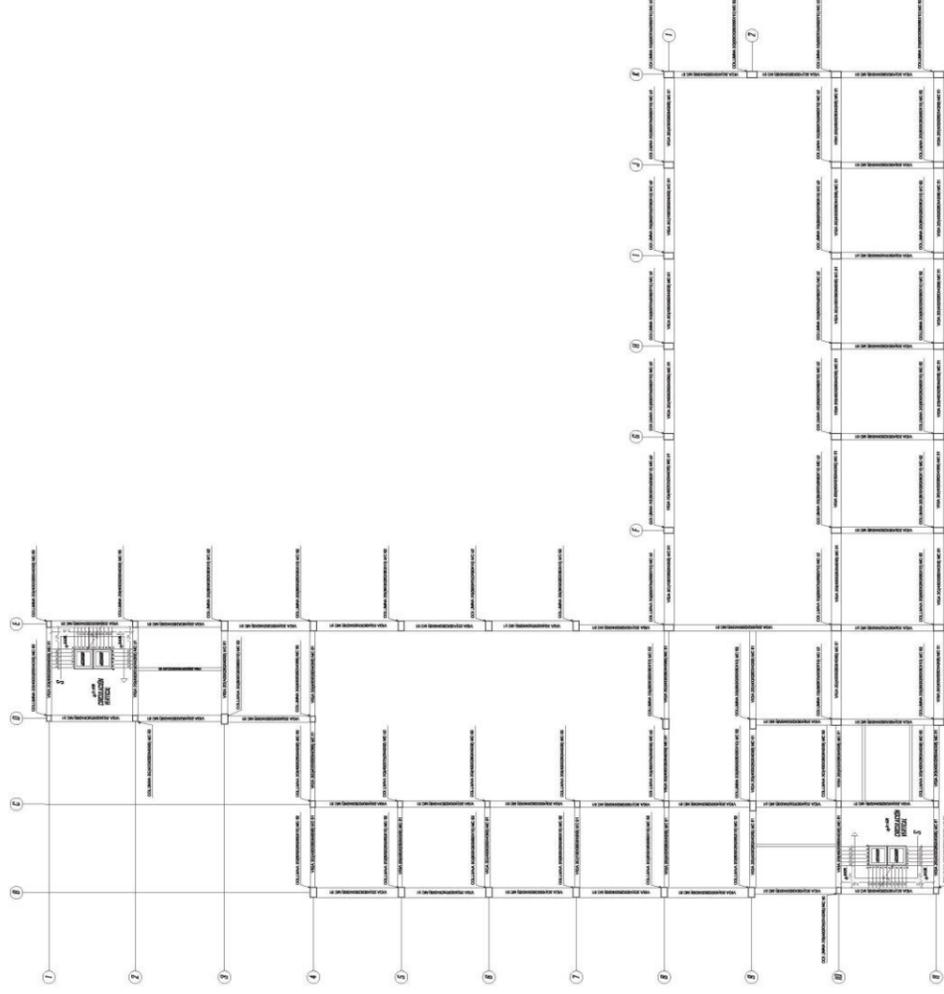
PLANTA ESTRUCTURAL SEGUNDA PLANTA
1:250

11

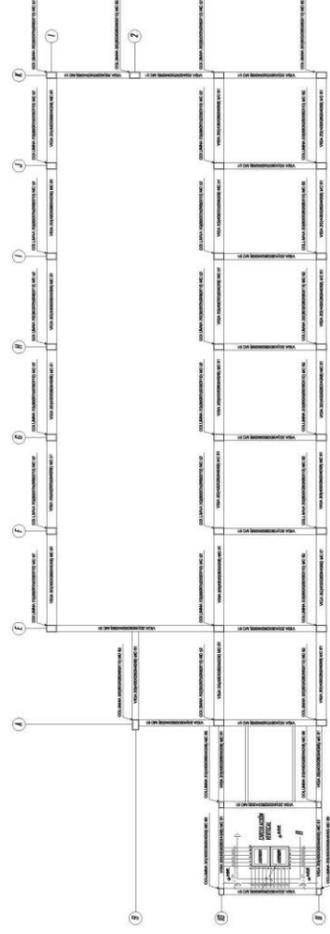
Jhonatan Iván Pérez Almeida

Proyecto de Fin de Carrera
Comercialización e Integración Cultural en Quitumbe

Estructurales 1:250



PLANTA ESTRUCTURAL TERCERA PLANTA
ESCALA 1:250

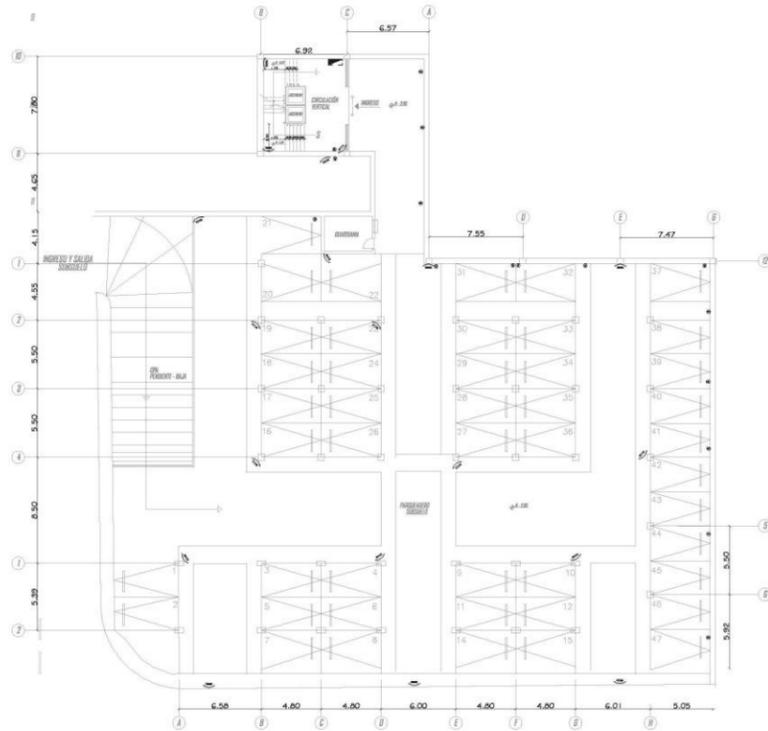


PLANTA ESTRUCTURAL CUARTA PLANTA
ESCALA 1:250

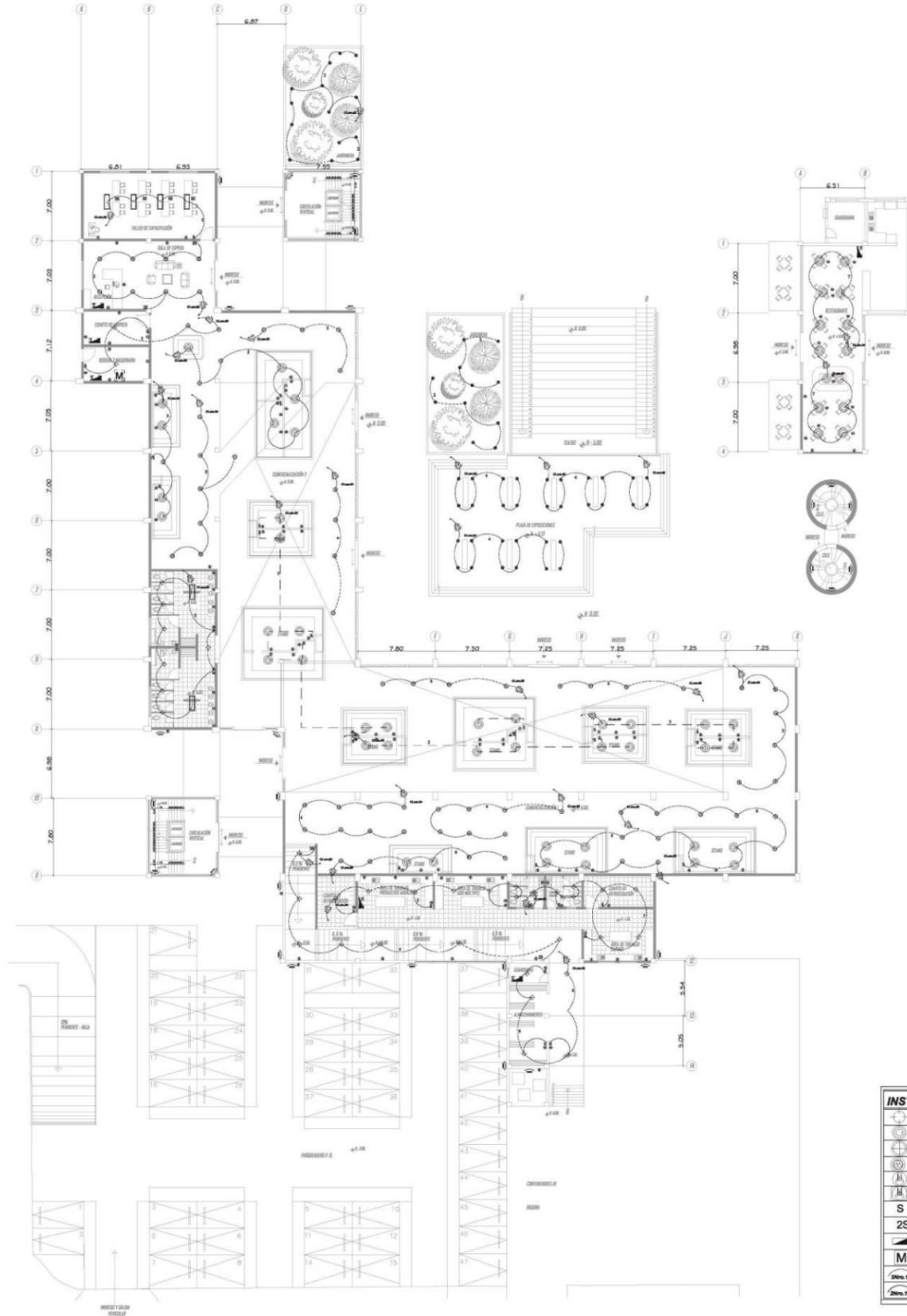
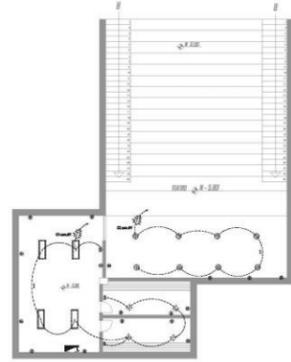
12 Jhonatan Iván Pérez Almeida

Proyecto de Fin de Carrera
Comercialización e Integración Cultural en Quitumbe

Instalaciones Eléctricas 1:250



PLANTA INSTALACIONES ELECTRICAS PARQUEADERO
ESCALA 1:250



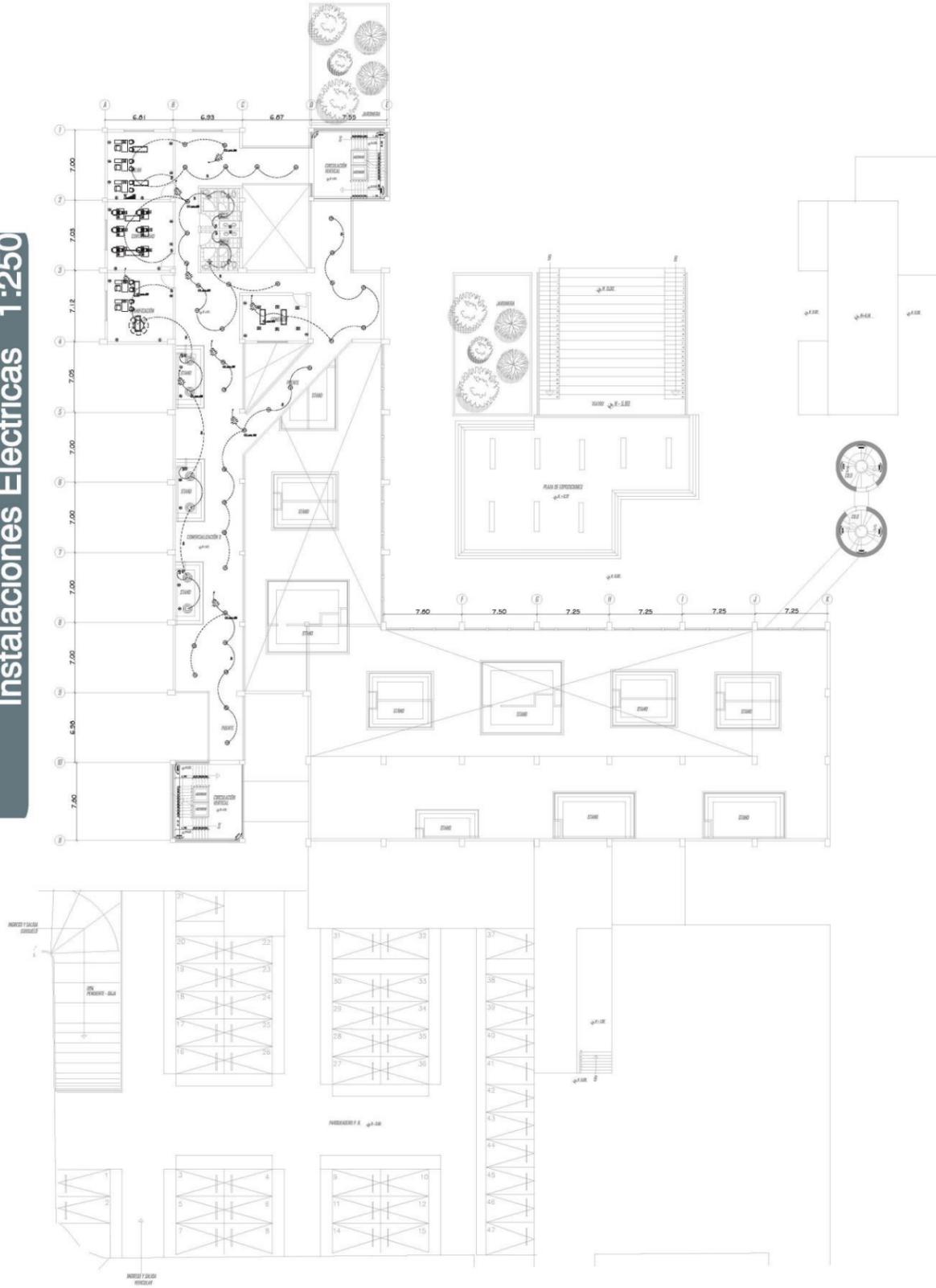
PLANTA ELECTRICAS PRIMERA PLANTA
ESCALA 1:250

INSTALACIONES ELECTRICAS	
	LUMINARIA TIPO OJO DE BUEY LED
	LUMINARIA TIPO OJO DE BUEY LED
	LUMINARIA TIPO OJO DE BUEY LED
	LUMINARIA TIPO OJO DE BUEY LED
	TOMACORRIENTE DE PARED
	TOMACORRIENTE DE PISO
	INTERRUPTOR SIMPLE
	INTERRUPTOR DOBLE
	TABLERO DE CIRCUITO
	TABLERO GENERAL DE MEDIDORES
	CIRCUITO DE LUMINARIAS
	CIRCUITO DE INTERRUPTORES

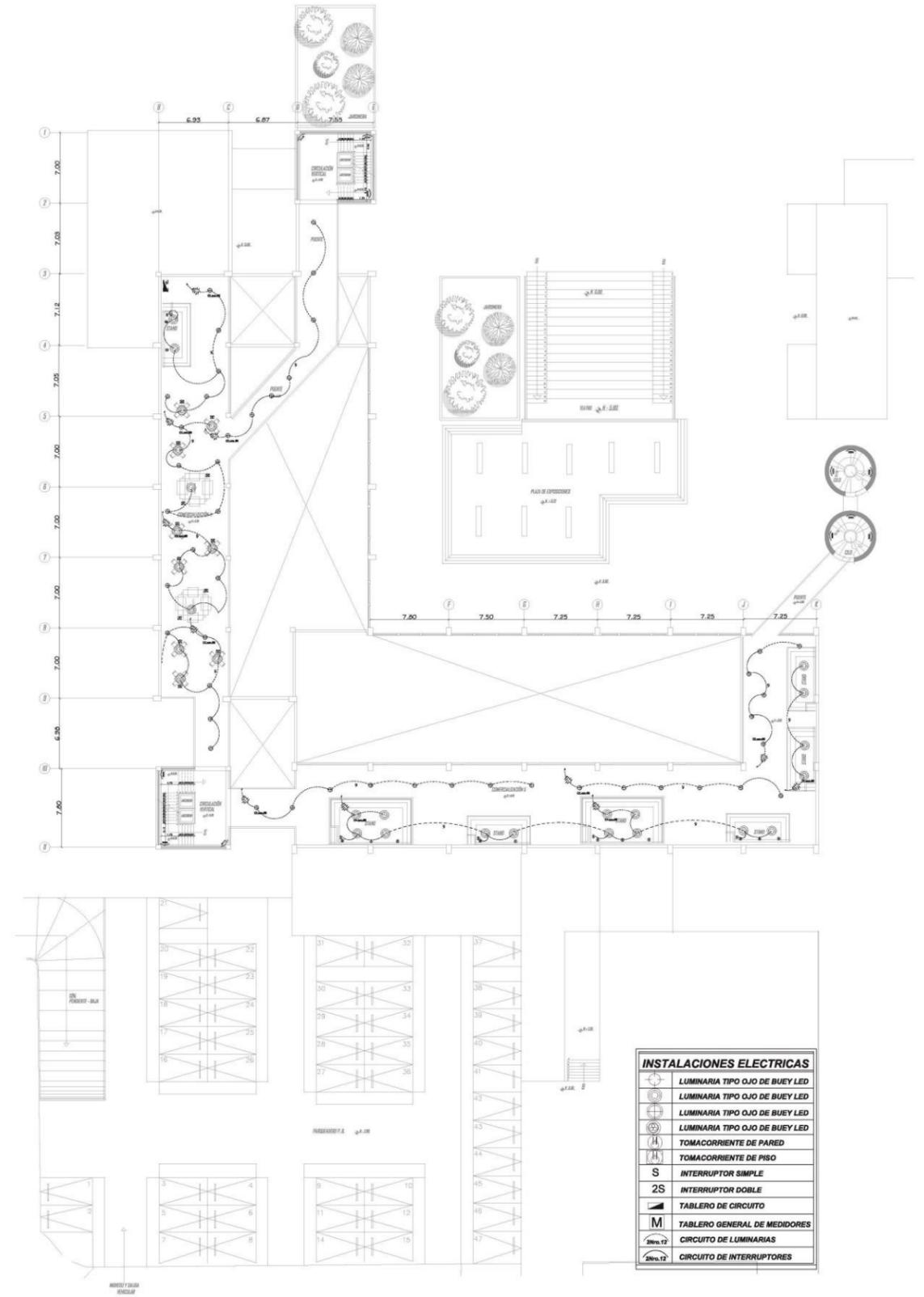
13 Jhonatan Iván Pérez Almeida

Proyecto de Fin de Carrera
Comercialización e Integración Cultural en Quitumbe

Instalaciones Eléctricas 1:250



PLANTA ELECTRICAS SEGUNDA PLANTA
ESCALA 1:250



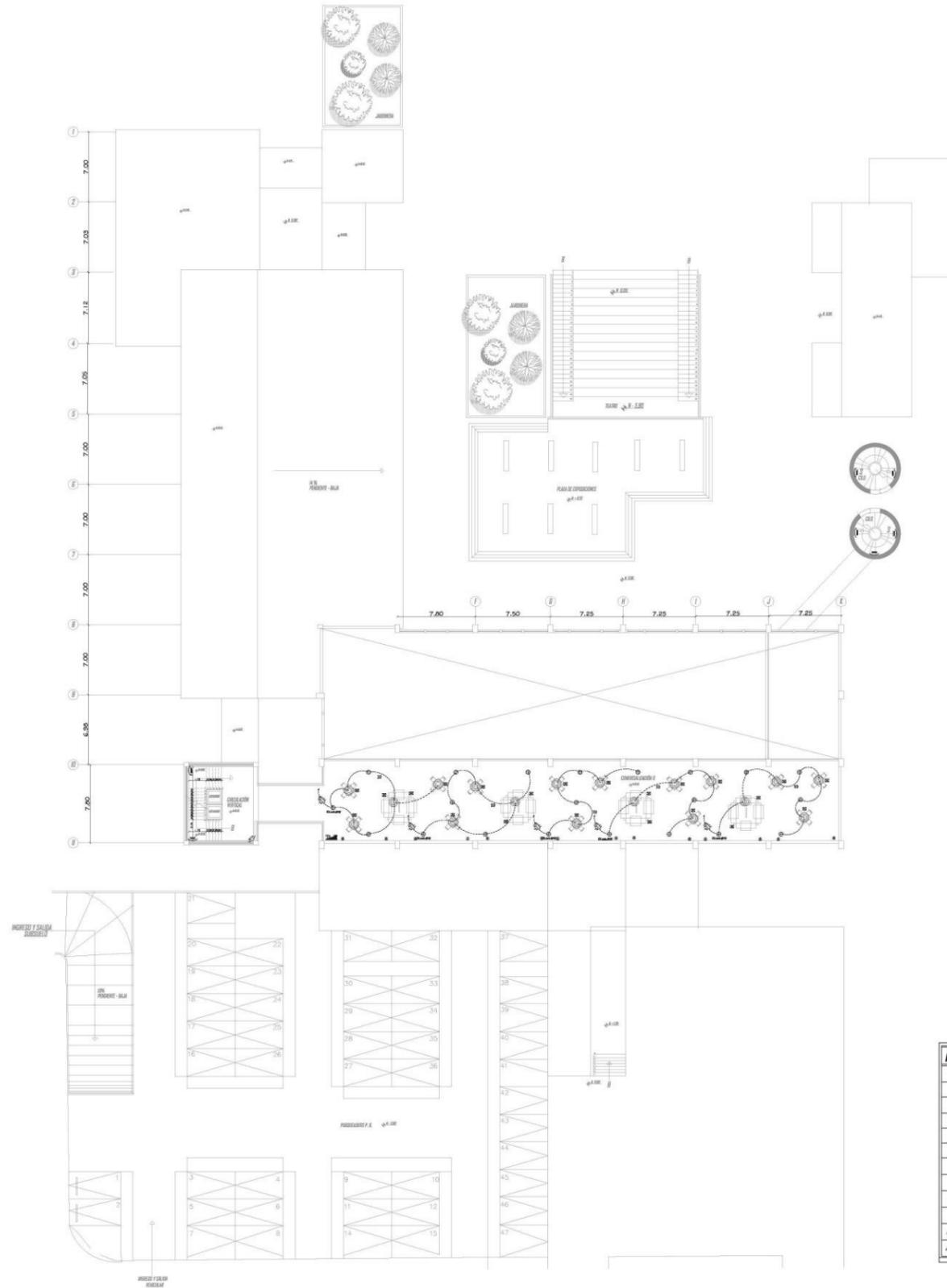
PLANTA ELECTRICAS TERCERA PLANTA
ESCALA 1:250

INSTALACIONES ELECTRICAS	
	LUMINARIA TIPO OJO DE BUEY LED
	LUMINARIA TIPO OJO DE BUEY LED
	LUMINARIA TIPO OJO DE BUEY LED
	LUMINARIA TIPO OJO DE BUEY LED
	TOMACORRIENTE DE PARED
	TOMACORRIENTE DE PISO
	INTERRUPTOR SIMPLE
	INTERRUPTOR DOBLE
	TABLERO DE CIRCUITO
	TABLERO GENERAL DE MEDIDORES
	CIRCUITO DE LUMINARIAS
	CIRCUITO DE INTERRUPTORES

14 Jhonatan Iván Pérez Almeida

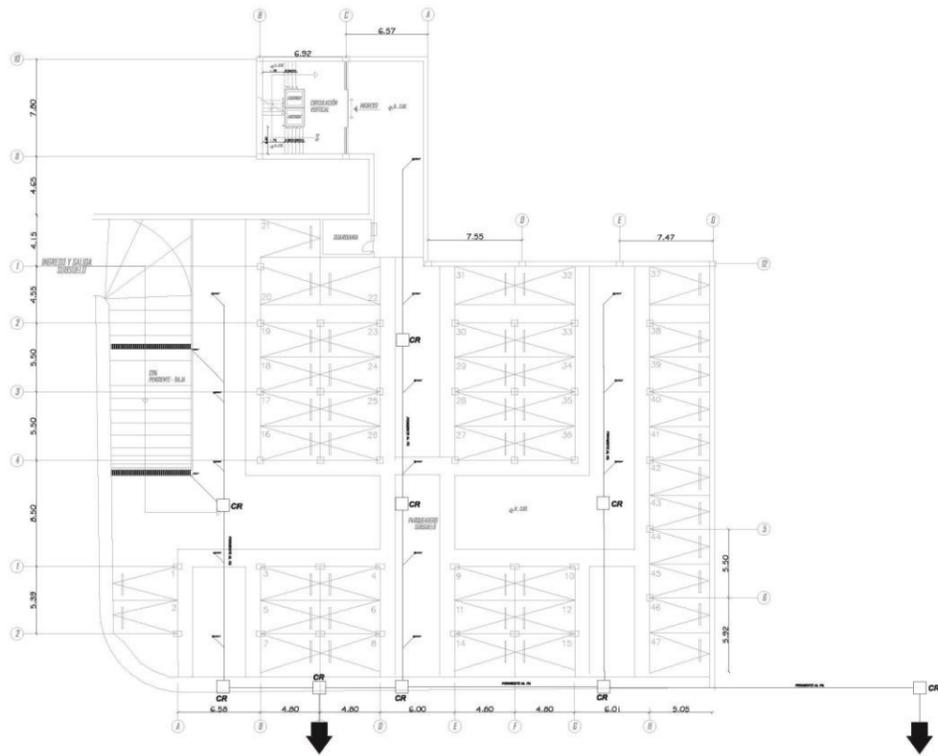
Proyecto de Fin de Carrera
Comercialización e Integración Cultural en Quitumbe

Instalaciones Eléctricas 1:250

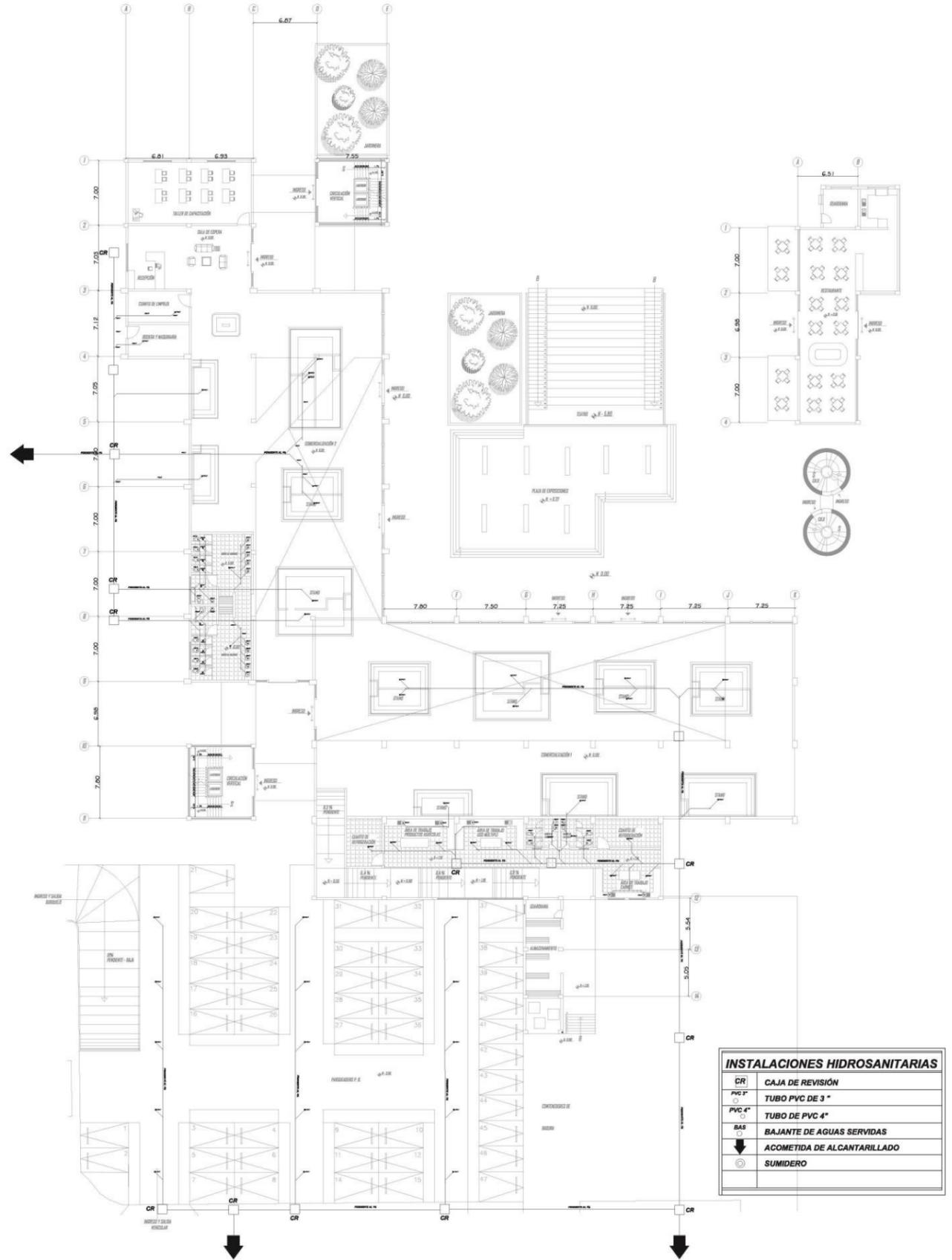


PLANTA ELECTRICAS CUARTA PLANTA
ESCALA 1:250

INSTALACIONES ELECTRICAS	
	LUMINARIA TIPO OJO DE BUEY LED
	LUMINARIA TIPO OJO DE BUEY LED
	LUMINARIA TIPO OJO DE BUEY LED
	LUMINARIA TIPO OJO DE BUEY LED
	TOMACORRIENTE DE PARED
	TOMACORRIENTE DE PISO
	INTERRUPTOR SIMPLE
	INTERRUPTOR DOBLE
	TABLERO DE CIRCUITO
	TABLERO GENERAL DE MEDIDORES
	CIRCUITO DE LUMINARIAS
	CIRCUITO DE INTERRUPTORES



PLANTA DE INSTALACIONES SANITARIAS PARQUEADERO
ESCALA 1:250



PLANTA SANITARIAS PRIMERA PLANTA
ESCALA 1:250

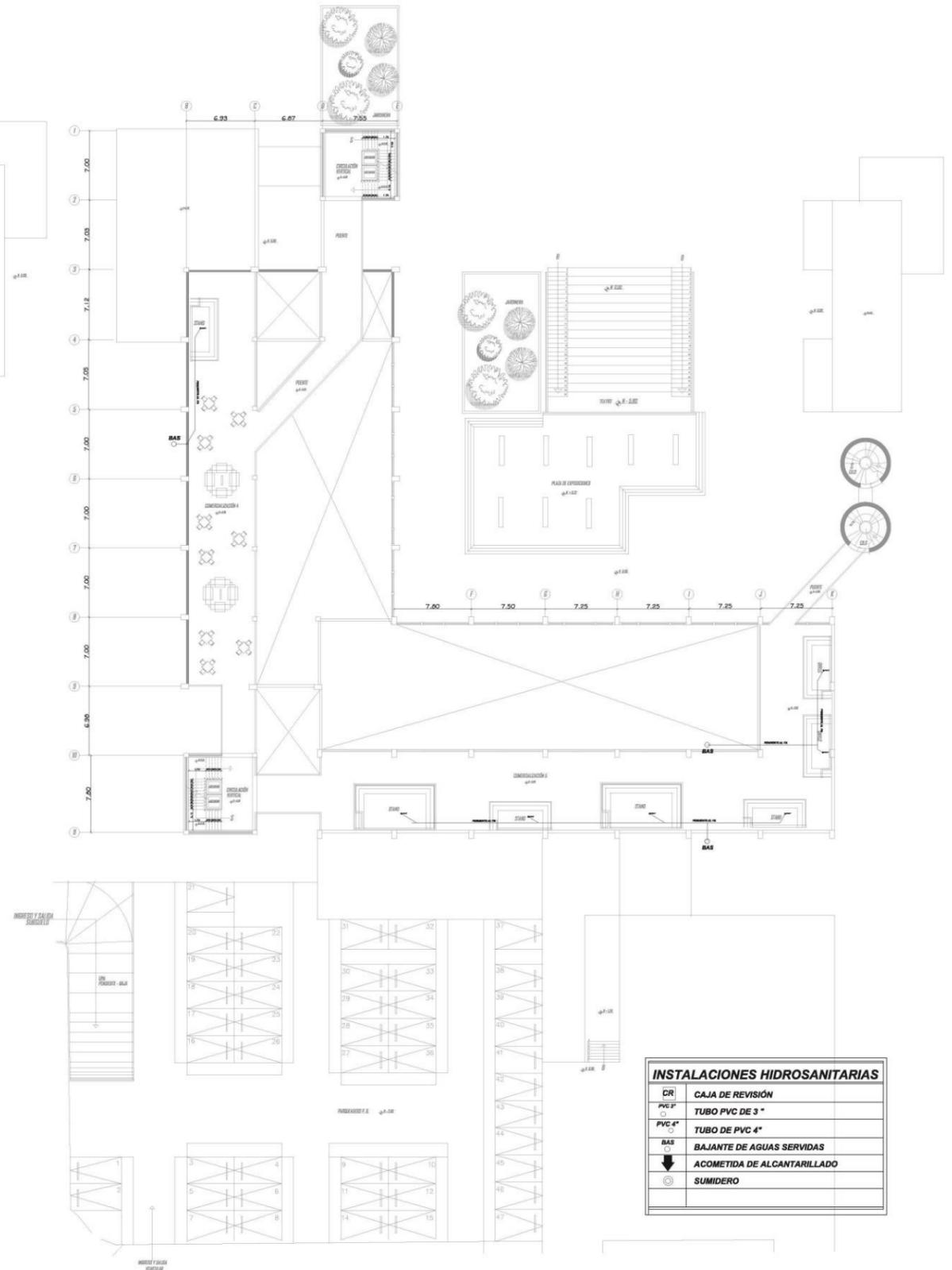
16 Jhonatan Iván Pérez Almeida

Proyecto de Fin de Carrera
Comercialización e Integración Cultural en Quitumbe

Instalaciones Hidrosanitarias 1:250

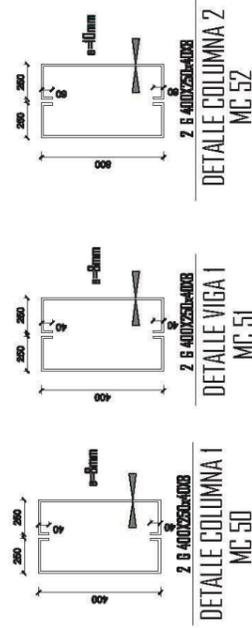


PLANTA SANITARIAS SEGUNDA PLANTA
ESCALA 1:250



PLANTA SANITARIAS TERCERA PLANTA
ESCALA 1:250

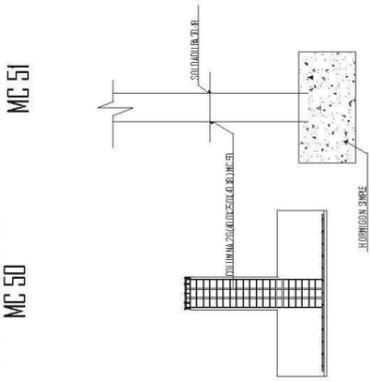
INSTALACIONES HIDROSANITARIAS	
CR	CAJA DE REVISIÓN
PVC 3"	TUBO PVC DE 3"
PVC 4"	TUBO DE PVC 4"
B.A.S.	BAJANTE DE AGUAS SERVIDAS
↓	ACOMETIDA DE ALCANTARILLADO
⊙	SUMIDERO



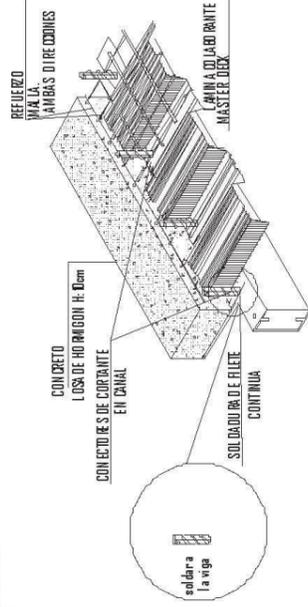
DETALLE COLUMNA 1
MC 50

DETALLE VIGA I
MC 51

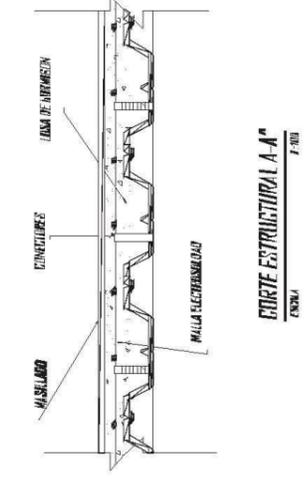
DETALLE COLUMNA 2
MC 52



DETALLE CEMENTO
COLUMNA MC 50 (400x250x4008)
Escala 1/4



DETALLE CONECTORES
Escala 3/4



DETALLE ESTRUCTURAL A-A
Escala 1/200

SECCIÓN DETALLE CONSTRUCTIVO

COLUMNAS Y VIGAS DE ACERO

- 15.- Columnas de Acero tipo 1: 2g de 400 * 250*40*8 tipo 2: 2g de 800 * 250*40*8.
- 16.- Soldadura de 70 * 18 todo el contorno la suelda.
- 17.- Vigas tipo 1: 2g de 400*250*40*8.- /
- 18.- Cielo falso de gypsum.

MAMPOSTERÍA DE LADRILLO

- 11.- Aparejo diagonal de ladrillo, de medidas; grueso 6, tizon 12, soga 24.
- 12.- Mortero de 2cm entre ladrillos.
- 13.- Aditivo para mantener el ladrillo visto.
- 14.- Chicotes para rigidizar la pared.

CONTRAPISO

- 7.- Degradado de piedras agregado grueso, mediano y fino que mejora la permeabilidad.
- 8.- Hormigón ciclópeo.
- 9.- Geomembrana mejora la impermeabilidad.
- 10.- Piso de planchas de adoquín estilo hormigón.

BASE COLUMNA DE ACERO

- 5.- Platina de Acero, junta de columna de hormigón y columna de Acero, e= 8mm.
- 6.- Pernos de agarre, junta de columnas.

PLINTO

- 1.- Mortero de 7cm, donde descansa la malla inferior de acero de refuerzo.
- 2.- Malla inferior de hierro que se anda a las varillas de hierro de la columna.
- 3.- Armado de hierro de columna cada 10cm.
- 4.- Hormigón armado.

LOSAS DE PLACA COLABORANTE

- 19.- Placa colaborante encofrado de metal, que sirve para alivianamiento de losa e=5mm.
- 20.- Malla electrosoldada junto a la placa colaborante.
- 21.- Hormigón armado para losa.
- 22.- Mortero de contrapiso 2cm.
- 23.- Recubrimiento de piso.

CUBIERTA

- 24.- Placa colaborante encofrado de metal, que sirve para alivianamiento de losa e=5mm.
- 25.- Malla electrosoldada junto a la placa colaborante.
- 26.- Recubrimiento de Cubierta.
- 27.- Aditivo de recubrimiento.
- 28.- Hormigón armado.

PASAMANO

- 29.- Plaqueta de Anclaje a losa.
- 30.- Mampostería de protección h= 1.3m.
- 31.- Pasa mano de aluminio r= 5cm.

DETALLE DE FACHADA CELOCÍAS

- 32.- Placa de anclaje con columnas, ancho 5mm.
- 33.- Madera anclada tipo 1: madera dura recubierta con aditivo para exteriores.
- 34.- Perfil de anclaje.

VENTANAS

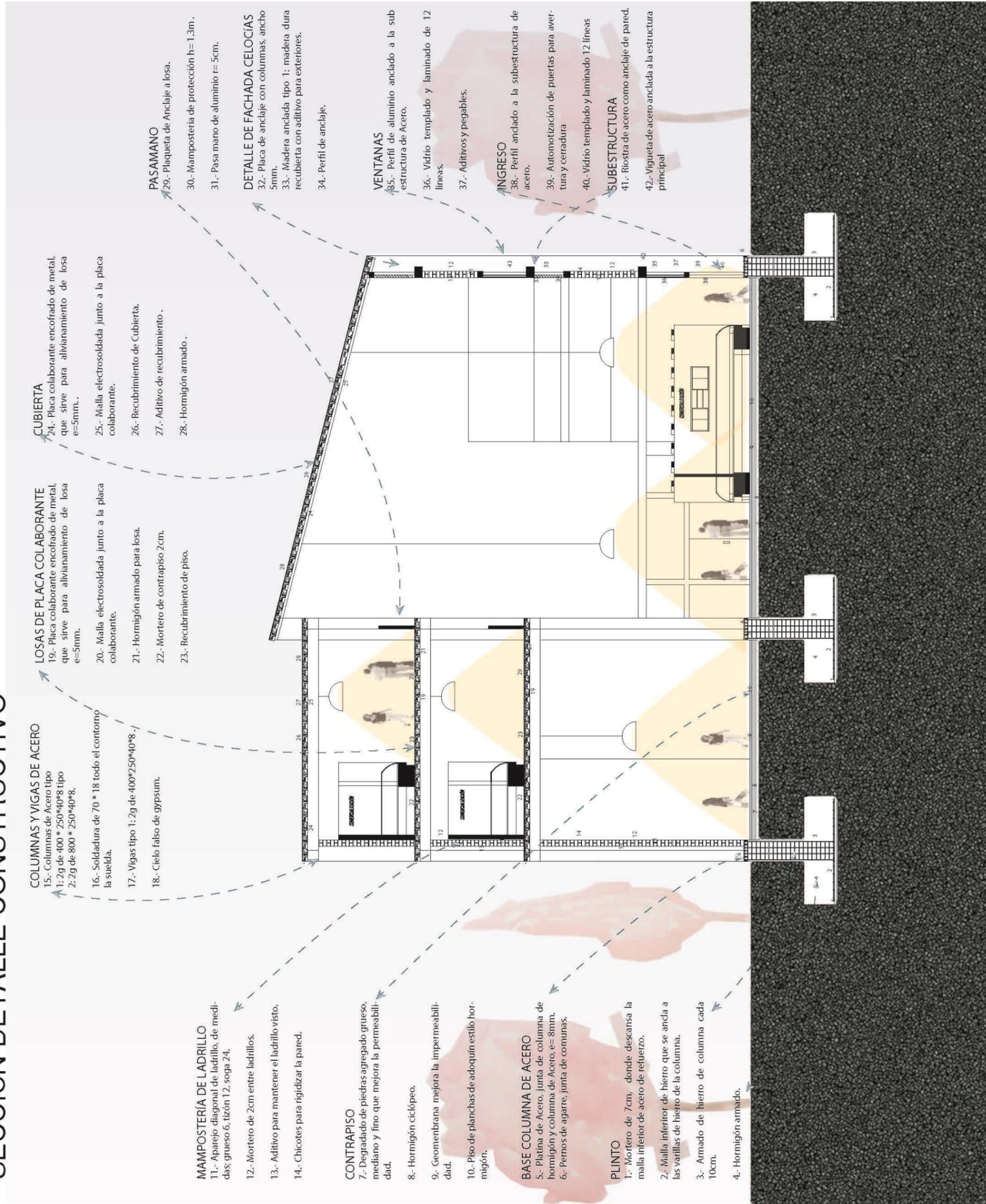
- 35.- Perfil de aluminio anclado a la subestructura de Acero.
- 36.- Vidrio templado y laminado de 12 líneas.
- 37.- Aditivos y pegables.

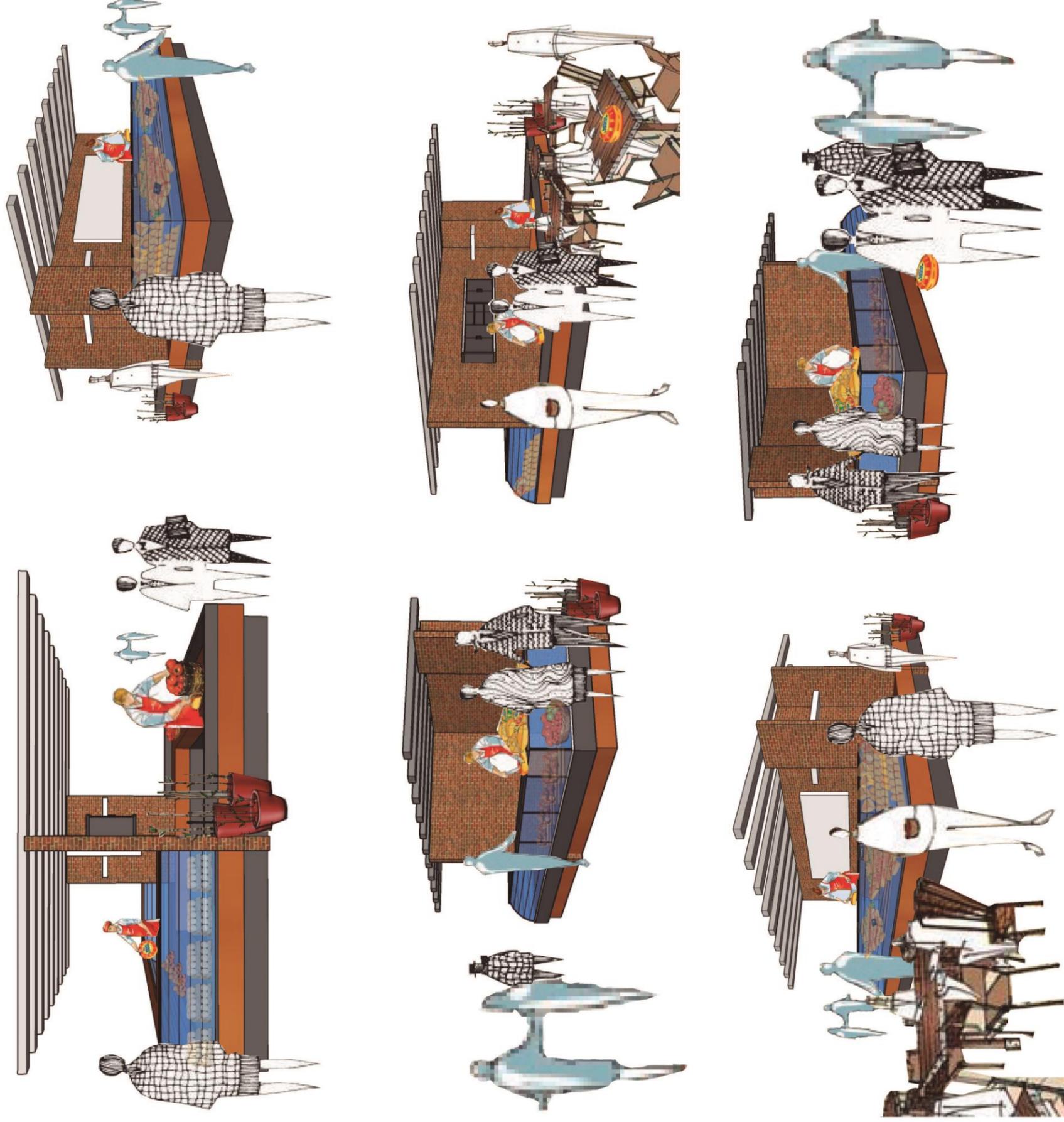
INGRESO

- 38.- Perfil anclado a la subestructura de acero.
- 39.- Automotización de puertas para avertura y cerradura

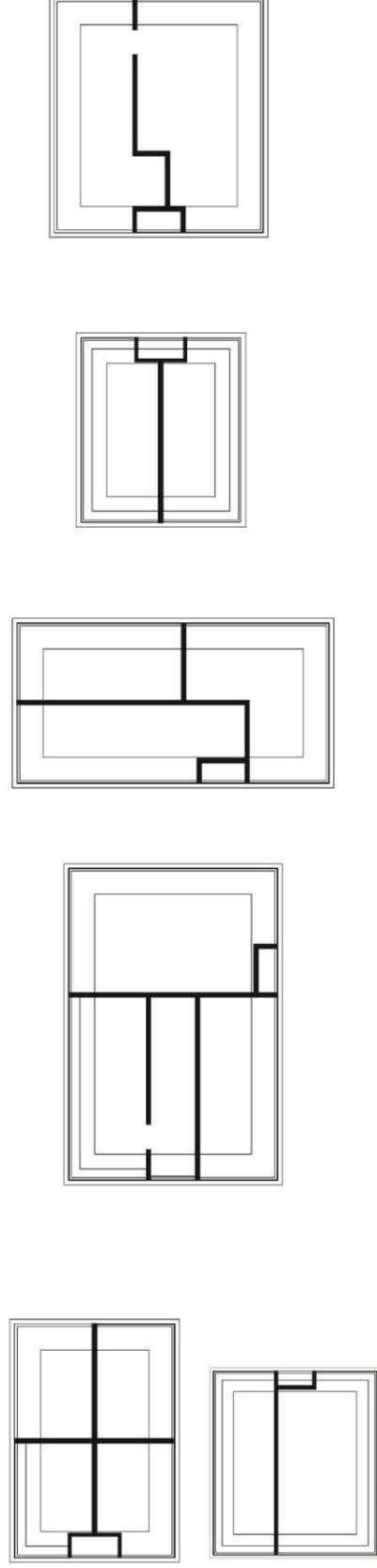
SUBESTRUCTURA

- 40.- Vidrio templado y laminado 12 líneas
- 41.- Flesta de acero como anclaje de pared.
- 42.- Vigüeta de acero anclada a la estructura principal





Plantas de los Módulos de Comercialización

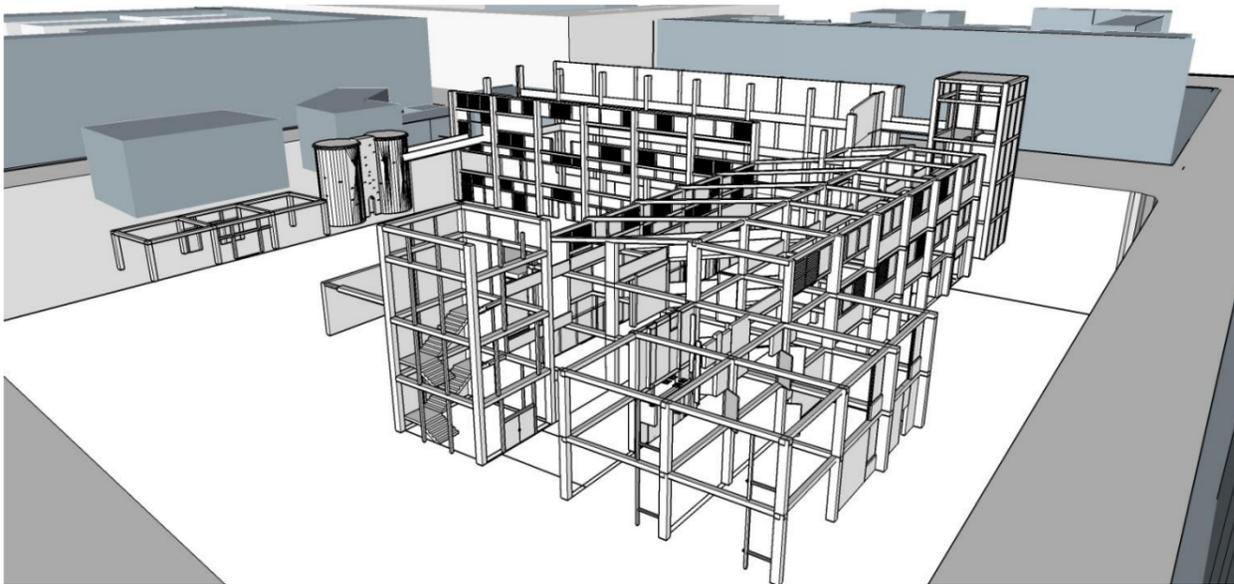


PRESUPUESTO

CENTRO DE COMERCIALIZACIÓN E INTEGRACIÓN CULTURAL EN QUITUMBE																														
PROYECTO DE FIN DE CARRERA																														
JHONATAN IVÁN PÉREZ ALMEIDA																														
					2016			2016																						
					DICIEMBRE			ENERO			FEBRERO			MARZO			ABRIL			MAYO										
No	DETALLE	UNID AD	CANTIDA D	P. U.	SUBTOTAL	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	
1	Replanteo y Nivelación	m2	111926.68	2.50	\$ 279,816.70	279816.70																								
2	Excavación de cimientos y plintos	m3	2446.58	3.80	\$ 9,297.00		4648.50	4648.50																						
3	Plintos de Hormigón armado	m3	510.75	340.00	\$ 173,655.00				173655.00																					
4	Cimientos de Hormigón ciclópeo	m3	510.75	210.00	\$ 107,257.50					107257.50																				
5	Cadenas de Hormigón Armado	m3	64.94	360.00	\$ 23,378.40						23378.40																			
6	Columnas de Acero tipo G	ml	1087.05	55.70	\$ 60,548.69							60548.69																		
7	Vigas de Acero tipo G	ml	906.15	55.70	\$ 50,472.56								50472.56																	
8	Losa de Placa Colaborante	m2	3464.80	70.00	\$ 242,536.00									242536.00																
9	Escalera Hormigón Armado	m3	36.00	400.00	\$ 14,400.00										14400.00															
10	Impermeabilización cimientos	ml	570.00	4.50	\$ 2,565.00										2565.00															
11	Mampostería de Ladrillo	m2	3303.71	15.00	\$ 49,555.65										24777.83	24777.83														
12	Enlucido vertical	m2	6607.42	9.00	\$ 59,466.78												29733.39	29733.39												
13	Enlucido horizontal	m2	3464.80	11.00	\$ 38,112.80													19056.40	19056.40											
14	Masillado de losa	m2	3464.80	4.00	\$ 13,859.20																				13859.20					
15	Contrapiso H. Simple	m2	113878.19	12.00	\$ 1,366,538.28								1366538.28																	
16	Masillado Piso	m2	113878.19	4.00	\$ 455,512.00									455512.00																

15 RENDERS





BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía

Cabrera., Y. R. (15 de 10 de 2015). <http://www.institut-gouvernance.org/>. Obtenido de <http://www.institut-gouvernance.org/es/experiencia/fiche-experienca-10.html>

Casares, J. (2015). Convergencia de formatos comerciales. En J. C. Ripol., *Convergencia de formatos comerciales* (págs. 5-6). Madrid.

CERDEÑO., V. J. (2014). Treinta claves del mercado alimentario. En V. J. CERDEÑO., *Treinta claves del mercado alimentario* (pág. 5). MADRID .

comercio, E. (15 de 10 de 2015). *el comercio.com*. Obtenido de <http://www.elcomercio.com/tendencias/recorriendo-mercados-quito.html>

DMQ. (2011). *plan de desarrollo 2012 - 2022*. quito.

DMQ. (14 de 10 de 2015). <http://www.quito.gob.ec/>. Obtenido de <http://www.quito.gob.ec/index.php/agencias/agencia-de-coordinacion-distrital-del-comercio#objetivos>

DMQ. (14 de 10 de 2015). <http://www.quito.gob.ec/>. Obtenido de <http://www.quito.gob.ec/index.php/agencias/agencia-de-coordinacion-distrital-del-comercio#misi3n>

economia48. (20 de 10 de 2015). Obtenido de *economia48*: <http://www.economia48.com/spa/d/mercado/mercado.htm>

ecured. (20 de 10 de 2015). Obtenido de <http://www.ecured.cu/index.php/Mercado>

Empresa Publica Yachay. (07 de 12 de 2015). *Yachay Ciudad del Conocimineto* . Obtenido de http://www.yachay.gob.ec/plan_maestro/

FCE. (2009). ELEMENTOS DE ADMINISTRACION – CICLO 2009. En FCE, *ELEMENTOS DE ADMINISTRACION* (pág. 35). ARGENTINA .

<http://www.economia48.com/spa/d/comercio/comercio.htm>. (20 de 10 de 2015). Obtenido de *economia48*: <http://www.economia48.com/spa/d/comercio/comercio.htm>

jhon. (2011). seg. En *jhon, seg* (pág. 5). qui: dvhdf.

plataforma arquitectonica . (24 de 10 de 2015). *plataforma arquitectonica* . Obtenido de <http://www.plataformaarquitectura.cl/cl/775678/la-funcion-del-placemaking-como-una-nueva-agenda-urbana>

plataforma arquitectonica . (24 de 10 de 2015). *plataforma arquitectonica* . Obtenido de <http://www.plataformaarquitectura.cl/cl/761086/laboratorio-para-la-ciudad-transformacion-del-mercado-de-monteria-en-contexto-con-su-centro-historico>

PNBV. (2013). *plan nacional del buen vivir*.

secretaria nacional de planificaci3n y desarrollo . (2013-2017). *plan nacional del buen vivir* . Quito .

Tafur, J. M. (2015). tendencias en gestion cultural mirando desde el cosumo cultural. En J. M. Tafur.

Trama Diseño . (2009). *fortalecimiento de las centralidades Urbanas* . Quito : Ediciones TRAMA, 2009.